

# Филозофија медија: медији и усамљеност

Зборник радова | 2021



Естетичко друштво Србије  
Факултет педагошких наука Универзитета у Крагујевцу  
НВО „Млади грашак” за уметност, културу, медије и друштвена питања

---

Едиција  
ПОСЕБНА ИЗДАЊА  
Књига 26

## **ФИЛОЗОФИЈА МЕДИЈА: МЕДИЈИ И УСАМЉЕНОСТ**

Зборник радова са Међународне научне конференције  
Јагодина–Београд, 12–14. септембар 2019. године



Београд–Јагодина  
2021

*Издавачи*

Естетичко друштво Србије  
Риге од Фере 4, Београд  
Факултет педагошких наука Универзитета у Крагујевцу  
Милана Мијалковића 14, Јагодина  
НВО „Млади грашак“ за уметност, културу, медије и друштвена питања  
Булевар Зорана Ђинђића 26/13, Нови Београд

*За издавача*

Проф. др Дивна Вуксановић  
Проф. др Виолета Јовановић

*Уредници*

Проф. др Дивна Вуксановић, проф. др Драган Ђаловић,  
проф. др Марко М. Ђорђевић, проф. др Влатко Илић,  
мр Драгана Китановић

*Рецензенти*

Проф. др Ратко Божовић  
Проф. др Весна Ђукић  
Проф. др Зоран Јевтовић

*Програмски одбор*

Проф. др Дивна Вуксановић, проф. др Виолета Јовановић,  
prof. dr Stefan Lorenz Sorgner (Рим), проф. др Предраг Финци,  
универзитетски професор у пензији (Лондон),  
проф. др Зоран Јевтовић, проф. др Ратко Божовић,  
универзитетски професор у пензији,  
проф. др Хрвоје Јурић (Загреб), проф. др Драган Ђаловић,  
prof. dr Marie-Luise Angerer (Потсдам), проф. др Маргарита  
Вениаминовна Силантева (Москва)

*Организациони одбор*

Проф. др Марко М. Ђорђевић, Драган Лукић,  
мр Ливиа Павлетић (Копривница), мр Жељко Рутовић (Подгорица),  
др Ивана Петровић Христулу (Атина), проф. др Добривоје Станојевић,  
проф. др Дамир Смиљанић, проф. др Влатко Илић,  
др Катарина Шмакић (Београд), др Мирослав Вићентијевић (Београд),  
доц. др Вук Вуковић (Џетиње), др Биљана Јокић

*Одржавање скупа и објављивање Зборника подржало је  
Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.*

## САДРЖАЈ

УВОДНА РЕЧ .....	5
Саша Милић (1963–2019) .....	7
Miloš Z. Agatonović USAMLJENOST, SLOBODA I INTERNET: HUMBOLTOVSKA IDEJA OBRAZOVANJA U DOBA INFORMACIONE TEHNOLOGIJE .....	9
Jadranka Božić DANAŠNJA VISOKOTEHNOLOGIZOVANA KULTURA U PSIHOSOCIJALNOM KLJUČU .....	15
Kamenko Bulić PANDEMIJA PANMEDIJA: Speleologija medijske alkemije: Nepriistrasnost samoće .....	31
Dragan Čalović USAMLJENO ZABAVLJANJE .....	53
Marko M. Đorđević, Dobrivoje Ž. Stanojević, Tamara S. Đorđević TRAGEDIJA SELFIJA .....	63
Fahira Fejzić Čengić KREATIVNO OSAMLJIVANJE (HALVET) KAO VIŠI STUPANJ LIČNOSTI .....	71
Предраг Јакшић ЗАВИСНОСТ ОД УСАМЉЕНОСТИ .....	81
Јелена Јоцић „ГЛОБАЛНИ ЕКРАН – НАВИГАТОР ЖИВОТА УСАМЉЕНЕ ГОМИЛЕ” .....	91
Milena Jokanović SAM ILI USAMLJEN? POSETILAC U (VIRTUELNOM) MUZEJU .....	93
Саша Ш. Милић ПРОЈЕКТОВАНА БУДУЋНОСТ, ИЛИ КАКО СПАСИТИ СВЕТ ЗАХВАЉУЈУЋИ ИЛИ УПРКОС МЕДИЈИМА .....	121
Damir J. Smiljanić AUDIOSOLIPSIZAM. KAKO SE IZOLOVATI OD SVETA POSREDSTVOM SLUŠALICA .....	131

Divna Vuksanović MEDIJI, USAMLJENOST, OTUĐENJE .....	145
Јелена Николић ВИРТУЕЛНИ ДРУГИ, ДАЛЕКИ ДРУГИ – ИНТЕРПРЕТАЦИЈА РЕЛАЦИЈА У ТЕХНОЛОШКИ ПОСРЕДОВАНОЈ СТВАРНОСТИ .....	161
Predrag Terzić LEISTUNG .....	179

## УВОДНА РЕЧ

Тематски зборник *Филозофија медија: медији и усамљеност* настао је на основу излагања на истоименој међународној научној конференцији, одржаној 12–14. септембра 2019. године на Факултету педагошких наука у Јагодини и у Заводу за проучавање културног развитка у Београду.

Настављајући традицију претходних скупова у области филозофије медија, одабрани предмет истраживања требало је да одговори на критеријуме актуелности и релевантности, када је у питању доба у којем живимо, као и да осавремени теоријску мисао која га критички рефлектује.

Развој нових медија и дигиталних технологија нужно је реактуализовао проблем усамљености у савременом друштву, додајући му нове облике, како испољавања тако и прикривања. Промисљање односа медија и усамљености, те у вези с тим и нових појавних облика отуђења, већ дуже време не престаје да привлачи пажњу истраживача који су, у складу с актуелним теоријско-интерпретативним кретањима, приступали овом проблему са различитих позиција. Изворну теорију отуђења ваљало је, отуда, проширити и промислити с обзиром на нови друштвени контекст у коме се филозофија и теорија данас догађају, а који одликује свеопшта медијатизација.

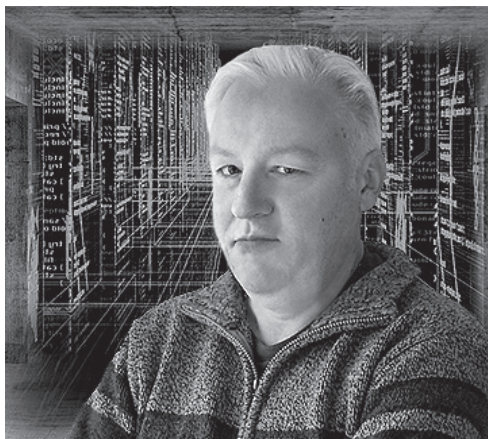
Експанзија друштвених мрежа и савремених комуникацијских платформи, те интензивирање динамике општења, као и раст медијских индустрија током првих деценија новог миленијума, изнова су генерисали потребу за дубљим разумевањем везе између медија и усамљености, уједно отварајући нове перспективе њиховог сагледавања. Овај зборник нуди неке од одговора на питања која се тичу назначеног односа.

Уредништво



## САША МИЛИЋ

(1963–2019)



Свега неколико месеци по завршетку научног скупа *Филозофија медија: медији и усамљеност* на којем је учествовао са запаженим излагањем, изненада нас је напустио колега и пријатељ др Саша Милић, наш дугогодишњи сарадник у заједничком пројекту из области филозофије медија. Сећања на цреске, јагодинске, а потом и београдске дане, на разговоре које смо тада водили, питања која смо с лакоћом или муком постављали, снимања прилога за телевизијске емисије што смо их с радошћу ишчекивали, као и на писање радова у чему смо са задовољством истрајавали до наредног скупа, још су свежа и у њима посебно место заузима мисао Саше Милића.

Стога овај зборник посвећујемо њему, у знак живог сећања на допринос заснивању и развоју филозофије медија у нашем научном и културном простору.

Уредништво



**Саша Милић** дипломирао је на Факултету драмских уметности у Београду, на Групи за филмску и ТВ продукцију. Докторске студије филма завршио је у САД, на Универзитету у Ајови, где је у децембру 2006. успешно одбранио докторску дисертацију под називом „Ситуациони модели у филму: Дијегетски светови и перспективе гледаоца”. Основна поља његовог истраживања јесу наративна теорија и семиологија филма, послератни европски филм и питања односа медија и модерности. Од 2008. до 2018. године радио је као доцент и ванредни професор на Факултету савремених уметности у Београду (бивша Академија лепих уметности), где је предавао предмете из филмске продукције и историје филма. Објављивао је радове у часописима као што су *Senses of Cinema*, *Култура*, *Зборник рагова Факултета драмских уметности*, часопис за филозофију *ARCHE*, *Routledge Encyclopedia of Films* и др.

\*\*\*

**Saša Milić** graduated at the Faculty of Dramatic Arts in Belgrade, Film and TV Production Department. He earned his PhD degree in Film studies at The University of Iowa, Iowa, after he had successfully defended his PhD thesis entitled “Situation Models in Cinema: Diegetic Worlds and Viewer Perspectives.” His main fields of research are narrative theory and semiotics of film, Post-War European Cinema and the relationship between media and Modernity. From 2008 to 2018 he worked as an assistant professor and associate professor at the Faculty of Contemporary Arts in Belgrade (former Academy of Fine Arts), where he taught courses in film production and film theory. His articles were published in various journals such as *Senses of Cinema*, *Kultura*, *Collected Papers of the Faculty of Dramatic Arts*, journal of philosophy *ARCHE*, *Routledge Encyclopedia of Films* and others.

## USAMLJENOST, SLOBODA I INTERNET: HUMBOLTOVSKA IDEJA OBRAZOVANJA U DOBA INFORMACIONE TEHNOLOGIJE

*Apstrakt:* Prema humboltovskoj ideji obrazovanja, osnovna pretpostavka adekvatnog obrazovanja jeste nezavisnost obrazovnih ustanova. U okviru takve koncepcije obrazovanja naglasak je na sticanju i širenju znanja i oblikovanju karaktera samostalnim i slobodnim istraživanjem, u skladu sa Humboltovim geslom „usamljenost i sloboda” – *Einsamkeit und Freiheit*. Osnovna teza ovog rada jeste da je slobodan internet podsticajan za samostalno i slobodno opšte obrazovanje. Razvoj informacione tehnologije je učinio da komunikacija putem interneta bude svima dostupna i da se slobodno odvija. U obrazovanju, informacione tehnologije svakako pružaju mnoge korisne mogućnosti, ali i probleme. Slobodna komunikacija je neophodna za ostvarenje humboltovskog ideala obrazovanja, te informacione tehnologije treba da budu u funkciji slobode komunikacije, slobode interneta, slobode obrazovanja i, time, u funkciji humanističkih ciljeva.

*Ključne reči:* humboltovska ideja obrazovanja, *Einsamkeit und Freiheit*, internet, informacione tehnologije, tržišni univerzitet.

Doba prosvetiteljstva poznato je kao doba razuma (*ratio*), a osamnaesti vek, kada je duh prosvetiteljstva bio u punom naboju, prema rečima D’Alamberta (Jean le Rond d’Alambert), vodeće figure francuskog prosvetiteljstva, „vek filozofije *par excellence*”. Razlog za to jeste očekivanje da će filozofija i nauka uopšte značajno poboljšati čovekov život. Krajem osamnaestog veka, Vilhelm fon Humbolt (Wilhelm von Humboldt) pružio je nacrt opšteg obrazovanja (*allgemeine Bildung*) koji je pruska država prihvatila kao zvaničan program obrazovanja naroda (*Volksbildung*) (Dobrijević 2007: 110). Prema Humboltovom shvatanju, obrazovanje proizlazi iz unutrašnjosti čovekove duše i sve spoljašnje okolnosti i događaji mogu samo inicirati, ali ne i uzrokovati obrazovanje (Oelkers 2001: 89). Takvo shvatanje je u duhu modernog neoplatonizma, sa uporištem u Šeftsberijevom (the third Earl of Shaftesbury,

Anthony Achley Cooper) pojmu *inward form* koji je ključan za nemačku klasičnu teoriju *Bildung*-a (Oelkers 1999: 29; Oelkers 2001: 88). Kao platoničar, Humbolt je smatrao da se moralnost kod ljudi može razviti obrazovanjem koje je vođeno idejama a ne, isključivo, školama (Oelkers 2001: 89). Takvo obrazovanje je unutrašnji moralni *Bildung* (*Innere moralische Bildung* (Ibid)), u kojem stvaran uticaj jedino imaju „prava umetnost” i „prava filozofija”. Stoga bi se Humboltovo shvatanje obrazovanja moglo razumeti kao unutrašnje oblikovanje čovekove duše koje obuhvata svako intelektualno i estetsko iskustvo pojedinca, pri čemu je pojedinac samostalan i nezavisan od uticaja države.

Bezuslovna akademska sloboda je nužna pretpostavka obrazovanja zasnovanog na Humboltovoj ideji. Pored toga što takvo obrazovanje ima za cilj formiranje opsežnog znanja kod čoveka, ono takođe oformljava slobodarski karakter pojedinca. *Einsamkeit und Freiheit* („samoća i sloboda”), kako je glasilo Humboltovo geslo, trebalo bi da omogućuje razvoj znanja, emancipaciju i prosperitet. Vilhelm Humbolt je pružao i utilitarističke argumente za svoju ideju obrazovanja kako bi ubedio pruskog kralja Fridriha da bude pokrovitelj takvog obrazovanja, što je možda neočekivano za neke savremene poklonike Humboltovog dela. Univerziteti, kao što su Oksford (Oxford) i Kembridž (Cambridge) u Velikoj Britaniji, Harvard (Harvard), Princeton (Princeton) i Jejl (Yale) u Sjedinjenim Državama, koji nisu napustili humboltovski ideal, jesu mesta odakle je potekao i gde se nalazi najveći broj naučnih istraživača i teoretičara koji su pružili i pružaju svetski značajne naučno-teorijske doprinose. Takvi doprinosi su zapravo neophodan uslov sveopšteg ekonomskog i kulturnog napretka. Bez njih ne bi bilo dobrobiti za najveći broj ljudi u svetu, niti emancipacije čoveka u bilo kom smislu.

U savremenom dobu univerziteti su postali sastavni deo ekonomskog sveta. Naučne i tehnološke inovacije postale su pokretač ekonomskog razvoja, te države podstiču univerzitete da se prema nauci odnose kao prema vrednom proizvodu. Od osamdesetih godina dvadesetog veka, akademska nauka je sve više dobijala aktivnu ulogu u pokretanju ekonomskog razvoja (Berman 2012: 3). Zbog sve većeg značaja koji akademska nauka ima za ekonomiju, širom sveta došlo je do amerikanizacije i evropeizacije univerziteta, to jest, do akademske internacionalizacije po modelu američkog ili evropskog visokog obrazovanja (koja se u Evropi odvija pod okriljem Bolonjskog procesa) koja omogućava uporedivost, objedinjenje i saradnju univerziteta širom sveta. To čini da naučna istraživanja, bilo gde u svetu da se odvijaju, na globalnom planu podstiču i rast naučnog znanja i ekonomski napredak. Posledica takve globalizacije visokog obrazovanja i nauke jeste da najveću korist od tog procesa imaju one zemlje koje najviše ulažu u obrazovanje i

nauku i čiji je ekonomski rast najveći. Još jedna posledica jeste gubitak autonomije univerziteta, pošto kriterijumi i drugi parametri obrazovanja moraju da budu samerljivi između različitih univerziteta i obrazovnih institucija, te se moraju međusobno usklađivati, što bi, samim tim, značilo da ih univerziteti ne mogu postavljati samostalno i nezavisno.

Inkorporacija univerziteta u tržišnu privredu zahteva prilagođavanje akademskih naučnih istraživanja ekonomsko-tržišnim tokovima i njihovo usmeravanje ka ciljevima koje tržište određuje ili ciljevima koja određena naučna istraživanja postavljaju tržištu, prema kojima treba usmeriti i privredni razvoj i druga naučna istraživanja. U takvom položaju akademske nauke, obrazovanje koje ima za cilj oblikovanje čovekove duše, razvoj moralne vrline i podsticanje stvaralaštva kod čoveka, marginalno je u odnosu na obrazovanje koje ima tržišne ciljeve koje privreda ili sama nauka postavlja.

Sa druge strane, razvoj tehnologije komunikacije koja je posledica ekonomskog i naučnog razvoja, a koja je i sama njihov katalizator, dovodi i do promena u obrazovanju. Internet kao sredstvo komunikacije, zajedno sa ostalim sredstvima informacione tehnologije koja se u današnje vreme najviše koriste, i to u najrazličitije svrhe, ima svoju funkciju i kao obrazovno sredstvo koje može da revolucionarno izmeni obrazovanje, ali takođe i da ga vrati njegovim izvorima. Čini se da je internet prikladno sredstvo za ostvarenje humboldtovskog ideala opšteg obrazovanja, budući da omogućava slobodno i samostalno istraživanje sadržaja koji je relevantan za nauku, filozofiju, umetnost i kulturu. Putem interneta moguće je pristupiti literaturi iz svih naučnih i kulturnih oblasti, gotovo na svim svetskim jezicima ili u prevodima. Najznačajnija dela klasične filozofije i književnosti dostupna su putem interneta na izvornim jezicima paralelno sa prevodom, čime je olakšano njihovo tumačenje. Takođe, internet kao stalno rastuća arhiva sadrži gotovo nepreglednu sekundarnu literaturu, interpretacije dela koje se stalno umnožavaju, naučne studije od samih početaka moderne nauke do danas. Sve je to dostupno pojedincu uz minimalan fizički napor, mada pretraživanje sadržaja koji bi bio odgovarajući za istraživanje pojedinca može biti, i najčešće jeste, mukotrpan posao, koji zbog obima materijala zahteva dosta vremena i pažnje. Istraživački posao mogu olakšati alati poput onih za pretraživanje reči u dokumentima u elektronskim formatima i algoritmi dubokog učenja koji, recimo, na internetu preporučuju radove na osnovu istorije pretraživanja. Internet enciklopedije mogu pružiti dobar pregled bilo koje oblasti i spisak relevantne literature za tu oblast. Na internetu su dostupni čak i video i audio-snimci predavanja i debata stručnjaka, od kako su takvi snimci nastajali do današnjeg vremena kada su naučne konferencije neizbežno medijski praćene. Univerziteti, fakulteti, instituti i druge naučnoistraživačke

organizacije uveliko su prisutne u internet medijskom prostoru, imaju svoje internet sajtove i profile na društvenim mrežama, a komunikacija između naučnih istraživača putem interneta postala je svakodnevica i neophodnost. Uz to, internet veoma olakšava mobilnost studenata i istraživača i omogućava kvalitetno studiranje na daljinu.

Sve obrazovne aktivnosti putem interneta odvijaju se uglavnom nezavisno od političkog uticaja države, no ne i nezavisno od izvesnih ekonomskih interesa. Neke naučne studije, obično naučni članci u prestižnim časopisima ili monografije eminentnih autora izdate kod izdavača svetskog renomea, dostupne su jedino kupovinom ili pretplatom, i to putem interneta zahvaljujući usluzi elektronskog bankarstva koja je dostupna širom sveta. Savremeno izdavaštvo u nauci upravlja se ekonomskim ciljevima, čime se često zanemaruju naučni ciljevi i ograničava sloboda u naučnom istraživanju, budući da se istraživači uslovljavaju da se usmeravaju ka oblastima koje će posledično biti najprofitabilnije. Opet, to je posledica prožimanja akademske nauke i tržišne privrede, gde naučni rezultati nisu samo proizvodi na nekoj vrsti tržišta, već i podsticaj za privredni i tehnološki razvoj. Najviše se finansijski podstiču naučne oblasti koje su i najznačajnije za privredu, a danas bi to bile one koje su u vezi sa informacionom tehnologijom kao najprogresivnijom. Paradoks savremenog sveta je da informaciona tehnologija koja omogućava mnoge slobode u komunikaciji, samim tim i u svim aspektima čovekovog života pa tako i u obrazovanju, ograničava čovekovu slobodu usmeravajući njegove interese ka razvoju informacione tehnologije kao krajnjoj svrsi. Samo zato što je polje informacione tehnologije ekonomski najplodonosnije, to nije razlog da ono bude glavni cilj ka kojem su usmerene čovekove snage, te da se zanemare ostala polja čovekovog života, pa i sama čovečnost. Informaciona tehnologija treba da bude sredstvo u funkciji ostvarenja humanističkih ciljeva, a najznačajnije bi bile funkcije intelektualnog, moralnog i kulturnog formiranja čoveka kao slobodnog i samostalnog pojedinca. Doba informacione tehnologije može biti doba učenosti *par excellence*, ali i, suprotno tome, mračno doba tehnološkog varvarstva. Izbor budućnosti je na samom čovečanstvu.

## LITERATURA

Berman (2012): Elizabeth P. Berman, *Creating the Market University: How Academic Science Became An Economic Engine*, Princeton & Oxford: Princeton University Press.

Dobrijević (2007): Aleksandar Dobrijević, *Bildung* – pojam, koncepcija, ideal, u: *Filozofija i društvo*, 18 (2), Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju.

Oelkers (1999): Jürgen Oelkers, The Origin of 'Allgemeinbildung' in 18<sup>th</sup> Century Germany, in: *Studies in Philosophy and Education*, 18, 1–2.

Oelkers (2001): Jürgen Oelkers, Wilhelm von Humboldt, 1767–1835, in: J. A. Palmer (Ed.), *Fifty Major Thinkers on Education: From Confucius to Dewey*, London & New York: Routledge.



Predrag Terzić, Graz 03, ugljen na papiru, 70x50cm, 2015.

Miloš Agatonović

Preschool Teacher Training College

Kruševac

## LONELINESS, FREEDOM, AND THE INTERNET: HUMBOLDTIAN IDEAS OF EDUCATION IN THE AGE OF INFORMATION TECHNOLOGY

*Summary:* According to the Humboldtian idea of education, the prerequisite of an adequate education is the independence of educational institutions. This model of education puts emphasis on acquiring and expansion of knowledge and formation of character through independent and free research, in accordance with Humboldt's dictum "loneliness and freedom" – *Einsamkeit und Freiheit*. The central hypothesis of this paper is that the freedom of the Internet is stimulating for independent and free general education. The development of information technology made the Internet communication available and free. In the field of education, information technology certainly offers numerous useful possibilities, as well as problems. The freedom of communication is necessary for the accomplishment of the Humboldtian ideal of education; therefore, the purpose of information technology should be the freedom of communication, freedom of the Internet, freedom in education, and, consequently, humanism.

*Keywords:* Humboldtian idea of education, *Einsamkeit und Freiheit*, Internet, information technology, market university.

## DANAŠNJA VISOKOTEHNOLOGIZOVANA KULTURA U PSIHOSOCIJALNOM KLJUČU

*Apstrakt:* Rad istražuje našu sve veću spremnost da (nežive) objekte tretiramo kao subjekte, a da jedni druge sagledavamo kao objekte. Sledimo ideju Šeri Terkl da ne možemo u potpunosti razumeti svoj odnos s tehnologijom ukoliko se ne budemo bavili *unutrašnjom istorijom*, koja, po njoj, kombinuje antropologiju, psihoanalizu i studije sećanja. Na potrebu i blagodeti istinskog usamljivanja ukazuje *filozofija samoće* Dž. K. Pouisa. Govorićemo i o *ćutanju* koje danas, u doba *komunikativnog delirijuma*, paradoksalno, predstavlja vid otpora prema razularenom brbljanju i time, možda, poslednju odbranu smislene komunikacije.

*Cljučne reči:* mediji, komunikacija, tehnologija, usamljenost, samoća, ćutanje.

„Razlika između fikcije i stvarnosti je u tome što fikcija mora biti uverljiva.”

(Mark Tven)

Ali šta raditi kad stvarnost to više nije? Danas je nauka luđa od fikcije?

„Ako vam treba novac, idite siromahu.  
Ako vam treba saosećanje, idite usamljeniku.”

(Dž. K. Pouis)

Razvoj novih medija i digitalnih tehnologija reaktualizovao je problem usamljenosti u savremenom društvu. Razvoj društvenih mreža i savremenih komunikacijskih platformi otvorio je nove perspektive posmatranja odnosa medijâ i usamljenosti, istovremeno utičući i na izmenu društvenog konteksta tumačenja. Intenziviranje dinamike opštenja, usložnjavanje komunikacijskih kanala, te rast medijskih industrija tokom prvih decenija novog milenijuma podvlači potrebu za dubljim razumevanjem odnosa medija i usamljenosti.



Razumevanje među ljudima nameće se kao tema za sve nas u vremenu u kome živimo i u kome nam nove tehnologije omogućavaju da otvoreno kažemo i objavimo sve što želimo, ali u kome smo, s druge strane, često usamljeni i zbunjeni odnosima s drugim ljudima. Treba znati da svako, u bilo kom životnom dobu, može biti usamljen, ali i da svako, isto tako, može da doprinese smanjivanju usamljenosti, svoje ili tuđe. Koliko su ljudi danas usamljeni, uprkos svemu, govori i činjenica da je Velika Britanija 2018. godine imenovala ministra za usamljenost kako bi se rešio problem izolovanosti s kojim se suočava skoro svaka deseta osoba u toj zemlji.<sup>1</sup>

Mnogo je suprotstavljenih tvrdnji u vezi s tim da li su internet i društvene mreže zaslužne za pomaganje ili podrivanje napora društva da se smanji usamljenost. Dok neke studije ukazuju da, na primer, internet smanjuje depresiju kod starih, druge, naprotiv, ukazuju da upotreba interneta može uticati na sposobnost mladih da ostvare smislene veze, da se kod njih stvara tzv. *digitalna demencija*.<sup>2</sup>

Džesika Trejsi i Ričard Robins (Jessica L. Tracy, Richard W. Robbins)<sup>3</sup> smatraju da su internet i društveni mediji podjednako deo uzroka, ali i rešenja za usamljenost. Ljudima su potrebni ljudi i ljudima su potrebne veze, podrška bližnjih, prijatelja. Iz ovih kontakata često se razvija složeno mnoštvo *online* i *offline* odnosa. Način na koji generacije doživljavaju internet i društvene medije veoma se promenio, a taj doživljaj je dobro opisala jedna 30-godišnja Njujorčanka rekavši da nam je, da bismo bili manje usamljeni, potrebno „nešto kao društvene mreže, ali da je fizičko”.

Verovatno nikad u prošlosti problem samoće i usamljenosti nije postavljan pred ljudski duh s više oštine i neposredne datosti nego što je to danas. Nekada su pojedinci bili deo velike porodice, zatim još šire, crkvene ili državne organizacije i nisu se osećali usamljeno; živeli su i umirali s nekim i pored nekog, u jednom, više ili manje, zatvorenom sistemu. Grčki mudraci i rimski filozofi isticali su gnoseološku vrednost samoće, srednjovekovno

---

<sup>1</sup> Vidi: <https://www.blic.rs/vesti/svet/britanija-imenovala-ministra-za-usamljenost/2ld5q9j> „Novu funkciju obavljaće ministarka sporta Trejsi Krauč uporedo sa postojećim poslom. Ona će osmisliti strategiju za rešavanje ovog problema, za koji istraživači kažu da je povezan sa demencijom, ranim mortalitetom i visokim krvnim pritiskom. Većina ljudi starijih od 75 godina žive sami, a oko 200.000 starijih osoba u Britaniji nisu razgovarali sa prijateljem ili rođakom duže od mesec dana, navodi se u Vladinim dokumentima. Većina lekara u zemlji svakog dana primi između jednog i pet pacijenata koji traže pomoć jer su usamljeni, saopštila je ‘Kampanja za okončanje usamljenosti’, mreža koja se bavi rešavanjem ovog problema.”

<sup>2</sup> Vidi: <https://www.penzin.rs/internet-i-uzrok-usamljenosti-i-remenje-za-nju/>

<sup>3</sup> Vidi: *The self-conscious emotions: theory and research*, edited by Jessica L. Tracy, Richard W. Robins, June Price Tangney, 2007, The Guilford Press, New York

hrišćanstvo, asketske ideale usamljivanja. Tek novo vreme i naš vek, s naglo uznapredovalim procesom urbanizacije, individuacije, kao i egzistencijalističkim filozofskim teorijama o „bačenosti u svet”, „bezgraničnoj otvorenosti” prema svetu u kome prete dosada, seta i očajanje, postavili su na dramatičan način večni ljudski problem samoće i usamljivanja, prvi put oštro razlikujući ova dva pojma.<sup>4</sup>

Važno je znati da samoća i usamljenost ne ukazuju na istu pojavu, naprotiv. Samoća je najčešće lični izbor: birate je kad se svesno izdvajate od drugih i vreme koristite za stvaranje, odmor, relaksaciju, analiziranje sopstvenih postupaka, planova, želja... Samoća je često blagotvorna za naš organizam – oslobađa od stresa i napetosti, bistri misli, poboljšava samospoznaju, utiče na izgradnju identiteta i na samopouzdanje. Za razliku od nje, usamljenost uvek dolazi nepozvana. To podrazumeva činjenicu da ste *emotivno prazni*, da ne možete da uspostavite kontakt s drugim osobama, da se povlačite u sebe i zbog toga patite. Međutim, ona nije uslovljena fizičkom samoćom, što znači da mogu da je osećaju čak i oni koji imaju bogat društveni život; narušava kvalitet života i zdravlje, može da izazove depresiju i mnoge druge psihičke probleme. Iako se obično smatra da se to dešava samo onima koji su usamljenici, može pogoditi i one koji su u vezama. To što živite sami ne znači da ćete se osećati usamljeno, isto kao što ni velika porodica ni brak ne garantuju apsolutnu zaštitu od osećaja izolovanosti ili čežnje za većom intimnošću.

Dok su ranije u svesti običnog čoveka pojmovi samoće i usamljivanja neosetno prelazili jedan u drugi i pomalo se izjednačavajući stapali, danas smo više u stanju da ova dva pojma razlučimo. Samoću sada shvatamo kao imanentnu crtu života koja može, mada ne mora, postati čovekova šansa, dok usamljenost i usamljivanje postaje prinudna i patološka crta ličnosti protiv koje se čovek ili još može boriti unutarnjim i spoljašnjim raspoloživim sredstvima, ili ta usamljenost postaje trajna kob pojedinačnog čoveka.

Ko nije osetio blagodeti samoće ako je imalo postao individua i naučio da ceni individualnost! Ne može se zamisliti nijedan iole kreativan čovek, da ne govorimo o značajnim umetnicima i naučnicima, stvaraocima, koji nije svesno i namerno tražio samoću da bi u miru i usaglašenosti sa sobom poveo neophodne i plodne dijaloge sa samim sobom, pokušao da iz relativne udaljenosti objektivnije osmotri sebe i društvo i sebe u društvu i iznad svega, kada je u pitanju stvaralaštvo, da ostvari slobodnu komunikaciju svesnog i nesvesnog bića.

---

<sup>4</sup> Vidi: <https://ordinacija.tv/vladeta-jerotic-samoca-i-usamljenost/?fbclid=IwAR00PDv-vR1In3Wn29Uw19f7-Cpo11WG9K-kv9j19ec0nBW-mE9ekqPTwcE>

U samoći čoveku se otvara put u sopstvenu dubinu i ako on uspe da siđe u nju bez straha i zaziranja, vratiće se obogaćen na površinu i tek tada, kada je otkrio svoje Ja, imaće otvoren i pravi put prema bližnjem, prema Ti. Gete je ovo izrazio jednostavnim rečima: „Ako samo jednom mogu da budem na pravi način sâm, tada neću više biti usamljen”.

Za Vladetu Jerotića je nedostatak ljubavi, pre svega roditelja, ona prva odlučna karika u nizu kasnijih, mahom determinisanih zbivanja u čovekovom životu koja samoću pretvara u usamljenost, a meditativnu zagledanost u sebe u neurotični strah od sebe sâmog.

Opšta težnja ka automatizaciji života, različitim specijalizacijama, zatim brz tempo življenja, sve brže otuđenje od prirode, porodice i ravnodušne okoline, birokratski i surov način ophođenja s ljudima, vodi ljude, koji ne moraju biti sami po sebi neurotični, u strah i usamljenost. Nedostatak osećanja osnovne sigurnosti i zbrinutosti, ugroženost sâmog materijalnog i psihičkog opstanka prinuđava ljude da pobegnu od samoće koja je mogla za njih da predstavlja i nešto pozitivno.

Čovek, dakle, može prinudno da bude izolovan od drugih ljudi i gurnut, protiv svoje volje, u usamljenost, ali može i sâmog sebe da izoluje zbog prazne sujete, povređenog samoljublja i uskraćenih umišljenih prava. Ako je teško i preteško ispravljati tu sve anonimniju apstrakciju koja se zove društvo i, još gore – tu opasnu zahuktalost koja se zove savremena civilizacija, onda smo sigurno u boljem položaju kada treba da ispravljamo sâm sebe. Otud dobro dolazi Jungovo pismo jednoj njegovoj poznanici, koja se žalila na usamljenost: „Ako ste usamljeni, to je zbog toga što ste sami sebe izolovali; ako ste dovoljno skromni nećete nikada ostati usamljeni. Ništa nas ne izoluje više od moći i prestiža. Pokušajte da siđete i naučite skromnost i nećete nikada više biti sami.”<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Isto

## SAMI ZAJEDNO

„Dešava mi se da telefoniram nekome ko je upravo sahranjen i da čujem njegov glas, netaknut, na njegovoj govornoj pošti. To izaziva paradoksalno osećanje. Koliko nedelja treba telefonskoj kompaniji da obriše elektronsku sekretaricu umrlog?”

(Frederik Begbede)

Šeri Terkl (Sherry Turkle) istražuje društvene posledice upotrebe novih tehnologija i vodeći je autoritet na polju proučavanja transformacije identiteta pod uticajem virtuelizacije savremenog društvenog života. Krovna ideja njene studije *Sami zajedno*<sup>6</sup> je da u osnovi neraskidive veze ljudi i tehnologija leži strah od intimnosti. Za Terklovu kompjuteri i roboti nisu naša oruđa, već evokativni objekti koji imaju moć da nas podstaknu na samorefleksiju, ali i na transformaciju društvenosti u prelomnom trenutku koji se dešava onda kada nam tehnologija ponudi zamenu za naše međusobno uspostavljanje kontakata licem u lice. Tako dolazimo u situaciju da nam digitalne veze i društveni roboti nude iluziju društvenosti bez obaveza koje nosi tradicionalna društvenost.

Informaciono-komunikacione tehnologije (IKT) postaju surogat za našu društvenu povezanost. Iako ne spori da su IKT donele neke pozitivne učinke (učvršćivanje prijateljstava, porodične kontakte, obrazovanje, trgovinu, rekreaciju, biznis), kod Terklove preovladava, s razlogom, neskrivena zabrinutost za psihološke i društvene posledice tehnološki posredovane komunikacije (bilo da se radi o upotrebi mobilnih telefona ili boravku u virtuelnim prostorima interneta). Iako su povezaniji nego ikada, ljudi su sve uzdržaniji kada je reč o direktnom kontaktu. Defanzivna i odložena društvenost oličena u kratkim i serijskim SMS porukama odnosi pobedu nad neprijatnom direktnošću i trenutnošću koju glasovna komunikacija donosi. Uticaju IKT posebno su podložni deca i mladi; oni su digitalni urođenici, multitaskeri naviknuti da istovremeno koriste Fejsbuk ili Instagram, igraju onlajn igre, šalju SMS poruke, „skidaju” muziku i filmove sa interneta. Zbog toga, iako naizgled totalno povezani, mladi se više nego ikada osećaju lišeni pažnje i nadzora. Odrastajući nesigurni uz svoje digitalne saputnike, oni se sve nelagodnije osećaju u odnosima koje ne mogu kontrolisati.

Problem IKT leži u tome što nam one daju nikad veću moć komuniciranja kroz prostor i vreme. Mladi ljudi, ali i oni stariji, zbog toga održavaju

---

<sup>6</sup> Vidi: Šeri Terkl, *Sami zajedno*, 2011.

живим daleko više veza nego što su to činile prethodne generacije. U takvim okolnostima teško je zadržati tradicionalni model razgovora putem telefona budući da se tako može opsluživati samo nekoliko najjačih veza.

Uviđamo da bivamo oblikovani tehnologijama koje smo mi sami stvorili. Ali treba se zapitati zašto stvaramo baš takve tehnologije koje imaju za cilj da održavaju i podražavaju našu društvenost. Da li je to odraz nekih širih i dubljih društvenih procesa, poput radikalizacije modernizacije, a ne naprosto naš beg od realnosti? Možda je i tačno da će digitalne veze i društveni roboti činiti sve važniji izvor društvenosti za modernog čoveka, ali pitanje je jesu li oni rezultat slobode izbora ili znak očajničke potrebe za društvenošću u doba kada za društvenost ima sve manje prostora.

Zašto smo usamljeni u eri u kojoj smo najdostupniji?<sup>7</sup> – Danas osećamo da je svako od nas na klik do komunikacije s velikim brojem drugih koji su uvek tu negde – onlajn. Razvoj tehnologije nam je podario svet konektovanosti koji smo isprva prigrlili kao prečicu do bliskosti u životu pretrpanom obavezama. Međutim, iskustvo konzumiranja brojnih portala i virtuelni svet menjao je način na koji nam je digitalni život posta(ja)o potreban. Umesto da nam olakša bliskost, digitalno postojanje počelo je da nam služi kako bi nas prividno zaštitilo od usamljenosti – kako nikad ne bismo morali da budemo sami. Kao dugogodišnji istraživač odnosa ljudi i tehnologije, Terklova postavlja jedno od najvažnijih i najviše zanemarivanih pitanja današnjice; ona se, dakle, ne pita kakvi će kompjuteri biti u budućnosti, već kakvi ćemo mi biti, kakva to vrsta ljudi postajemo...

S konstantnim svakodnevnim osećajem da smo na mreži, s još mnogo drugih ljudi, stigla je nova strepnja, čak panika od diskonektovanosti. Mobilne telefone držimo u rukama ili u vidokrugu tokom čitavog dana, napipavajući ih svako malo kao talismane, dok noću spavamo s njima. Živimo u stanju iščekivanja da nas prekine zvuk poruke ili notifikacije, čak i dok smo u aktuelnom kontaktu sa (živim) osobama kraj sebe. Postojimo u stanju konstantne žudnje za kontaktom – na zvuk poruke u nervnom sistemu se oslobađa dopamin koji nas stimuliše da tragamo za još povezanosti. Dok smo stalno dostupni, okruženi morem poruka i informacija, Šeri Terkl veruje da nam izostaje kvalitetno vreme u kome smo sami sa sobom. Izvesno povlačenje i pauza od konektovanosti neophodni su da bismo razvili refleksiju nad svojim osećanjima, mislima i postupcima. Ona je zabrinuta – jesmo li zaboravili da nam je i to potrebno?

---

<sup>7</sup> Vidi: <https://kljucnekosti.wordpress.com/2015/06/12/ana-perovic-sami-zajedno-alone-together-zasto-smo-usamljeni-u-eri-u-kojoj-smo-najdostupniji/>

Šeri Terkl strahuje da dominantno oslanjanje na tehnološki posredovanu komunikaciju vodi našem zadovoljavanju površnijim, neobaveznijim, banalnijim odnosima. Umesto toga, stvaramo emocionalni stil u kom osećanja nisu u potpunosti doživljena dok nisu podeljena. Terklova ističe da „ipak, postoji nešto nezamenjivo u iskustvima razgovora gde proživljavamo snažne sopstvene emocije ili smo na meti intenzivnih emocija drugog, gde učimo da izdržavamo i kontrolišemo sopstvene i tuđe reakcije – gde spoznajemo neizostavne momente čovečanstva”. Osećamo se sve udobnije u mnoštvu kontakata sa osobama koje istovremeno držimo na odstojanju. Želimo da nikada ne budemo sâmi, ali da uvek imamo kontrolu... (?!)

Tehnologija je zavodljiva jer mogućnosti koje pruža podilaze ljudskoj ranjivosti; a kako se ispostavlja, mi smo i te kako ranjivi. Usamljeni smo, ali smo u stalnom strahu od bliskosti. Konektovanost nudi iluziju druženja bez obaveza koje nosi tradicionalno prijateljstvo. Ne možemo se zasititi jedni drugih ukoliko smo u mogućnosti da držimo distancu. Iako smo konstantno povezani jedni s drugima, uvek postoji mogućnost da se sakrijemo i na taj način zadržimo kontrolu. Jednostavno rečeno, radije bismo kucali poruke nego razgovarali. Okrećemo se tehnologiji ne bi li nam pomogla da uštedimo na vremenu, a završavamo prikovani za računare i mobilne telefone. I tu se, ponovo, nalazimo u začaranom krugu. Tehnologija dovodi do toga da budemo zauzetiji nego ikad i zato tražimo onlajn odnose koji su prilagođeni našim potrebama i koji deluju kao da nose manje emotivnog rizika. To su te nove stvari, nove vrste odnosa koje tek postavljamo na svoje mesto. Vreme je da se započne razgovor o tome.

Umreženi uređaji takođe vrše pritisak na nas i ponekad poželimo da pobegnemo od toga, osećamo da nemamo prostora da dišemo dok smo povezani s drugima sve vreme.

Korišćenje novih geđzeta počinjemo sa uverenjem da će nam oni omogućiti kontrolu, a završavamo time da smo kontrolisani. Šeri Terkl ističe da je metafora „zavisnosti”, vezana uz nove tehnologije, neprimerena jer poručuje da nešto što je neophodno treba odbaciti. Ona kaže: „To je nešto čije korišćenje moramo da prilagodimo svojim stvarnim potrebama, na način koji je najadekvatniji i u našem najboljem interesu. Drugačije rečeno, pruža nam se prilika da oblikujemo misao, tako što je šaljemo da bismo dobili odgovor ili izazvali komentar. Ono što ovde nedostaje jeste sposobnost da se bude sam i da se u privatnosti razmisli o sopstvenim emocijama.” Tinejdžeri će radije kucati poruke nego razgovarati. Oni osećaju da telefonski razgovori otkrivaju previše i žele da zadrže kontrolu. To znači da oni vežbaju kako da se „pokažu” na svom profilu, kao avatari, ali ne i da učestvuju u jednostavnom razgovoru. Odrasli, takođe, biraju tastaturu umesto ljudskog

glasa. U preduzećima, među prijateljima, na fakultetima, ljudi spremno priznaju da bi radije koristili govornu poštu ili poslali mejl nego pričali licem u lice.<sup>8</sup>

## FILOZOFIJA SAMOĆE

„Suviše je ekspresije. Na sve strane smo svesni suviše mnogo stvari – i skoro sve se prebrzo kreću!”

(Dž. K. Pouis)

Osvrnućemo se na ovom mestu na filozofiju elementalizma Džona Kopera Pouisa (John Cowper Powys), koja, pre svega, „podrazumeva negovanje naročite vrste usamljeničke sreće; i podrazumeva da je ta sreća izvedena iz izvesnih psihičko-čulnih osećanja koja nam dolaze od zemlje, neba, mora, i vazduha”.<sup>9</sup> Pouisova *Filozofija samoće*<sup>10</sup> mnogima se može činiti odviše radikalnom, budući da govori o istinskoj sreći i kreativnosti koja nam dolazi isključivo od istinskog usamljivanja.

Pouis govori o inherentnoj usamljenosti sopstva. „I šta god se dešavalo našem telu, naše sopstvo ili ego, svesno *ja sam ja* unutar nas je potpuno samo. Treba uvek imati na umu da izolacija sopstva, izbor usamljeničkog života, ne mora bukvalno da podrazumeva samački život. Ono što podrazumeva jeste izbor kontemplativnog života. Izolacija sopstvenog bića daruje nam naviku da u svakom trenutku razmišljamo o dalekom njihovom planetarnom svetu. Omogućuje nam da osetimo kako kosmički vetar duva površinom naše zemlje dok sa njim jezdimo kroz večiti etar. Ono daje dostojanstvo, lepotu, uzvišeni i tragični značaj svakoj pojavi smrtnog života. Svugde ubija opšta mesta. Svugde s prirodnom, poetskom gorčinom dotiče moranje našeg postojanja.”<sup>11</sup>

„Kada su pesnici i proroci pomalo stvarali, a pomalo otkrivali Boga, to se događalo zbog njihove usamljenosti. Samo u tišini može postati čujno romorenje dugih vekova i da se oseti misterija kosmičkog toka... Da biste razgovarali s bogovima, morate im postati nalik; a to znači da morate da negujete usamljenost.”<sup>12</sup>

<sup>8</sup> Vidi: [http://clio.rs/USAMLJENI-U-STRAHU-OD-BLISKOSTI\\_Vest\\_9258](http://clio.rs/USAMLJENI-U-STRAHU-OD-BLISKOSTI_Vest_9258)

<sup>9</sup> Dž. K. Pouis, *Uprkos*, 93.

<sup>10</sup> Dž. K. Pouis, *Filozofija samoće*, 1995.

<sup>11</sup> Isto, 46–48.

<sup>12</sup> Isto



„Svi filozofi, svi proroci, vade tajne sa istih izvora, tj. iz usamljеничких kontemplacija samotnog antisociјalnog ega, sami pipajući put sred bolnih udaraca i uzbudljivih milovanja unutrašnjeg ličnog iskustva... Iz usamljenog potkrovlja i samotne laboratorije izlaze otkrića koja obelodanjuju tajne Prirode [...] Samo se u usamljivanju otkrива суштинска tajna граде материје.”<sup>13</sup>

„Један од главних узрока несреће у свету је што нам је ум све време okupiran odnosima s другим ljudskim umovima. Oslobodite se toga; najljubaznije i najpažljivije se povucite u samoću; i ubrzo će vaša priroda tako duboko zaroniti u свеже jezero iskonskog Bića da ćete osetiti da ste u stanju da se vratite u nemirnu arenу čovečanstva s nepovredivom i tajnom snagom.”<sup>14</sup>

„Iz muke i bola, iz sukoba i zbrке u kojima se našа rasa grozničavo преврће na bolesničkom krevetu, navedeni smo da shvatimo da је došlo време za potpuno преусклађивање вредности. Sve се враћа na појединца. Sve се враћа na usamljeni duh koji umuje nad prastarom tajnom univerzuma.”<sup>15</sup>

„Svi naši plemenitiji instinkti рођени су u samoći i podoјени тишином. Ova samoća ne mora da bude neka daleka divljina u Prirodi; ova тишина ne mora da bude na vrhovima Himalaja. Zastanite na trenutak dok prelazite preko trga u gradu, i bacite pogled na sazvežđe Orionа.”<sup>16</sup>

„Većina nas, ma kako zavisna od časova potpune samoće, uspostavlja kroz život afektivne veze ovakve или onakve, bez kojih bismo se osećali napušteni i izgubljeni. Tih veza smo neprestano svesni; i trenuci kada smo sami ne bi bili ni upola tako značajni da nije sigurnosti koju nam donosi veza sa ovim drugim ljudima. Upravo u časovima samoće dublje shvatimo šta nam zapravo znače ti odnosi.”

## FILOZOFIЈA USAMLJENOSTI

„Ako samo jednom mogu da budem na pravi način sâm,  
tada neću više biti usamljen.”

(Gete)

Norveški filozof Laš Svensen (Lars Fredrik Händler Svendsen) u svoјој *Filozofiji usamljenosti*<sup>17</sup> истражује различите врсте usamljenosti, filozofiju

<sup>13</sup> Isto, 46–55.

<sup>14</sup> Isto, 65–66.

<sup>15</sup> Isto, 71.

<sup>16</sup> Isto, 87.

<sup>17</sup> Laš Svensen, *Filozofija usamljenosti*, 2017.



emocija, propituje zašto su neki ljudi usamljeniji od drugih, te psihološke i sociološke karakteristike koje ljude čine podložnim usamljenosti. Svensen sagledava ulogu prijateljstva i ljubavi u našim životima, te tvrdi da naš glavni problem nije preterana usamljenost u modernim društvima, već zapravo premalo samovanja.

O usamljenosti je teško govoriti jer sa sobom nosi niz negativnih konotacija. No, gde ima ljudi, tu se pojavljuje i samoća: svako je u jednom trenutku svog života usamljen. Možemo biti usamljeni u društvu ili kod kuće, na otvorenom ili u praznoj crkvi, a o tom stanju napisano je bezbroj pesama. Mnogim ljudima usamljenost može značajno promeniti kvalitet života ili pak uticati na fizičko i mentalno zdravlje. U isto vreme, u samoći se mogu dogoditi naši najbolji trenuci, a to nam govori nešto važno o našem mestu u svetu. No, šta je zapravo usamljenost? Koga ona pogađa? Zašto se pojavi, traje neko vreme i onda nestane?

„Sve što sam mislio da znam o usamljenosti pokazalo se netačnim. Mislio sam da su muškarci usamljeniji nego žene i da usamljeni ljudi češće žive sami. Pretpostavljao sam da sve veći broj ljudi koji žive sami nužno znači veću usamljenost. Verovao sam da društveni mediji produbljuju usamljenost jer zamenjuju uobičajenu socijalnu interakciju. Premda je usamljenost subjektivna pojava, smatrao sam da se lakše može shvatiti proučavanjem socijalnog okruženja pojedinca nego proučavanjem njegove prirode. Verovao sam da je usamljenost povezana s postmodernim individualizmom i da su ljudi u individualističkom društvu usamljeniji nego u kolektivističkom. Jedina tačna tvrdnja jest ta da je usamljenost doista težak problem onima koji od nje pate. No s druge strane, možda baš najviše uživamo u osami.”<sup>18</sup>

Za razliku od norveškog jezika (na kojem piše autor), srpski jezik, kao i engleski, na primer, omogućava nam da razlikujemo usamljenost i samoću, pri čemu je, kako autor ističe, usamljenost osećanje koje podrazumeva bol i nedostatak i nema veze s brojem ljudi kojima je neko okružen, već da li to zadovoljava potrebu za vrstom i tipom društvenog kontakta. Ne moramo biti usamljeni samo ako nekog izgubimo, često je izvor usamljenosti nedostatak bliskosti s nekim ko je pored nas.

Svensen upućuje na povezanost poverenja i usamljenosti – usamljeni ljudi su društveno preosetljivi i obuzeti time kako ih drugi vide. Oni kao da traže znake odbijanja kod drugih, pa se tako bezazlene reči i postupci drugih tumače kao izraz agresije, a na tu umišljenu agresiju usamljenik odgovara

---

<sup>18</sup> Vidi: <https://www.blic.rs/kultura/vesti/lonesome-no-more-svensenova-filozofija-usamljenosti-na-srpskom/tfg85q9>

агресијом. Баš као у *Otkrivanju samoće* Pola Oстера (Paul Auster)<sup>19</sup>, где отац није у стању да се узда у било кога, чак ни у самом себи. Ако су нам други претња, увек ћемо бити усамљени. Филозоф и социолог Георг Зимел (Georg Simmel) давно је рекао да би се друштво распало без општег поверења које људи морају да имају једни у друге.

Модерни човек је пуно контрадикторности – све чини да себе изолује, сан је имати своју собу и у њој свој телевизор, свој телефон, свој ауто, људи све више живе сами и то зато што су тако изабрали, али истовремено је ту и жеља да се помiri потреба за слободом, снажна narcistička страна и потреба за припадношћу другима.

Svensen је на позицији оних теоретичара који тврде да је већа употреба интернета повезана с вишим степеном друштвене интеграције, те да нас, uprkos увреженом становишту, модерне технологије нису учиниле отуђенијим и усамљенијим. Naprotiv, smatra on, korisnici друштвених мрежа имају више познаника и с њима се више срећу лицем у лице. Друштвени медији можда повећавају усамљеност у смислу да они који их користе имају све веће друштвене потребе које не могу задовољити и у том смислу он одређује проблем савременог човека пре као hypersocijalnost, која се не огледа у великој усамљености, već пре у недостатку самоће. У сржи усамљености је недостатак, а самоћа, ако је позитивна, значи отвореност. Расправа о добрим и лошим странama самоће присутна је још од антике и филозофи су увек самоћу истicali као нешто позитивно јер је то привилеговани простор за рефлексију у којој се човек може приближити истини. Психолог Мihalj Ђикстенмиhalји (Mihaly Csikszentmihalyi)<sup>20</sup> установио је да људи којима је теško да буду сами имају великих poteškoća да се креативно развију. Šopenhauer је упозорavao да човек може да буде слободан и оно што јесте само ако је сáм и зато млади треба да науче да подносе самоћу. Човек је данас заokupljen spoljašnjim nadražajima и врло ретко се suočava са самим собом. Hronična потреба за заokupljanjem пажње знак је емотивне незрелости. Важан заdatak Svensenove knjige је да укаже на недостатак способности да човек себе испуни самим собом кад се отклони све spoljašnje. Тако Ниће пише у *Zori*: „Postepeno ми светлост пада на најопštiji недостатак наше врсте образовања и васпитања: нико не учи, нико не тежи томе, нико се не учи – да подноси усамљеност”.

Ако говоримо о хроничној негативној усамљености, а не о пожељној самоћи, лична одговорност подразумева да треба да будемо способни да тражимо друге и да им се отварамо и излажемо, али да ћемо усамљеност smanjiti

<sup>19</sup> Pol Oster, *Otkrivanje samoće*, 2017.

<sup>20</sup> Vidi: Mihalj Ђикстенмиhalји, *Tok: psihologija optimalnog iskustva*, Fedon, 2017.

tako što ćemo se truditi da sebe bolje vidimo, da nađemo utemeljenje u sebi, da ne zavisimo od drugih.

## KOMUNIKATIVNI DELIRIJUM I ĆUTANJE

„Ćutanje nije neki od reči ispražnjeni prostor,  
nego je progutana i promišljena reč.”

(Isidora Sekulić)

Ćutanje kao izbor danas, paradoksalno, predstavlja vid otpora prema razularenom iskazivanju misli i time, možda, poslednju odbranu smislene komunikacije. *Knjiga o ćutanju* Zorice Tomić<sup>21</sup> predstavlja pokušaj da se ćutanje kao jedan od najzanimljivijih komunikativnih fenomena sagleda u njegovim različitim ospoljenjima, kao što su neizrecivo, prećutno, ućutkivanje, pravo na ćutanje itd.

„Mi nismo samo svedoci i učesnici *komunikativnog delirijuma*, koji se ospoljava u obavezi da komuniciramo i oglašavamo se, u toj neizgovorenoj ali podrazumevanoj prinudi da budemo umreženi i dostupni, raspoloživi za prijem i razmenu poruka; mi smo danas, potpuno opijeni himerama slobode govora i varljivom nadom da će se naš glas čuti, prevideli jedan u osnovi perverzni obrat. Moguće je da nam je u epohi buke promakao paradoksalni imperativ da istovremeno ćutimo i da se oglašavamo. Štaviše, sve je приметнији fenomen rastakanja svojevrsne ceremonije govorenja pred nadiranjem sveopšte klime brbljanja.”<sup>22</sup>

Ćutanje je jedan od najzanimljivijih komunikativnih fenomena. Ono je suptilno i neprimetno pletivo komunikacije. Iako verujemo da komunicirati znači pre svega govoriti, ćutanje je integralni deo komunikacije. Ono može da ima potpuno različita značenja u zavisnosti od konteksta i komunikativnih standarda. Ono je i psihološki, i socijalni, i politički, i kulturni fenomen.

Savremena kultura je poprimila logoreički karakter, u kojoj je svako pozvan da komentariše vesti i deli intimu na društvenim mrežama. Pitamo se gde su nestale granice koje su u javnom diskursu davale značaj iskazanoj reči. U doba medijske kulture, proces razaranja pomenute granice započeo je s rijaliti programima, a nastavljen svojevrsnim imperativom iskazivanja i

<sup>21</sup> Vidi: Zorica Tomić, *Knjiga o ćutanju*, 2016.

<sup>22</sup> Vidi: [https://www.delfi.rs/knjige/104923\\_knjiga\\_o\\_cutanju\\_knjiga\\_delfi\\_knjizare.html](https://www.delfi.rs/knjige/104923_knjiga_o_cutanju_knjiga_delfi_knjizare.html)

izložljivosti na društvenim mrežama. Onoga časa kada je pomerena granica između sfere privatnog i sfere javnog, započelo je sveopšte obesmišljavanje govora. Ta granica, ucrtana još u staroj Grčkoj, obezbeđivala je značenje scene – od teatra, olimpijskog borilišta i agore – na kojoj se potvrđivala izvrsnost u vrlini ili veštini. Obesmišljavanje značenja scene (javnosti) dovelo je do toga da se više ništa ne čini izvrsnim, da je sve moguće i sve prihvatljivo. Kao posledica, pomalja se kultura u kojoj više nema ni divljenja ni zgražavanja, sve polako tone u živo blato indiferentnosti.<sup>23</sup>

Ćutanje je vid otpora, način da se ne učestvuje u sveopštoj proizvodnji buke. Da li će se i najmudriji glas čuti kada svi larmaju? Ima li smisla očekivati da ćete biti saslušani kada svi veruju da imaju šta da kažu? Po mišljenju Zorice Tomić, ćutanje je jedan od odgovora na sveopštu proizvodnju simulakruma, ono narušava opscenost reči, budući da uspostavlja smisao tamo gde sve teži da ga ukine.

Ćutanje je i subverzivna aktivnost, ćutanje kao zlato, unutrašnji egzil. Problem sa epohom buke je između ostalog i u tome što ako je svako pozvan da se oglasi, koga ćemo da slušamo i kome ćemo da verujemo... U svojevrsnom *baroknom preduzeću* proizvodnje i prekomernosti informacija i iskazivanja stvara se opšta klima neverovanja u reči, narative i diskurse. U sveopštoj klimi brbljanja i proizvodnje buke, ćutanje je možda poslednja mogućnost otpora kulturnoj patologiji. To ćutanje nije nečinjenje, ono je istovremeno i osluškivanje onih koji imaju nešto da kažu i, time, možda poslednja odbrana smislene komunikacije.

## LITERATURA

Begbede (2018): Frederik Begbede, *Život bez kraja*, Beograd: Booka.

Čikstenmihalji (2017): Mihalj Čikstenmihalji, *Tok: psihologija optimalnog iskustva*, Fedon.

Intervju sa Šeri Terkl, 25. 8. 2011, [http://clio.rs/USAMLJENI -U-STRAHU -OD-BLISKOSTI\\_Vest\\_9258](http://clio.rs/USAMLJENI -U-STRAHU -OD-BLISKOSTI_Vest_9258).

Jerotić (2018): Vladeta Jerotić, *Čovek i njegov identitet*, Beograd: Zadužbina Vladete Jerotića, Domus editoria Ars Libri.

Latur (2015): Bruno Latur, *Istraživanje o modusima života – jedna antropologija modernih*, Beograd: Fakultet za medije i komunikacije.

Oster (2017): Pol Oster, *Otkrivanje samoće*, Beograd: Geopoetika izdavaštvo.

<https://www.blic.rs/vesti/svet/britanija-imenovala-ministra-za-usamljenost/2ld5q9j>

---

<sup>23</sup> Isto

Perović, Ana, *Zašto smo usamljeni u eri u kojoj smo najdostupniji*, <https://kljucnekosti.wordpress.com/2015/06/12/ana-perovic-sami-zajedno-alone-together-zasto-smo-usamljeni-u-eri-u-kojoj-smo-najdostupniji/>

Pouis (1995): Džon Kuper Pouis, *Filozofija samoće*, Beograd: Centar za geopoetiku.

Pouis (1995): Džon Kuper Pouis, *Uprkos*, Beograd: Centar za geopoetiku.

Svensen (2017): Laš Svensen, *Filozofija usamljenosti*, Beograd: Geopoetika izdavaštvo.

Terkel (2011): Šeri Terkel, *Sami zajedno: zašto očekujemo više od tehnologije nego jedni od drugih*, Beograd: Clio.

Tomić (2014): Zorica Tomić, *Razumevanje i nesporazumi*, Beograd: Čigoja štampa.

Tomić (2016): Zorica Tomić, *Knjiga o ćutanju*, Beograd: Čigoja.

Jadranka Božić  
National Library of Serbia  
Belgrade

## TODAY'S HIGH-TECH CULTURE IN A PSYCHO-SOCIAL KEY

*Summary:* The paper explores people's growing willingness to treat (inanimate) objects as subjects and to see each other as objects. It is based on Sherry Turkle's idea that people will not fully understand their relationship with technology if they do not deal with their *internal history*, which, according to Turkle, combines anthropology, psychoanalysis and memory studies. The need and benefits of true loneliness are indicated by J. C. Powys's *philosophy of loneliness*. The paper also deals with *silence*, which today, in the age of *communicative delirium*, paradoxically, represents a way of resistance to raucous chatter and thus, perhaps, the last defense of meaningful communication.

*Keywords:* media, communication, technology, loneliness, silence, hush.



Predrag Terzić, Graz 05, ugljen na papiru, 70x50cm, 2015.

Kamenko Bulić

УДК 316.776:[616.98:578.834 ; 316.776: 323.23]: 364.624.4

Amsterdamska škola socioloških istraživanja (ASSR)

Kraljevina Nizozemska

Open University, Milton Keynes

Ujedinjeno Kraljevstvo

## PANDEMIJA PANMEDIJA: Speleologija medijske alkemije: Nepristrasnost samoće

*Ljudski rod prebiva neizmenjen u Platonovoj pećini, naslađujući se još uvek, po prastaraj navici, pukim slikama istine.*

(Susan Sontag)

*Apstrakt:* Usamljenost ljudskog roda nikada nije bila tako eklatantno promovirana kao sa naredbom socijalne distance i izolacije u vrijeme pandemije koronarnog virusa *Covid19* u zimu i proljeće 2020 godine. Kontroverzna pošast i globalna panika čine fenomen bez presedana komparativno mitoloških proporcija: Čovječanstvo se zbililo u političko-socijalno-zdravstvenom projektu obuzdavanja okuživanja virusom diskutabilne kakvoće. Zaključujući ovaj rad u osamdesetom danu krize, u uvjetima globalne kognitivne distance, pokazujemo kako se panmedijska transmisija političke volje služi jednako i primordijalnim obrascima i modernim tehnologijama u hipotetičkom globalnom socijalnom inženjeringu. Postavljamo *case study* i istražujemo programsku politiku etabliranog globalnog mainstream BBC-ja i kako ta politika definira samoproklamiranu nepristrasnost medija – *impartiality*. Ova programska politika nije izmijenjena ili prilagođena novonastaloj situaciji u kojoj je svjetska kriza – pandemija – u dugom vremenskom periodu postala primarna planetarna vijest. Ista se metodologija i procedura kreiranja i plasmana vijesti primjenjuje i kada politička volja zahtijeva od medija da promoviraju i propagiraju primoravanje grupa i pojedinaca na *socijalnu distancu*, izolaciju i samoću.

Vjerujemo da panmedijski socijalni inženjering u uvjetima pandemijske turbulencije dovodi do promjene u ustrojstvu kolektiva i ponašanju pojedinaca kroz promicanje novih obrazaca ponašanja. U ovom kontekstu, BBC suptilno rabi primordijalne modalitete i manipulative: udvaranjem podsvjesnim perceptivnim sposobnostima premješta korisnikovo saznanje iz realnih u spekulativne identitetske obrasce, hipotetički u domenu pseudoreligijskog, mitološkog, magijskog, ako ne i okultnog karaktera. U ovoj temeljnoj relaciji našeg ispitavanja, postglobalni i postpandemijski svijet nisu u našem fokusu. Naš ideal bi bio da istražujemo da li će



posljedica ove krize biti promjena paradigme čovječanstva. No, takva smjela postavka ostaje na idealu; daleko kompleksnija znanstvena ekspertiza ovdje bi bila frustrirana grandioznošću, pa i pompeznošću takvog otkrovenja. U jednoj vrsti distance od smjelih interpretacija – mi se za sada pitamo da li panmediji u pandemijskoj situaciji, kao povoljnoj sociološko-antropološkoj laboratoriji – kreiraju potencijal za promjenu paradigme i nastanak globalnog totalitarizma kao najvišeg, ako ne i završnog stadija globalizacije.

*Ključne riječi:* alkemija, BBC, estetika, izolacija, mitologija, nepristrasnost, socijalna distanca, špilja ili pećina, teorije urote, totalitarizam.

## TEORIJSKE I METODOLOŠKE KONSIDERACIJE

*Ne pada snijeg da pokrije zemlju nego da svaka zvijer tragove pokaže.*

Pandemija – *in medias res* – već se referira kao epski događaj, čiji se počeci lociraju u nejasnim okolnostima, konfuznim informacijama, a najviše u panici političkih struktura koja je u planetarnom stampedu rezultirala odlukama o zatvaranju država, teritorija i javnih prostora, prisilnim karantenom za putujuće, a u dobrom dijelu zemalja i stavljanju ukupnog pučanstva ili stanovništva u kućni pritvor. U tomu i BBC izvršava transmisiju naredbe o socijalnoj izolaciji, ali ne kao obični dobošar, već etabliranim metodologijama ostvaruje opravdanje i propagandizaciju te izolacije kao jedinog i nekritičnog odgovora na pretpostavljenu pandemiju. Mi istražujemo BBC-jeve legalne programske dokumente i uređivačku politiku, a napose misterioznu definiciju nepristrasnosti. Kako se taj koncept – uvjetno govoreći koncept objektivnosti i neutralnosti – pretvara u vijesti i transmitira, analizirat ćemo kroz skrutinizaciju reprezentativnih uzoraka globalnih vijesti iz BBC produkcije. Naša je ambicija skromna, a pristup minimalistički sa dvije grupe pitanja:

- Da li su metodi medijskog utjecaja i manipulacije oduvijek bili isti, a samo su se tehnologije i potencijalni domet rapidno modernizirali kroz povijest? Poredimo *najprimitivniji* medij u povijesti – prehistorijski totemični crtež sa *supermodernom* globalnom medijskom službom – BBC korporacijom – tvrdeći da oba *medija* transcendentiraju značenja i predstave magijskim mehanizmima i algoritmima.
- Koliko su panmediji tijekom pandemije utjecali na razvoj i umnožavanje teorija zavjera ili teorija konspiracije, napose u domenu izolacije i osamljivanja grupa i pojedinaca? U namjeri da se i sami ne uglubimo u

ove teorije, na kraju ovog rada donosimo blic anketu u kojoj smo tražili od 50 informantâ, raznih uzrasta i zanimanja, da nam odgovore kakvo je značenje pandemijskog događaja u njihovoj percepciji, dijeleći svoje mišljenje prema konzumiranju BBC-jevih globalnih vijesti.

BBC-jeva panmedijska *World News* poruka je monokrona, njen narativ jednodimenzionalan, a efekt jednokolosječan. Izvan *mejnstrima* su šire komunikacioni infinitumi koji se relativno referiraju kao nezavisni, alternativni, sa socijalnim mrežama, blogovima, podcastima i ostalim *metabolitima*, koji se više ne mogu ni klasificirati. Takvi obitavaju u jednoj drugoj mitološkoj pećini – Aladinovoj – punoj neobičnih blaga – teorija urota ili konspiracija kojima nema ni broja ni imena, a do njih se može, kao u svim fantazmagoričnim halucinacijama, doći jedino izgovaranjem tajne šifre, magične lozinke, ukucavanjem *passworda* na pećinski otvor. Mi im tek simbolično pridajemo pažnju observacijom spektra plauzibilnosti teorija koje su izdžikljale na pandemiji panmeদিја. Metodološki smo, zbog obaveznosti socijalne distance, morali ove informante, stidljivo kao mlada, kontaktirati ili iz propisane udaljenosti, ili preko komunikacijskih mrežoba.

## MEDIJI KROZ POVIJEST: OD CRTEŽA DO ALGORITMA

*Bilo koja tehnologija koja je izuzetno napredna ne razlikuje se od magije.*

(Arthur C. Clarke)

Po našem razumijevanju, primordijalne medije nalazimo u špiljama Altamire (Španija) i Lascaux (Francuska). Slikarije stare između 10.000 i 15.000 godina, sa prikazima ranjenog bika ili životinja napadnutih od čovjeka povijest je svrstala u umjetnost, ali u vrijeme kada su ova djela sazdana, njihova je funkcija bila utilitarna, da se prehistorijskom čovjeku magijski naredi da se zaputi u lov, te da mu se ritualno izdaju *uputstva* kako da opkoli i dokrajči plijen. Lovačka je magija, prema H. W. Jansenu, povjesničaru umjetnosti, zahtijevala „samo nagrublju i najšematskiju predstavu” (Jansen 1994: 19) kako bi lovci bili što uspješniji, jer je od toga zavisio i opstanak zajednice. Tako je uvjetno rečeno stvoren i prvi medij, a „emocionalna magija ove vrste ni danas još nije mrtva” (Ibid.: 20).

Nekoliko munjevitih tisuća godina docnije, uslijedila je neolitska revolucija uzrokovana pripitomljavanjem zvijeri i razvojem zemljoradnje, ali su matrice socijalnog upravljanja, magija i ritual, zadržali svoju mističnu i

emocionalnu snagu. Upravljanje je oduvijek tražilo komunikaciju – transmisiju. U tom smislu, od medija kamenog doba do medija digitalnog doba samo značenje pojma *medij* kao transmitora onih „struktura društva koje postoje da bi komunicirale sa širom javnošću, komunikacioni kanal” (*Technopedia* 2019) ostaje validno, s tim što su se te forme transmisije pomjerale od magije do religijske prinude, od informacije i obavještavanja, od kodiranja podataka do cyber supertehnologija. Ova fundamentalna funkcija se izvršavala sukladno tehnološkom usponu čovječanstva, ali se esencijalno *ciljevi i zadaci* prvobitne utilitarnosti nisu mijenjali, a time vjerojatno ni uloga, značaj i efekti medijske transmisije. Radi se o poruci koja je tako kodirana da onima kojima je upućena mora biti jasna i prijemčiva sa podstrijekom na socijalnu akciju, ali i sa projekcijom pogleda na svijet i mjesta čovjeka u tom svijetu. S te strane, amalgam poruke ostavlja konzumente u mraku, saznajno im nije potrebno više od performativnih tutorijala, pa se tako naseljenici u jednoj drugoj špilji – Platonovoj – ne mogu pomjeriti sa mjesta, jer imaju okove na bedrima i vratovima:

Svetlost im, međutim, dolazi od vatre koja gori iznad njih i daleko iza njihovih leđa. Između vatre i okovanih vodi gore put, a pored njega zamisli da je podignut zid kao ograda kakvu podižu mađioničari da iznad nje pokazuju svoju veštinu (Platon 1976: 206).

Ovdje medije simboliziraju vatre i sjenke tih vatri, sužnji primaju vrlo limitiranu poruku, a nosioci poruka su nadnaravna bića, mađioničari. Medij, kao fantazmagorična seansa, kao da od prapovijesti do danas obitava u špiljama sa limitiranim uvidom u stanje stvari. Platonovu široko citiranu alegoriju će u dvadesetom stoljeću reinterpretirati Susan Sontag: „Ljudski rod prebiva neizmjenjen u Platonovoj pećini, naslađujući se još uvek, po prastaraj navici, pukim slikama istine” (Sontag 1982: 17).

Nakon ritualno simboličnih pećinskih medija i brzog klicanja prvih civilizacija, nastaju, od Dalekog istoka do ranog islamskog svijeta, prve mehaničke tehnologije *blokova za štampu*. One nisu imale veliki utjecaj na prosvjećivanje ljudske populacije, osim artikuliranja imperijalne moći i širenja religijske misli, sve do pandemije kuge sredinom četrnaestog stoljeća. Biljana Đorović, teoretičarka medija, u studiji fatalistički naslovljenoj *Mediji: ubice stvarnosti* (2018), elaborirajući razvoj medijskih tehnologija, zapaža da je pravi razvoj medija uslijedio tek nakon „jedne od najrazornijih pandemija kuge u istoriji čovečanstva koja je započela u jugoistočnoj Aziji i proširila se na Evropu, gde je pokosila između jedne i dve trećine ljudi” (Đorović 2018: 17). *Tek tada*, nakon pandemije, pojavljuje se višak sirovina za proizvodnju papira, vodeći ka renesansi kroz povećanu potražnju knjiga i dokumenata

(Van Doren 1991: 154). *Mediamorfoza* (*mediamorphosis*), termin koji je iskovaо Roger Fiddler, označava transformaciju komunikativnih medija kroz kompleksno preplitanje opažajnih potreba, konkurentskih i političkih pritisaka, te društvenih i tehnoloških inovacija (Fiddler 1997: 6).

Gutenbergova presa je bila prva u nizu revolucija koje preko telegrafa, radija, televizije, satelitskih komunikacija i današnje *WorldWideWeb* izmješta čovječanstvo iz sadašnjosti u budućnost ili možda u jedan magijski infinitezimalni trenutak između mehanike i elektronike. Dok je mehanika predindustrijske prese logički razumljiva pukim posmatranjem, izum telegrafa, a docnije radija i televizije, ostavljao je sve više mehaničku energiju u prošlosti, a energije budućnosti su bile sve manje razumljive sve više usamljenom neprofesionalnom dijelu populacije. Rapidni tehnološki progres je doveo do onoga što u utopijskom gradu budućnosti – Dijasparu – Arthur C. Clarke naziva idealom savršene mašine: „mašina ne sme da sadrži pokretne delove” (Klark 1978: 140). Ta mašina, Centralni Kompjutor, zapravo upravlja ovim futurističkim gradom, pretečom *pametnog grada*. Clarke, pisac znanstvene ili naučne fantastike, je još četrdesetih godina prognozirao nastanak komunikacijskih satelita, koji su od šezdesetih godina prošlog vijeka naselili Zemljinu orbitu i to na geostacionarnoj visini koja se zove *Klarkov pojas*. Clarke je prometejski znanstvenu ili naučnu fantastiku doveo na nivo respektibilnog žanra, „savremenog izraza jedne duge tradicije mitskog pogleda na svet” (Živković 1976: 14). Napose, propovjedači utopije i distopije (Asimov, Bradbury, Dick, Lem, Silverberg, Tarkovski, Wells, Zamjatin i drugi) se moraju honorirati jer su kreirali specifični i sve utjecajni diskurs, značajan referencijalni okvir, napose u anticipiranju znanstvenih otkrića i predvidljive maštovitosti u razvoju budućih ljudskih zajednica.

Prvobitni je čovjek, ne razumijevajući nebeski svod, napučio zvijezde bogovima; današnji je čovjek te iste zvijezde pretvorio u svoj *domain*, ali ne razumijevajući više sebe samog. Brzina kretanja informacija, tehnološki fenomeni i gadžeti, te novokovanice poput *cyberspace*, *hyperspace*, *real time*, *simulirana stvarnost*, svi fundamentalni koncepti materijalnog svijeta se terminoški sele u nepoznatu zemlju, lociranu nigdje i nikada! Ovo ako ćemo ovako shvatiti Bodrijarovu (1991) zamjenu stvarnosti i značenja znakovima i simbolima, čineći iskustvo simulacijom stvarnosti.

U tom smislu, razumijevanje ovog realma je frustrirano kvantitetom informacija i neogovorom koje su ove tehnologije stvorile. Slobodan Reljić, novinar, sociolog i teoretičar medija, podigao je maglu sa ovih koncepata i sumirao funkcioniranja ovih tehnologija u *Bukvaru medijske pismenosti* (2013), jednoj vrsti *mediapedije*.

Reljić observira kako poplave informacija napose u superkonzumerizmu postkapitalizma vode ljude u „teskobu i nesigurnost” (Reljić 2013: 72). Postepeni nestanak optimističnog poretka „u kome se tako neupitno gajila vizija o svetloj čovekovoј будућности” dešava se unatoč krikova usamljenih pojedinaca, te tako „zapadna civilizacija, njene vrednosti, a samim tim i njeni instrumenti gube orijentaciju”. Iluzije svijetle будућности se rasplinjuju u dobu dezinformacija i dobu neznanja (Ibid.: 41). Ovakvu je situaciju anticipirao i Paul Virilio (2005: 18): „Cilj tehnološke inovacije je smanjenje socijalnih kontakata”. Sukladno modernim društvenim pritiscima ka izolaciji, smanjuju se fizički kontakti, a virtualni se rapidno umnažaju. U tom smislu su mediji „substitucija nekadašnjeg svijeta” (McLuhan 1967: 22), sve više i substitucija socijalibilnosti na socijalnim mrežama. Paradoks je da se na ovim paukovinama bijeg od samoće pretvorio u još veću samoću. Може ли се из тога побјећи? Позивајући на проsvjećивање, на *medijsko* opismenjivanje, Reljić то opismenjivanje postavlja kao najefikasnije polazište за борбу против отуђења и ropstva informacionim mrežama.

U istoj misiji, Biljana Đorović poziva на идентификацију медијских технологија, њихову логику и улогу у *ubijanju stvarnosti*: „Људско је стање осуђено на менталну дијаспору мрежа и утицаја”. Као и Sontag, и Reljić и Đorović алудирају на *postmodernističku* Platonovu алегорију, и то можда онај дио о изласку сузања из пећине.

U представљању конкретне панмедијске производње стварности и мистификације истине, али и социјалне мобилизације и социјалног конформизма, коначно самоће као последице медијске неписмености па до пећинског менталитета, ми сондирамо BBC-јев концепт непристрасности трагајући за оvdје apostroфираном магijом и методологијама које не подносе свјетлост дана, дакле још увјек у speleološkoј експедицији.

## BBC KAO PLEMENITI LAŽOV: ETIKA I KREDIBILITET

*A krenuh u lov, kroz visoku raž  
Preko brda zvanog debela laž*

(prema sjećanju на *Mačka Tošu* Branka Ćopića)

Osnovana kraljevskim dekretom 1922. godine, BBC korporacija (*The British Broadcasting Corporation*), sa svojom Svjetskom službom (*BBC World Service*) започетом 1932. као *Imperijalni BBC* највећи је медиј

– *broadcaster* (distributer) na svijetu. Emitira na 28 jezika u televizijskoj, radio i online formama. Korporacija živi na proračunu ili budžetu Ureda (ministarstva) za inostrane i poslove Commonwealtha (*The Foreign and Commonwealth Office*). BBC sebe formalno definira kao *kulturološko lijevi* i *liberalni medij* sa neopredjeljenom (*unbiased*) ili nepristrasnom (*impartial*) uređivačkom politikom. Ovakva samoproklamirano smjela koncepcija je permanentno predmet kritika sa gotovo svih spektara javnog realma, sa temeljnim prigovorom da deklaracija nepristrasnosti predstavlja ljušturu, nešto kao astralnu formu duboko neobjektivnog i pristrasnog medija. S jedne strane, legendarna ali i objektivno postojeća BBC-jeva audio-vizualna ljepota sa tehnološkom perfekcijom jeste dimna zavjesa za zamagljivanje i kompromitiranje istine metodom zaklanjanja iza političkih autoriteta (Baumann et al. 2011: 140). S druge strane, BBC disidenti su znatno oštrij u diskreditaciji bivšeg poslodavca. Robin Aitken naziva BBC „plemenitim lažovom” koji iskrivljuje (*distort*) istinu, te metodama svjesne eliminacije (*ommission*) i preuveličavanja ili preelaboriranja (*amplifications*) nečasno promovira liberalnu pristrasnost (*liberal bias*) takozvanog lijevog krila političkog spektra (Aitken 2018). U jednoj drugoj invektivi, David Sedgwick, kazališni kritičar, upozorava korisnike da im Korporacija cinično ispira mozak (*brainwashing*). Rabeći paralele sa orvelijanizmom, Sedgwick upozorava na korporacijske neprekidne, nemišljene, hipokritične (*willful, deceitful and incessant*) trikove i prevare (*tricks and subterfuges*) u zoni medijskog mračnjaštva (Sedgwick 2018).

Činjenica je da su brojni prominentni BBC-jevi novinari, dolazeći u sukobe sa uredništvom, napuštali Korporaciju pa javno izlazili sa razarajućim *insider-zviždačkim* otkrovenjima, ako ne asanžovskim fundamentalnim *leaks*. Tragajući za prauzrokom ovih frustracija, mi smo istraživali BBC-jeve programske dokumente koji reguliraju programsku politiku i metodologiju produkcije vijesti. Polazna informacija je bio interni programski manual (*guidelines*), gdje se uputstva za prakticanje nepristrasnosti daju u obliku magijsko-ritualne ceremonije. BBC-jev urednik se referira kao vrhovni mag – *alkemičar* – koji zna koje tajne sastojke valja pomiješati i u kom omjeru da bi se dobila proverbijalna nepristrasnost, korporativni zaštitni znak. Alkemijska uputstva dočaravaju kako globalni broadcaster kreira dimne i gasne zavjese i metodom jezičkog amalgama sintetizira diskutabilnu nepristrasnost.

## DVANAEST TAJNIH ALKEMIJSKIH BOČICA NEPRISTRASNOSTI! ILI TRINAEST?

Magija je stara koliko i čovječanstvo, nije se mnogo mijenjala kroz povijest i postoji u svim jezicima i svim kulturama i *oduvijek je bila jedna vrsta komunikacije*.

BBC documentary: *History of Magic*, Sep 8, 2014 (naš kurziv)

Saznanje kako se zapravo mučka koktel nepristrasnosti je sukladno programskim uputstvima uređivačkog kolegija (*BBC Trust*) pod teško razumljivim naslovom: „Od klackalice do točka vagona: kako zajamčiti/osigurati nepristrasnost u 21 vijeku” (*From Seesaw to Wagon Wheel: Safeguarding Impartiality in the 21st Century*). Polazište je da je nepristrasnost ambiciozna i domaća (*home grown*) aspiracija „razvijena kulturološki, a ne legalistički” (*BBC Trust* 2007: 23). Tvrdi se da je objašnjenje stvaranja aure nepristrasnosti neuhvatljivo (*elusive*) jer se radi o magičnoj supstanci koja je više očigledna kada je nema nego kada je ima (*more evident in its absence than in its presence*).

Definicija nepristrasnosti je „ostavljena filozofima”, ali njena magična emulzija se alkemira kroz narednu BBC recepturu:

Postoji 12 bočica na alkemijskoj polici a na svakoj bočici se nalazi etiketa (*label*) sa slijedećim natpisima: točnost, ravnoteža, kontekst, distanca, izjednačenost, korektnost, objektivnost, otvorenost, strogost, samosvijest, transparentnost i istina (*accuracy, balance, context, distance, evenhandedness, fairness, objectivity, open-mindedness, rigor, self-awareness, transparency, and truth*) (*Ibid.*: 23).

Manifest inzistira da su sve bočice jednako bitne jer svaka zasebno ne znači nepristrasnost, pa je upozorenje urednika – glavnog kuhara, odnosno BBC-ijevog alkemičara – da jedna bočica *legitimno* ne može biti preimenovana zamjenom etikete (*relabelled*) jer samo (*only*) alkemičar – urednik (*programme-maker*) zna kako da ih sve pomiješa u kompleksan *cocktail*, što je njegov zadatak (*Ibid.*).

Što je zapravo kemijska suština ovog koktela i kakvo je vještičarenje potrebno da se načini prava mješavina za različite medijske žanrove (*genres*)? Uputstvo objašnjava da su tu potrebne različite proporcije, jer svaka BBC-ijeva tvorevina (*output*) mora biti mješavina (*mixture*). Slijedi završna procedura i definitivni produkt je zapravo plin ili gas, gas nepristrasnosti, nepristrasni gas, doslovno ovako:



Kemijska reakcija ne smije dovesti do prečvrstog (rigidnog), ali ni likvidnog (previše tečnog) gasa već, naravno, bezopasnog gasa bez mirisa, gasa kojim će se ispuniti (*infuse*) redakcijski prostor (*programme-making environment*), gasa kojeg će zdravo udisati svi koji tu rade.

BBC-jeve čuvarkuće su tako laboratorijski kreirali pitki gas kojeg urednici udišu sve praveći neupitno nepristrasne vijesti. Na sreću, u ovoj laboratoriji, mada alkemijskoj, nema šumskog zvjerinja, slijepih miševa i zmijoba, pa ni opasnih virusa nastalih nekim pleonazmičnim *križanjem neukrstivih vrsta*. BBC-jeve bočice su sve redom kompatibilne. Bitno je da u pandemijskim vremenima panmedijski BBC-jev gas nema virusa pa ni potencijal kontaminacije, osim da opiје novinare – gasom! A i svoje korisnike – *World Audience* – u nekoj vrsti pandemije panmedija.

Međutim, ovdje se receptura ne završava, gas nepristrasnosti nije savršen i završen jer nešto nedostaje: kao u svim magijskim *haripoterskim* vrhuncima i *agatakristijanskim* obrtima, mora se odnekud pojaviti zli čarobnjak, neki mrzitelj BBC-ja ili kradljivac tajnih napitaka, neprijatelj nepristrasnosti. Taj neprijatelj je sadržan, kaže se u instrukcijama, u potencijalno negativnom značenju pojma nepristrasnost. Početak riječi sa prefiksom *ne-* (u engleskom *im-*), poput *ne-savršenosti* ili *ne-moralnosti* (*im-perfection*, *im-morality*), zvuči negativno a teži se da zvuči pozitivno. Tu se, kao u svim mitskim pričobama, odjednom pojavljuje volšebna trinaesta bočica na čijoj etiketi piše *kompletnost* (*Completeness*). Na taj način je ta posljednja bočica na raspolaganju alkemistu – završava time BBC-jev stručni tim koji ovom recepturom „od klackalice do točka vagona” alkemira sada potpunu i savršenu nepristrasnost (Ibid.: 23).

Prema oxfordskom riječniku, alkemija (*alchemy*) je „okultna znanost poput astrologije, transmutacija materije, napose običnih metala u zlato, ili traganje za univerzalnim eliksirom”. Kolokvijalno je alkemija magična znanost pretvaranja obične materije u zlato, banalnosti u dragocjenost. Gotovo svi rječnici u tumačenju pojma alkemije su *pristrasni*, tvrdeći da se radi o prevari. Osnovni princip opsjene je definitivno u recepturi: sad vidiš – sad ne vidiš. Tek kada se uredništvo napije tog gasa sa tajnim sastojcima iz 12, zapravo 13 bočica, eto uređivačkog otajstva: hokus-pokus-nepriistrasnost!

Međutim, u namjeri da i mi budemo nepristrasni, želimo ukazati na kvalitete BBC-jevske produkcije, kvalitete koji ovaj medij čine i gledanim i čekiranim. Zasigurno, ovdje ne prestaje magija, već dodatni efekti magije u vidu zavodljivosti, šarma i ljepote, odnosno receptornih BBC-ijevih kvaliteta – „izraženi kroz odmjerenu sintaksu i stilistički samouvjerenu prozodiju”, a naročito „kroz četvorostruku estetiku: oralnu i kognitivnu udruženu sa pri-snoćom i autoritetom” (Baumann et al. 2011: 140).



## BBC ALKEMIJA ESTETIZACIJE, MITOLOGIZIRANJA I DEMONIZIRANJA

*Forde, nas dvanaest sastavi u jedno  
Društvena rijeka da budemo trajna  
Daj da svi sliveni potečemo vrijedno  
Brzo kao tvoja Limuzina sjajna*

(Aldous Huxley)

Estetizacija, kroz cenzuru *grafičkog* nasilja, ipak u sebi sadrži jednu drugu vrstu nasilja, i to u naracijama u kojima opis nasilja koja su se stvarno dogodila, a sve češće i opis nasilja koje se nisu dogodila – mogu u korisniku izazvati sličan efekt kao da se dogodilo obznanjivanje uznemirujućih sadržaja, naročito u izvješćima sa ratišta i drugih vrućih točaka i žarišta u svijetu: kemijsko-biološki napad na djecu u Siriji, hipotetičko trovanje Skripalovih na teritoriji Ujedinjenog Kraljevstva, vajolentne prosvjede u Hong Kongu, Venecueli, Ukrajini, na Balkanu, gdje deskripcija nasilja, ali bez vizualnih tragova, može biti jednako degutantna kao i vizualna svjedočanstva.

Ovim *neuznemirujućim* karakterizacijama nepristrasnosti kao estetizacije stvarnosti Korporacija obavlja trбуhozborstvo vlasti – poslodavca prema nedemokratskim i totalitarnim režimima i diktatorima. Tako zapadno panmedijsko djelovanje postepeno prevaspitava svijet sve češće propagirajući jedan opasan revizionizam: antifašizam se zamjenjuje antitotalitarnom i tu se ta famozna magijsko-alkemijska nepristrasnost urušava. BBC je to već pokazao promoviranjem intervencionizma, postepenom demonizacijom nedemokratskih režima, smjelim nalazima o planetarnom demonu sa oružjem masovnog uništavanja do intervencije i likvidacije. Ta se receptura nastavlja nizom novih intervencija, ali se užas rata i stradanja civila u ovim intervencijama eliminira iz programa, pa samim tim i iz stvarnosti.

Prelistavajući (*browsing*) BBC glede geopolitičkih reportaža, nekako ispada da se nasilje uvijek i svugdje dešava izvan zapadnog diskursa. Kada se neki od pobrojanih događaja nekako dogodi i na Zapadu, vijest o tom događaju je ili marginalna ili kratkotrajna – ili je nema (*goes missing*). Mi ovdje ne želimo ulaziti u objašnjavanje očiglednog. Prosvjedi u Londonu, čak i sa krvavim ishodom, nisu se pokrili (*cover*), dočim prosvjedi sa istim ishodom u Pekingu, koji se nisu dogodili, na kanalima BBC-ja su se dogodili. Vjerojatno je ova omama-obmana stvarnosti nastala iz opijanja gasom nepristrasnosti? Jedna vrsta takve propagande je manipulacija dvostrukih standarda: o negativnim događajima *kod nas* se ne govori, ali se istim događajima *kod njih* daje

*primetime*. U vrijeme *lockdowna* BBC se zgražavao kako zaptije po Beogradu love i kažnjavaju prekršiоce, ali nije zabilježio policijsko nasilje u Londonu prema istim takvim prekršiocima. Kasnije će novinarstvo dvostrukih standarda evoluirati u *fake news*, bogomdane za procese demonizacije.

Jedan ilustrativni primjer ovakvog novinarstva je dopis BBC-jevog korespondenta Allana Littla iz Beograda tjedan nakon Miloševićeve smrti (18. 3. 2006):

Slobodan Milosević je geteovski karakter, njegov uspon, život i pad je faustovski. On je napravio pakt sa demonima blizancima Nacionalizmom i Ratom. Ti su ga demoni držali moćnim, ali je izgubio kontrolu nad njima pa su ga demoni dokrajčili (<http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4819388.stm>).

Jedan drugi novinar *padobranac*, Nick Thorpe, posmatra iz svog hotela Novi Beograd (18. 3. 2006) pa se osjeća malim, patuljkom, kao Liliputanac, okružen rektangularnim zgradama koje liče na goleme nadgrobne spomenike (*surrounded by giant tombstones*) ([http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/from\\_our\\_own\\_correspondent/4817238.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/from_our_own_correspondent/4817238.stm)).

Subjektivni dojam stranog novinara o stranom političaru ili stranom gradu i pravo da se taj dojam artikulira je neosporno, ali ovakvi morbidni pseudodemonski i banalno-snobovski opisi za imperijalni medij, gdje se žiteljima jednog grada insinuiraju da su zombiji, nastanjeni u građevinama koje liče na nadgrobne spomenike – svjedoči da Little & Thorpe nisu rabili ili dobro zamiješali barem tri magijske bočice – labelirane kao *kontekst, korektnost i istina*.

Tim Judah, BBC-jev specijalist za balkanske afere, šalje izvješće o demonstracijama u Bosni i Hercegovini i masama koje su nasiljem izrazile svoj prosvjed protiv ekonomske krize: paljevinama, neredima, napadima na ljude i imovinu (7. 2. 2014). Judah objašnjava da se to dešava zbog korupcije vlasti, iako su Amerikanci i Europljani sve učinili da „nagovore Bosance da usvoje Ustav”, implicitno da poštvaju zakon, te da se ponašaju demokratski i civilizirano (<https://www.bbc.com/news/world-europe-26093160>).

U BBC-jevim kuloarima, ovakvi novinari se nazivaju padobrancima (*journalist parachooter*). Takav elitni *terenac* je obično bolje pozicioniran funkcioner koji odlazi u zemlje *žarišta* za vrijeme kriza ili bitnih događaja, odakle sam sebi naručuje, potpisuje i naplaćuje *ekskluzivne* reportaže. Ovdje su padobranci obično osrednji žurnalisti, ali imaju „moć odlučivanja, plasiranja i naplate svojih tekstova”. Njihova nesposobnost stvaranja nadahnutog i kvalitetnog teksta se prikriva mitološkim kvalifikacijama i banalnim

асоцијацијама, што указује „на poremećaj vrijednosno estetskog orijentira i nedostatka talenta”. Овај *zaštićeni izvor* тврди да су ударни дописници за вријеме рата у Босни и Херцеговини, ти који су слали драматичне репортаже из Сарајева, заправо живјели у хотелима у Загребу и Београду, више у потонјем гдје је због инфлације елитни смјештај био врло повољан:

Takvi padobranci su uvijek lako nalazili lokalne momke koji bi za njihov račun i malu dnevnicu odlazili u Bosnu i donosili priče, tamošnje novine i fotografije, a BBC-ijeva velika i hrabra imena su potpisivala reportaže sa lica mjesta koje su osvajale nagrade. Naravno, bilo je i onih koji su pred kamerom i sa mikrofonom zaista uživo izvještavali iz Sarajeva, ali su bili uključeni u sastav stranih trupa u Bosni i Hercegovini (*embedded journalism*) i prilično sigurni i zaštićeni. Ovakvo upodobljavanje ih sigurno nije činilo nezavisnim a ni hrabrim pa ni originalnim, a izvještačke i ratne dnevnicе i honorari po visini su биле suprotne квалитети njihovih izvještаča (BBC interlokutor 2012).

Kada BBC demonizira ili satanizira nekog – fatwa је одаслана. Кампање медијске припреме јавности за интервенцију против лошег момка су толико разрађене технологије да више не подижу нијичје обрве ни у институцијама а ни у јавности. Још када би лидери, као што бијаху Saddam Hussein или Muammar Gaddafi били само satanizирани, па и примили медијски katil-ferman с тим да не страдају њихове земље и становништво. Овдје је проблематичан прикривен анимозитет медија, надменост изражена кроз негативни симболizam – од демона и сатрапа до мелодраматичних описа становништва похараних земља и колапса социјалног tkiva. Колоквизална стереотипна demonizација, редовно са митолошким назнакама, типични је рукопис BBC-јевских регионалних јунака, уредника, шефова деска, аналитичара и експерата. Читаве технологије су изумљене да се овдје испоштује мандаторна nepristrasnost – да се чинјенично или бареи смислено пуно не изнесе, али да се добро обави propagандни задатак. Вјеројатно ова *tehnologija* сланја локалних момака на прве линије, или *novinarstva u zagrljaju* сопствених трупа, има бареи један коријен у колонијалној традицији Imperије? У роману француског раног писца знанствене фантастике Julesa Vernea *Put oko svijeta za osamdeset dana*, главни јунак Phileas Fogg није заинтересираи за туристичке обиласке путних destinacija. То је зато, тврди писач, што енглески джентлмен, када му лађа пристане у некој luci, пошље своје слуге да они прегледају земље у којима гостују.

*Kako biti Britancem* је elaborираио у раду Gilroy-Reynold која observира како BBC-јеve vijesti definирају британски идентитет у 21. stoljeću. Коментирајући старовијековне arturijanske и vikinшке legende, она observира како културолошке *repeticije* кроз stoljeća kreирају *britiizam* (*Britishness*) који је

„istovremeno potentan i snažan (*might and right*), mitski, bogomdan i posjeduje moć da te vrijednosti nametne i raširi drugima” (Gilroy-Reynold 2017: 88).

## BBC I TEHNOLOGIJE TRANSPOZICIJE STVARNOSTI

*Beše to kratka ljubav bez nade  
Što prođe brzo k'o aprilski dan*

(George Orwell, 1984)

Zapazili smo kako alkemijski hokus-pokus kreiranja BBC-jeve nepristrasnosti i višedimenzionalna estetika, te postimperijalna moć, čine ovu korporaciju najvećim globalnim medijem. U skrutiniziranju informaciono-propagandnih i socijalno-kulturoloških utjecaja naziremo jednu permutaciju stvarnosti, odnosno „mediji svojom ontičkom i ontološkom prirodom učestvuju u procedurama totalizacije stvarnosti” (Đorović 2018: 12).

Ima jedna zanimljiva BBC-jeva rubrika čiji je naziv *Sve što treba da znate o...* Ova redovna rubrika se pojavljuje svaki put kada konzumentima BBC-jevih *news* u kratkoj formi treba objasniti o čemu se zapravo radi. Tako je rubrika *Everything you need to know* možda presudna u brzom znanju i jasnoj informaciji sa ekspertskom bazom. Konzument će brzo saznati sve, *everything*, što je Korporacija odlučila da taj konzument treba da zna. Ne može biti jednostavnije. U rubrici *Virus korone: sve što treba da znate/znaš (Coronavirus: Everything You Need to Know)* se jednostavnim i neautoriziranim tematskim tekstualnim segmentima objašnjava kakav se medicinski savjet u ovom momentu daje (što može biti promjenljivo), zatim i *update* o mogućnostima putovanja, utjecaju krize na svjetsku ekonomiju, te o efektima mjera preduzetih u pojedinim zemljama. Kod ovog posljednjeg, postoji implicitna naklonost ili pristrasnost (*bias*) u korist zapadnog bloka prema *ostalima*. U tekstu to baš nije lako primjetiti kada se govori o zemljama kojima je Ujedinjeno Kraljevstvo nenaklonjeno ili njihovim vođama. Mehanizmi kojima se ovo postiže su ovako postavljeni u jednom našem istraživanju:

- Pripremljen koncept informacije (*pre-selected Agenda*): Različitim temama se daje različit značaj. Događaji koji se ne uklapaju u ideološku matricu se izostavljaju iz vijesti ili im se daje minimalan značaj. Pandemija: vijesti iz zemalja sa minimalnim posljedicama se minimalno plasiraju.

- *Oficijalnost* ili *zvaničnost* (*Officiality*): Vijest se obrazlaže iz iskaza zvaničnika, političara, oficijalnih glasnogovornika legalnih institucija, oficira, kraljeva i prinčeva. Tako su zvanična priopćenja objektivna, a sve drugo samo mišljenja. BBC ostaje bez mišljenja, što daje dojam nepristrasnosti jer je glas dat legalnim djelatnicima.
- *Igraj na sigurno* (*Play it safe*): Novinari moraju pratiti uredničke naputbine o nepristrasnosti, pa se tako samocenzuriraju. Ovo se baš ne primjenjuje striktno kada su u pitanju izvješća iz zemalja u ideološkom ili političkom konfliktu sa Zapadom. Zapadne institucije nikada nisu predmet kritike osim ako se ne radi o onim strukturama koje su u tihom sukobu sa vladom Njenog Veličanstva (Europska unija oko Brexita, ili duboka država u Sjedinjenim Državama).
- *Dimna zavjesa* (*smoke-screening*) kada se retoričkim žargonom snaga argumenta daje institucijama obično u skraćenicama: EU, NATO, UN, WHO..., te birokratsko-lojalnim stilom kazivanja o procedurama, pregovaranjima, misijama, legalnim odlukama, ugovorima.

Korištenjem ovakvih tehnologija se zamagljuje objektivni vidik, jednako kako se magijom alkemije i drugim mehanizmima – estetizacijom i tehnologizacijom postiže transmisija vijesti „kao trбуhozborstvo (*ventriloquism*)” (Bulić 2011: 191).

Ove tehnologije se i ironijski intoniraju. Dubravka Ugrešić, književnica iz *regiona* u egzilu, primjećuje opću teatralizaciju svega, te naviku da je politika teatar „otupljujući naša moralna osjetila”, pa tako od *normalizacije politike* postajemo totalno „perverzni i besramni” (Ugrešić 2018: 31). Ovakav deprimirajući politički upliv na ljudsku psihu beogradski filozof Đokica Jovanović sarakastično naziva „oranje magle” u kojem je:

[...] nepoverljiv čovek usamljen i nemoćan pred tim sveprožimajućim autoritetom sile. On nije nemoćan da taj autoritet slomi, već je (u stanju egzistencijalne strepnje) nemoćan da ga, unutar sebe, demistifikuje (Jovanović 2018).

No, nije li ovo tehnologija demokracije koja u najvećem broju slučajeva dnevno plasira isuviše veliku količinu informacija da bi se mogla provariti, a čak su i značajne vijesti danas *headlines* sutra *efemerne*. John Pilger, australsko-britanski novinar, publicist i dokumentarist i kritičar neoliberalnog kapitalizma i zapadnih geopolitičkih strategija, BBC-jevu nepristrasnost je

nazvao „eufemizmom za zadovoljavajući izgovor korporativne moći” (Pilger 2002).

No, najžešći kriticizam BBC-ja je dolazio iznutra. Mi smo spomenuli nekolicinu BBC-jevih disidenata, bivših uposlenika Korporacije koji su se kritički očitovali protiv BBC-ja u novije vrijeme. Jedan od njih, Eric Blair, novinar BBC-ja u Prekomorskoj Službi (*Eastern Service*), još 1941. godine se izjasnio o BBC-ju kao o „organu kolonijalnog diskursa koji svijetu na periferiji propagira metropolitanski pogled na svijet”. Još tada Blair smatra da „liberalni kapitalizam očigledno ide svom kraju” (Kerr 2002: 473).

Umjesto zaključka u našem uradku o komunikacijskim tehnologijama i usamljenosti, a polazeći od naše ideje o globalnoj promjeni paradigme, navodimo proročki zaključak ovog novinara BBC-ja – Erica Blaira, emitovan davne 1941. godine:

U najvećoj mogućoj mjeri totalitarizam vas izolira od ostalog svijeta, zatvara vas u umjetni univerzum u kojem nema mjerila za uspoređivanje. Totalitarna država nastoji, pod svaku cijenu, kontrolirati misli i osjećaje svojih podanika barem u istoj mjeri u kojoj kontrolira njihove postupke (Blair 1977: 138–139).

Mi smo ipak za dodatne zaključke odlučili da objavimo komentare naših 50 informanata – stalnih ili povremenih BBC-jevih konzumenata koje smo upitali koliko vrijednuju informacije koje kupe sa sajtova ovog medija. Na jednostavno smo pitanje polučili jednostavan odgovor, ali isto u vidu pitanja koja su sva u biti retorička. Ispostavilo se da konzumiranje *mainstream* medija manje informira, a više širi teorije urote. Naši su informanti izmrijestili i zavrjeli nevjerovatni broj najnevjerovatnih pitanja o sadašnjem pandemijском momentu i panmediјском komplotu.

Ah da, ime Eric Blair je zapravo mladalačko ime Džordža Orvela (George Orwell)!

## SKALA PLAUZIBILNOSTI TEORIJA UROTE – KONSPIRACIJE

*Biće skoro propast sveta*

*Nek' propadne nije šteta*

(Marko Nešić)

*– Zašto Jevreji na svako pitanje odgovaraju pitanjem?*

*– A zašto Jevreji ne bi na svako pitanje odgovarali pitanjem?*

(Erica Jong)

Da li će se ukinuti mjere socijalnog distanciranja, uključujući formalne korporalne dodire poput rukovanja, ukinuti prisniji fizički kontakti, grljenje ili neerotski poljubac dat javno u kulturama gdje egzistira prijateljski poljubac, rukoljub damama, pa sve do ljubackanja blagosiljajuće svećeničke ruke u nekim religijama? Kolektivno ljubljenje ikona tijekom liturgija ili posljednji poljubac preminulom? Što će se dogoditi sa maskama i rukavicama kada rizik kontaminacije prestane? Koji će javni autoritet odlučivati o ovim pitanjima: vlasti po savjetu profesionalnih epidemiologa ili epidemiolozi po savjetu vlasti ili mediji po naputku epidemiologa ili vlasti ili političko-korporativnih struktura? Kako će se konačno socijalni odnosi i javno ponašanje odrediti u sredinama gdje će doći do podjele između onih koji su jedva dočekali da bace maske i skinu rukavice i onih čije će opredjeljenje biti da trajno zadrže i rabe kako maske tako i rukavice? Koja količina nepodnošljivosti ovih grupa će tražiti dalju regulaciju javnog života? Odnos cjepljeni–ne-cjepljeni ili vakcinirani–nevakcinirani? Da li će pravovjerni nositi zaštitne oklope do neprozatljivosti a bezvjernici, ogoljeni i nezaštićeni, im se morati sklanjati sa puta? Cjepivo ili vakcina, čipovi ili superpametni telefoni? Da li će čovjek čovjeku postati virus? Hoće li *Homo Sapiens* evoluirati/mutirati u *Homo Covidus* i *Homo Coronius* i kako će oni kohabitirati? Hoće li izdžikljati nova znanost ili filozofija ili religijska afilijacija vezana za Koronu ili Kovid? Nisu li se oba ova naziva „ubila” za kakvu novu sektu *Kovida* i *Koronijara* – u najmanju ruku poput veneriranja religije Džedija (registrirane kao *Jediism*) iz *Ratova zvijezda*, sve sa vitezovima i svjetlosnim mačevima i naročitim etičkim i spiritualnim kodom, a napose maskama i rukavicama? Da li je odatle dug put do eksklamacije nekog novovjekovnog vidovnjaka da su i virusi bića Stvoritelja a možda i inteligentna bića koje valja svetkovati? Ili će se reformirati i reafirmirati zavjetni mitovi o dolasku Antikrista i konačnom obračunu – tisućljećima očekivanog Armageddona? Tko će biti nosioci novih jevanđelja, objavljivači tajni i svrha Vaseljene? Hoće li dolazak proroka, zanesenjaka,



čudaka, mesija biti objavljen i obrađen u medijima, a njihove obznane digitalizirane i algoritmirane? Da li će ljudi postkoronijalno doba biti isti kao i ljudi predkoronijalno doba i hoće li njihova usamljenost biti normalna, poželjna i očekivana?

U konačnici svih nepoznanica i špekulacija, da li nakon retoričkog pitanja treba da slijedi upitnik ili točka (?, .).

## POSTOJANOST PARADIGME: OD RANJENOG BIKA DO CRNOG LABUDA

*Prema nekim mišljenjima, rukovanje je u prošlosti imalo drugačiju namenu od današnje – ovim činom obe strane pokazivale su da ne drže neko skriveno oružje u ruci, te da nema straha da će doći do obračuna.*

*(Politikin Zabavnik, rubrika „Verovali ili ne“, broj 3421, 1. 9. 2017)*

*Najplauzibilniji* scenario iz teorija urote se bazira na medijskoj kampanji da je opasnost od bolesti vjerojatno trajna, da bi virus mogao *comeback*, možda i u opasnijoj mutiranoj formi. Mediji promoviraju distancu i usamljivanje i taj kreštav refren je već popularan: Virus će proći, cjepivo će doći, a mjere i reguliranja (*rules & regulations*) ostati! Teorije urote sadrže u sebi jednu vrstu magijsko-travestijske akrobatike i bizarnih modaliteta budućnosti. Ali, da se u ovoj pandemiji mijenja koncept socijalnosti ne izgleda kao konspirativni cilj sruza politike i medija. Prejak je taj sukus ili lajtmotiv izoliranja ljudi, promocije personalnog prostora i konačno percepcije dodira kao bauka koji se širi svijetom. Dodir je najhumaniji generator empatije i simbol bliskosti. Mediji takav dodir proskribiraju. Rukovanje i okupljanje ljudi već doimaju arhaično i nekako je isuviše pristalica novih i ledenih socijalnih rituala.

Orvelijanski obrt u anticipiranom postglobalizmu je već vidljiv promjenom narativa, medijskim podobništvom, vođama i transmutacijom funkcionalne terminologije u silogizam prisile. U kriznim vremenima se mijenja karakter medija – „od usmerenja na informaciju ka propagandnim zadacima i projektima, od usmerenosti na racio ka traženju slabih tačaka u emotivnom sistemu, od slanja poruka građaninu do zavođenja potrošača“ (Reljić 2013: 392–396). Eksploatacijom emocije se promoviraju pogledi na svijet koji su utješni jer u estetiziranoj viziji i apokalipsa može imati magijsku privlačnost: ratovi su beskrvni, herojski, ljudska prava i demokratija su oružja masovnog uništavanja, stvarni rat bez vidljive destrukcije postaje humanitarna



intervencija, zatim hibridni rat, pa rat dronovima i u konačnici video-igrice, apokalipsica. Mediji su „prva linija odbrane društvenog raspada” (Ibid.). Ako raspad počinje naoko bezazlenim ograničenjima socijabilnosti, pa se nastavlja *puzajućim* ukidanjem škola, muzeja, koncerata, pretvorbom seminara u webinar, tada će se „kultura utopiti u poplavi informacija” (Lem 1976: 69). Od nje će ostati plutajuća popularna kultura, vjerojatno kao „implozija smisla modernog sveta” (Vuksanović 2007: 11).

Estetizacija apokaliptičnih scenarija u popularnoj kulturi je uvijek *Happy End*. Novi simbol dolazećih vremena je *crni labud*. Kovanicu je postavio popularni pisac Nasim Taleb (2016). On koristi europsku legendu 17. stoljeća kada je u Europi važila dogma da ne postoji crni labud. Kada je baš takva ptica baš takve boje nađena u tek otkrivenoj Australiji, uzeta je za znamen dolaska nevjerojatnih i nepredviđenih zbivanja. I ovdje se radi o medijskoj alkemiji, mitovi su u modi a i kontroverze: Taleb je kritiziran za pseudoznatnost i negativni simbolizam crne ptice – ali je uspio prodati predstave degeneriranih mitologiziranih događanja kao što su 9/11, financijski slom 2008. Ne oklijevajući puno, na početku 2020. godine obradio je i Pandemiju u popularnom eseju o SARS-Corona2 virusu.

Tako, na početku je u maloj pećini bila slika ranjenog bika, predstava koja se mogla dodirnuti. Na kraju je u velikom svijetu crni labud, predstava koju čini ustrojstvo električnih naboja. Izgleda da će vječnost slegnuti rame-njem na našu brzopletu hipotezu o promjeni paradigme, uzrokovanu panmедијском panikom: svijet se *ne* sučeljava sa promjenom paradigme, već sa postojanošću paradigme, pećinske, magijske, usamljeničke, pandemijske. U našoj speleološkoj ekspediciji smo shvatili kako je BBC, unatoč svom glamuru, *kuća na osami*. Ali su i pratioci, kompulzivno *attached* na njegov estetsko-tehnološki kvalitet, sve usamljeniji u jednoj vrsti *love-hate* odnosa. Iako je zanimljiva medijska slikovnica tajni svijet usamljenika, ona se cijeni sve manje što se više odmiče od stvarnosti. Kada je to ishod, da li se u panmедијској vaseljeni – nalazi usamljenije gledateljstvo i čitateljstvo i pretražiteljstvo nego BBC-ijevo? Na ovom sadašnjem identitetsko-paradigmatičnom raičvalištu čovječanstva, medijski čarobnjaci i alkemičari neosjetno su svojim korisnicima navukli kognitivne i intelektualne bukagije, ostavljajući ih bez znanja da to što sija ka njihovim subliminalnim pećinama – nije zlato.

*Moć je pokidati čovekov um u komade i onda ga  
sastaviti ponovo u novom obliku koji si ti odabrao.*

(Džordž Orvel)

## LITERATURA

Aitken (2018): Robin Aitken, *The Noble Liar: How and Why the BBC Distorts the News to Promote a Liberal Agenda*, London: Biteback Publishing.

Asimov, Shulman (1988): Isaac Asimov, Jason A. Shulman, *Isaac Asimov's Book of Science and Nature Questions*, New York: Grove Press.

Bulić (2011): Kamenko Bulić, The aesthetic alchemy of sounding impartial: Why Serbs still listen to 'the BBC conspiracy', *Journalism: Theory, practice and criticism*, Volume 12, Number 2, London: Sage, 183–198.

Clarke (1978): Artur Klark, *Grad i zvezde*, Beograd: Jugoslavija.

Clarke (2012): Arthur C. Clarke, *2001: A Space Odyssey*, New York: RosettaBooks.

Clarke (2000): Arthur C. Clarke, *Profiles of the Future: An Inquiry Into the Limits of the Possible*, London: Indigo.

Doren (1991): Charles Van Doren, *A History of Knowledge: The Pivotal Events, People and Achievements of World History*, New York: Ballantine Books.

Fiddler (1997): Roger Fiddler, *Mediamorphosis: Understanding New Media*, Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Gilroy-Reynolds (2017): Christine Gilroy-Reynolds, *BBC News: Defining Britishness in the Early Twenty-First Century*, PhD dissertation, English, Old Dominion University, DOI: 10.25777/x8ea-s841, [https://digitalcommons.odu.edu/english\\_etds/33](https://digitalcommons.odu.edu/english_etds/33)

Horrocks (2001): Christopher Horrocks, *Baudrillard i milenij*, Zagreb: Jesenski i Turk.

Huxley (1980): Aldous Huxley, *Divni novi svijet*, Zagreb i Sarajevo: August Cesarec i Svjetlost.

Janson (1994): H. W. Janson, *Istorija umetnosti*, Beograd: Prosveta.

Janssen, Cory, What is Communication Media? – Definition from Techopedia, Techopedia.com

Jovanović (2018): Đokica Jovanović, Oranje magle, *Južni vetar*, <https://www.juznevesti.com/>.

Kerr (2002): Douglas A. Kerr, Orwell's BBC broadcasts: Colonial discourse and the rhetoric of propaganda, *Textual practice*, 16 (3), 473–490.

Lem (2014): Stanislav Lem, *Solaris*, Beograd: Delfi.

McLuhan (1967): Marshall McLuhan, *The Medium is the Message*, London: Penguin.

Orvel (1984): Džordž Orvel, *1984.*, Beograd i Zagreb: BIGZ i August Cesarec.

Orwell (1977): George Orwell, *Zašto pišem i drugi eseji*, Zagreb: Naprijed.

Platon (1976): Platon, *Država*, Beograd: BIGZ.

Reljić (2013): Slobodan Reljić, *Kriza medija i mediji krize*, Beograd: Službeni glasnik.

Reljić (2013): Slobodan Reljić, *Bukvar medijske pismenosti: Kako proživeti život u doba ekranoīda*, Novi Sad: Akademska knjiga.

Sim (2001): Stuart Sim, *Derrida i kraj povijesti*, Zagreb: Jesenski i Turk.

Sontag (1982): Susan Sontag, *Eseji o fotografiji*, Beograd: Studentski izdavački centar UKSSO.

Sedgwick (2018): David Sedgwick, *BBC: Brainwashing Britain?: How and why the BBC controls your mind*, Webshop, UK: Sandgrunder.

Taleb (2016): Nasim Nikolas Taleb, *Crni labud*, Smederevo: Heliks.

Ugrešić (2018): Dubravka Ugrešić, *Političari nam na slamčicu uzimaju i vazduh iz pluća*, *NIN*, 3546, 13. 12. 2018, 29–31.

Virilio (2005): Paul Virilio, *The City of Panic*, Oxford UK and New York: Berg.

Vuksanović (2007): Divna Vuksanović, *Filozofija mediја: Ontologija, estetika, kritika*, Beograd: Čigoja štampa.

Živković (1976): Zoran Živković (urednik), *Naučna fantastika*, Beograd: BIGZ.

## INTERNET IZVORI

BBC documentary: *History of Magic*, Sep 8, 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=z1esDVNQueuo>.

BBC News: *Coronavirus: Everything You Need to Know*, Mar 02, 2020, <https://www.bbc.com/news/av/uk-51702711/coronavirus-everything-you-need-to-know>.

BBC Trust (2007): *From Seesaw to Wagon Wheel: Safeguarding Impartiality in the 21st Century*, <http://bufvc.ac.uk/copyright-guidance/mlr/index.php/site/456>, posećeno februara 2011.

BBC Trust (2007): *From Seesaw to Wagon Wheel: Safeguarding Impartiality in the 21st Century, a one-day seminar*, [http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/18\\_06\\_07impartialitybbc.pdf](http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/18_06_07impartialitybbc.pdf),

Oxford Dictionaries | English, Definition of alchemy in English by Oxford Dictionaries, posećeno septembra 2018.

Pilger, John (5 December 2002). John Pilger prefers the web to TV news – it's more honest online, *New Statesman*, posećeno aprila 2018.

*Technopedia*, <https://www.techopedia.com/definition/1098/media>, posećeno 15. 5. 2019.

Kamenko Bulić

Open University, Milton Keynes  
The United Kingdom

## PANDEMIA OF PANMEDIA:

### Speleology of Media Alchemy and Mythologization of Loneliness

*Summary:* The first media appeared in Paleolithic cave art with the totemic paintings of animals when Man acquired the first tools and weapons, and managed the taming of fire to illuminate the ritual dance before going to hunt. As prehistory turned into history with the invention of writing, philosophy, and religion, bringing forth the first civilizations, the character of the media had not changed much. It maintained its primary function to transmit messages – initially orders and rules to govern the societies. What had changed steadily and acceleratingly has been the process of technological advance bringing the shrinking world into an expanding global realm, not only aimed at transmitting regulations but other information with an ever increasing scope of its means. Yet, since the dawn of Man, the traditional mythical models in communicating messages, information, and images, regardless of the technological level, remained somehow mysterious, connecting the media and the recipient between the conscious and subconscious. Even the most advanced global media in its transmission methods have not moved much from the magical rituals performed in real or symbolical caves in the past: primordial, Platon's, Aladdin's!

Handling something so complex demanded a model – which is the case study of this essay: how the biggest media in the world, the global mainstream British Broadcast Corporation (BBC), uses primordial magic to create its aura of objectivity defined as a concept of impartiality. How these media techniques are combined with their aesthetic allure, oral and aural, yet also familiarity coupled with authority? We do not interrogate the BBC's claims of its impartiality but the method by which that impartiality is created. The legal document *Safeguarding impartiality* proposes that impartiality ought to be created in an alchemic laboratory where the editor-chemist must mix the magical substances into an impartiality cocktail. The substances are stored in 12 magic bottles labelled as: accuracy, balance, context, distance, evenhandedness, fairness, objectivity, openmindedness, rigour, self-awareness, transparency, and truth. The 13th special bottle is called completeness. Following the magic procedures, the editor-chemist must mix them into a complex cocktail. The result is an odourless gas – gas of impartiality, breathed by those who work there and the news is ready to be produced. However symbolic or romanticized this might look, we explain this 'method' to scrutinize the broadcaster in relation to lonely crowds and individuals on the other side of the scope, as well as the meaning and role of the Panmedia in the time of Pandemia. Of course there has been a lot of criticism about

BBC's concept and practice of impartiality, both from insiders and outsiders. Worse even, in these transitional times, when the world is in a state of cognitive dissonance and panic due to the controversial Covid 19 Pandemia, an endless succession of prophets and messiahs convinced the human kind of a great number of conspiracy theories ranging from plausible to most fantastic. The consequence is human loneliness occurring always when people attached to the dubious interpretations and justifications of reality are left in cognitive darkness, just like the primordial cave dwellers.

*Keywords:* alchemy, BBC, aesthetics, isolation, mythology, impartiality, social distance, cave, conspiracy theories, totalitarianism.

## USAMLJENO ZABAVLJANJE

*Apstrakt:* Već od devedesetih godina dvadesetog veka, veza između usamljenosti i korišćenja interneta privlačila je pažnju istraživača. Pristupi u interpretaciji kretali su se od uverenja da internet može da proizvede opšti pozitivni efekat i služi dobrobiti svojih korisnika, preko shvatanja da nekontrolisana upotreba može da izazove negativne efekte, kao što su pojava depresije ili usamljenosti; najzad, dolazi do izmene u pristupu, kojim je postavljeno pitanje da li postojanje određenih problema, kakvi su usamljenost ili depresija, može proizvesti zavisnost ili druge oblike neadekvatne upotrebe interneta. U tekstu su upoređeni rezultati različitih istraživanja ove povezanosti, sa posebnim fokusom na razumevanje veze između usamljenosti i korišćenja interneta u cilju zabavljanja. Cilj teksta bilo je podvlačenje kompleksnosti ovog problema i izdvajanje centralnih aspekata njegovog budućeg teorijskog promišljanja, te ukazivanje na složenost definisanja teorijskog pristupa problemu, s obzirom na brzu promenljivost kako samog medija, tako i načina njegove upotrebe.

*Ključne reči:* internet, istraživanja, mediji, usamljenost, zabavljanje.

Prethodnih decenija, a posebno sa razvojem društvenih mreža i savremenih video-igara, uočava se sve intenzivnije interesovanje akademske zajednice za promišljanje, ispitivanje i razumevanje povezanosti usamljenosti i načina upotrebe savremenih internet platformi i alata. Iako razmatranje povezanosti usamljenosti i korišćenja savremenih medija nije specifično za savremeno doba i pojavu interneta, ovo pitanje privlači sve širu pažnju upravo tokom prethodne dve decenije. Jedan od centralnih fokusa, postavljenih u mnogobrojnim studijama sprovedenim u ovom cilju, bio je utvrđivanje odnosa između interneta i dobrobiti koje on donosi njegovim korisnicima. U vezi sa navedenim, objavljene studije ukazuju na različito razumevanje ove veze. S jedne strane, upotreba interneta dovedena je u vezu sa različitim pozitivnim efektima koje može vršiti na korisnike, dok su, s druge strane, mnogobrojna istraživanja ukazala da razvoj zavisnosti od korišćenja interneta vrši snažan negativni uticaj na društveni život njegovih korisnika. Izmena istraživačkog pristupa dodatno je usložila razumevanje ove veze, ukazujući

da samo korišćenje interneta ne mora nužno biti uzrok negativnih efekata, već da razvijenost određenih stanja, kakva su usamljenost ili depresija, može rezultirati razvojem zavisnosti od korišćenja interneta. U nastavku ćemo uporediti rezultate istraživanja sprovedenih u različitim sredinama, kako bismo obezbedili opšti empirijski okvir budućem teorijskom promišljanju ovog problema.

U istraživanju objavljenom pod naslovom *Self-presentation styles, privacy, and loneliness as predictors of Facebook use in young people* (Błachnio, Przepiorka, Boruch, Bałakier 2016) autori nastoje da utvrde postojanje povezanosti između različitih tipova autoreprezentacijskih stilova, potrebe za privatnošću i usamljenosti, i tri aspekta korišćenja Fejsbuka, ispoljena kao: a) standardna upotreba Fejsbuka, b) zavisnost od ove mreže i c) korišćenje Fejsbuka u cilju zabavljanja. Ispitivanje je sprovedeno na uzorku od 551 ispitanika, starosti od petnaest do dvadeset devet godina, sa prosečnim uzrastom od 19,86 godina, pri čemu su sedamdeset jedan procenat ispitanika činile pripadnice ženskog pola. Svi učesnici ispitivanja imali su otvoren profil na Fejsbuku.

Istraživanje je vršeno u srednjoškolskim, odnosno visokoškolskim/strukovnoškolskim ustanovama u više regiona u Poljskoj. U cilju analize stavova, razvijen je četvorosegmentni upitnik, sačinjen od *Upitnika o korišćenju Fejsbuka*, u okviru kojeg je sedam pitanja bilo posvećeno ispitivanju stepena korišćenja ove društvene mreže u cilju zabavljanja, *Upitnika o autoprezentacijskim stilovima*, *Upitnika o potrebi za privatnošću* i *Skale usamljenosti*, kojom je bilo obuhvaćeno jedanaest pitanja.

Rezultati su potvrdili pretpostavljenu hipotezu da usamljenost predstavlja pozitivni preduslov razvitka zavisnosti od Fejsbuka, standardne upotrebe Fejsbuka i korišćenja Fejsbuka u cilju zabavljanja (Błachnio, Przepiorka, Boruch, Bałakier 2016: 30). Potreba za privatnošću je načelno ocenjena kao negativni preduslov za razvoj standardne upotrebe ove mreže, dok između ovog preduslova i razvoja zavisnosti od Fejsbuka ne postoji značajnija korelacija (Błachnio, Przepiorka, Boruch, Bałakier 2016: 30). Ipak, kako autori ističu, analiza odnosa između potrebe za privatnošću i zavisnosti od Fejsbuka otkriva efekat potiskivanja, koji se dovodi u vezu sa stepenom usamljenosti. Reč je o specifičnom negativnom odnosu između potrebe za privatnošću i zavisnosti od Fejsbuka. Naime, potreba za privatnošću samo u određenom stepenu predstavlja pozitivan faktor u smislu ograničavanja razvoja prekomerne upotrebe navedene društvene mreže, budući da u izvesnom stepenu razvijenosti može biti kontraproduktivna i povezana sa usamljenošću, što, paradoksalno, u krajnjoj liniji može voditi razvoju veće sklonosti ka zavisnosti (Błachnio, Przepiorka, Boruch, Bałakier 2016: 30).



Dobijeni rezultati mogu se uporediti sa zaključcima iznetim u istraživanju objavljenom pod naslovom *Loneliness and Facebook Motives in Adolescence: A Longitudinal Inquiry Into Directionality of Effect* (Teppers, Luyckx, Klimstra, Goossens 2013), sprovedenom na uzorku od 256 adolescenata prosečne starosti 15,88 godina, koje ukazuje na vezu između usamljenosti i korišćenja Fejsbuka u cilju stvaranja utiska o ostvarivanju interpersonalnih kontakata, kao obliku kompenzacije. Prema iznetom zapažanju, upotreba Fejsbuka u cilju kompenzacije društvenih veština vremenom utiče na razvoj usamljenosti, dok se suprotan efekat primećuje kod upotrebe ove mreže u cilju stvaranja novih prijateljstava (Teppers, Luyckx, Klimstra, Goossens 2013).

Bliska zapažanja prepoznamo i u istraživanju objavljenom 2013. godine pod naslovom *Affinity-seeking, Social Loneliness, and Social Avoidance Among Facebook Users* (Lemieux, Lajoie, Trainor 2013). Na uzorku od 313 ispitanika studentske populacije (studenti koledža), pokazana je pozitivna i statistički značajna povezanost između usamljenosti i vremena provedenog u korišćenju Fejsbuka, dok je odnos između usamljenosti i broja bliskih Fejsbuk prijatelja bio negativno i značajno statistički uslovljen (Lemieux, Lajoie, Trainor 2013).

U istraživanju pod naslovom *Gratification, Loneliness, Leisure Boredom and Self-esteem as Predictors of SNS-Game Addiction and Usage Pattern among Chinese College Students* (Zhou, Selina Xingyuan 2010) odnos između usamljenosti i korišćenja društvenih mreža razmatran je kroz ispitivanje dve postavljene hipoteze: H1a) što je usamljeniji korisnik igara na društvenim mrežama, to će više koristiti ove igre i H1b) što je usamljeniji korisnik igara na društvenim mrežama, to je verovatnije da će razviti zavisnost od ovih igara. Uzorak je obuhvatio 342 ispitanika, starosti od 18 do 22 godine, pripadnika studentske populacije (studenti koledža) na prostoru Kine. Za merenje usamljenosti korišćena je Revidirana UCLA skala usamljenosti (Russell 1996), u okviru koje se od ispitanika tražilo da izraze svoja osećanja u vezi sa interpersonalnim relacijama, a čemu je bilo posvećeno dvadeset pitanja u upitniku. Rezultati su potvrdili obe postavljene pretpostavke, odnosno, na osnovu dobijenih odgovora mogla se prepoznati povezanost između usamljenosti i veće verovatnoće razvoja zavisnosti od video-igara na društvenim mrežama (Zhou 2010: 17, 23). Prema objašnjenju iznetom u navedenom istraživanju, usamljeni studenti skloniji su da zahvaljujući korišćenju video-igara na društvenim mrežama potisnu osećaj usamljenosti zbog njihove izražene interaktivnosti. Zanimljivo je da je studija pokazala i visoku povezanost između osećanja dosade i sklonosti ka razvoju zavisnosti od video-igara (Zhou 2010: 22–23), što je dodatni faktor koji je moguće



povezati sa usamljenošću, budući da se osećanje dosade može razviti i usled nedostatka ili nedovoljnog intenziteta društvene interakcije.

Složenost razumevanja odnosa usamljenosti i korišćenja interneta posebno je podvučena u istraživanju objavljenom pod naslovom *Internet Use in Adulthood: Loneliness, Computer Anxiety and Education* (Matanda, Jenvey, Phillips 2014). Istraživanje je sprovedeno nad 158 punoletnih ispitanika, starosti od devetnaest do sedamdeset šest godina. Anketiranje je vršeno u Australiji, a učesnici su ispitivani na mestima kao što su univerzitetski kampusi, lokalne biblioteke, internet kafei i društvene grupe za starije osobe. Uslov prihvatanja upitnika bilo je korišćenje interneta i godine starosti iznad osamnaest godina. Istraživanje je obuhvatalo tri upitnika. Prvi se ticao demografske strukture, uključujući pitanja o korišćenju interneta, dok su druga dva bila namenjena ispitivanju straha od kompjutera i usamljenosti. Za utvrđivanje subjektivnog osećanja usamljenosti korišćena je UCLA Skala usamljenosti (Russell 1996). Generalni zaključak istraživanja je da nije moguće predvideti opšte sklonosti za korišćenje interneta, što je objašnjeno složenošću i stepenom razvijanja same tehnologije, no da se ipak mogu doneti određeni zaključci u vezi sa korišćenjem pojedinih aplikacija (Matanda, Jenvey, Phillips 2014: 109). Analizom je utvrđeno da strah od kompjutera i nivo obrazovanja mogu ograničiti korišćenje specifičnih aplikacija, ali da upotreba interneta u ostalim slučajevima prati već postojeće sklonosti i interesovanja. Autori ističu da je upotreba interneta u cilju komuniciranja uslovljena nivoom obrazovanja, dok je korišćenje aplikacija namenjenih onlajn trgovini povezano sa polnom pripadnošću; strah od kompjutera negativno utiče na korišćenje interneta za prikupljanje informacija, dok je korišćenje interneta u cilju zabavljanja najizraženije kod muškaraca, mladih i usamljenih osoba (Matanda, Jenvey, Phillips 2014: 109–110).

Rezultati istraživanja pokazali su da je korišćenje interneta u cilju zabavljanja izraženije kod mladih osoba nego kod starijih korisnika. Ovakav odnos u izvesnom smislu objašnjava se većom raširenošću zabavnih sadržaja namenjenih mlađim osobama od onih čija su primarna ciljna grupa pripadnici starijih generacija, te da su stariji korisnici slabije upoznati sa novijim internet aplikacijama. Osim toga, istraživanjem nije potvrđena snažnija veza između usamljenosti i intenzivnijeg korišćenja interneta. Ovakav ishod autori objašnjavaju složenošću stepena društvene komponente koja se dovodi u vezu sa posebnim aplikacijama, kao što je na primer razlika između komunikacijskih aplikacija i pretraživačkih softvera. Dodatno, a oslanjajući se na zaključke koje iznose Katz i Aspenden (1997), prepoznati odnos može biti uslovljen pretpostavkom da usamljene osobe selektivno koriste internet, odnosno prevashodno kako bi „pobegle” od realnosti ili komunicirale

(pri čemu se online komuniciranje može sagledati kao zauzimanje „bezbednije“ pozicije), a što u krajnjoj liniji ne može biti povezano sa prekomernom upotrebom interneta. Ovde svakako treba podvući i činjenicu da se stepen usamljenosti, u većini istraživanja, sagledava na osnovu subjektivne procene samih ispitanika, pri čemu učešće u aktivnostima na društvenim mrežama može biti prepoznato kao izvesna supstitucija neposrednog društvenog kontakta, menjajući na taj način i autopercipciju usamljenosti.

Posebna pažnja mnogobrojnih istraživanja sprovedenih već u ranoj fazi razvoja interneta poklonjena je ispitivanju veze između interneta (koji u ovom slučaju zauzima mesto medija koji mu prethode, a koji su u vezi sa istim pitanjem ulazili u centralni fokus ranijih istraživanja) i želje za bekstvom od realnosti, smanjenjem osećanja usamljenosti, te kompenzovanjem društvenih odnosa koji su viđeni kao neadekvatni (Canary, Spityberger 1993; Gackenbach 1998; Katz, Aspenden 1997; Griffiths 1997; Korgaonkar, Wolin 1999; Shapiro 1999; McKenna et al. 2002). Izvesne pokazatelje koji idu u prilog ovakvom shvatanju moguće je prepoznati i u navedenom istraživanju, poput izraženije otvorenosti usamljenih mlađih muškaraca da koriste internet u cilju zabavljanja (Matanda, Jenvey, Phillips 2014: 111). Ipak, dobijeni rezultati istraživanja ne idu u prilog pretpostavci da su usamljene osobe sklonije da koriste internet u cilju komuniciranja, odnosno kako bi uspostavljale kontakte sa novim osobama, tragale za novim iskustvima, gledištima ili komunicirale van okvira određenih konkretnim fizičkim okruženjem. Dobijene nalaze autori istraživanja dovode u vezu sa mogućnošću da usamljene osobe radije koriste internet kako bi pobile od realnosti nego kako bi komunicirale. Ovo gledište dovodi se u vezu sa zapažanjima koje iznose Kraut i dr. (2002) – da intenzivnije korišćenje interneta može voditi povećanju usamljenosti kod pojedinih podgrupa kao što su, na primer, introvertne osobe.

Razumevanje odnosa upotrebe interneta i zabavljanja, kao i sagledavanje ove veze u odnosu na usamljenost, dodatno se usložnjava ukoliko se posmatra u odnosu na polnu pripadnost. Rezultati istraživanja u velikoj meri podržavaju ranije prepoznatu izraženiju sklonost muškaraca da koriste internet u cilju zabavljanja. Ovakav stav, ipak, umnogome treba uzeti s izvesnim ograničenjem, pre svega iz razloga da je procena korišćenja interneta u cilju zabavljanja u većini slučajeva dovođena u vezu sa korišćenjem softvera koji su najdirektnije sa zabavljanjem povezani, kakve su recimo video-igre, a koji su opet dizajnirani tako da su prema narativno-ideološkoj strukturi i društvenoj uklopljivosti prvenstveno usmereni na heteroseksualne muškarce kao primarnu ciljnu grupu.

U okviru sprovedenih istraživanja, kako je prethodno spomenuto, posebnu grupu predstavljaju ona koja pažnju primarno usmeravaju na

ispitivanje načina korišćenja interneta. Ovim istraživanjima posebno je podvučeno pitanje da li usvojeni modeli ponašanja i prisustvo određenih osećanja, kakvo je usamljenost na primer, utiču na načine na koje se internet koristi. Značajnu potporu navedenom shvatanju nalazimo u pratećoj studiji osnovnog istraživanja koje su sproveli Kraut i saradnici, u kojoj podvlače da ima malo dokaza koji idu u prilog razumevanju interneta kao agensa promene. Naime, suprotno negativnom efektu koji je primećen kod introvertnih osoba, autori istraživanja prepoznaju pozitivan efekat kod ekstrovertnih osoba, koji se ogleda u intenziviranju komunikacije, društvene angažovanosti i opšte dobrobiti. Njihov takozvani „bogati postaju bogatiji” model umnogome je interpretacijski blizak pojačavajućoj doktrini, objašnjavajući da korišćenje interneta obezbeđuje mnogo više benefita onima koji su društveno već dobro prilagođeni. U prilog ovakvom gledištu idu i zaključci koje navodi Leung (2002), a koji ističu da adolescenti koji su u komunikaciji nailazili na probleme nisu uspevali da iskoriste pozitivne komunikacijske potencijale interneta. Kako primećuje Seepersad, zaključci navedenih studija upućuju na stav da način korišćenja interneta predstavlja produžetak već razvijenih tendencija u ponašanju (Seepersad 2004: 36). Ovo, dalje, nameće pitanje načina na koje se ljudi nose sa usamljenošću, pribegavajući različitim modelima ponašanja, uključujući i one koji se ne tiču korišćenja interneta, kao što su prekomerno gledanje televizije, upotreba psihoaktivnih supstanci ili pribegavanje proaktivnim pristupima kao što je razgovor sa drugima. Seepersad navodi rezultate istraživanja koje su sproveli Rubenstein i Shaver, u kojem je zaključeno da su negativni modeli reagovanja na usamljenost povezani sa višim stepenom usamljenosti, konceptualizujući ciklični model reagovanja, prema kojem negativni načini nošenja sa usamljenošću vode daljem produblivanju usamljenosti.

U istraživanju objavljenom pod naslovom *Coping with Loneliness: Adolescent Online and Offline Behavior*, Seepersad upravo problematizuje uticaj razvijenih modela ponašanja na načine korišćenja interneta, a koji su u vezi sa usamljenošću. Ispitivanjem je trebalo doći do odgovora na pitanje da li modeli ponašanja kojima se izbegava suočavanje sa problemom vode odgovarajućim modelima korišćenja interneta, gde Seepersad navodi korišćenje interneta u cilju zabavljanja (budući da ovaj način korišćenja pretpostavlja smanjenje aktivnosti kojima bi se usamljenost prevazišla) i, s druge strane, pitanje da li proaktivni modeli ponašanja rezultiraju adekvatnim korišćenjem interneta, kao što je nastojanje da se problem prevaziđe kroz uspostavljanje komunikacije sa drugima (Seepersad 2004: 36).

Ispitivanje je obuhvatilo uzorak od 429 ispitanika, starosti od četrnaest do dvadeset tri godine (prosečna starost 19,5 godina) na prostoru

Sjedinjenih Država. Za merenje stepena usamljenosti korišćena je UCLA skala usamljenosti. Kako bi se ispitali načini suočavanja sa usamljenošću, razvijena je skala koja je obuhvatila šezdeset tema i koja ispituje dvadeset osam različitih strategija kojima se osobe nose sa problemom usamljenosti. U cilju analize, sve strategije su podeljene u četiri grupe: *zaokupiranost* (ruminati-on), koja pretpostavlja misli i stanja koje osobu zadržavaju na nivou ispoljavanja negativnih aspekata usamljenosti, *pasivno izbegavanje*, koja obuhvata oblike pasivnog ponašanja kao što su prekomerno uzimanje hrane ili gledanje televizije, kojima se izbegava suočavanje sa problemom usamljenosti, *konstruktivno-aktivno ponašanje*, koje pretpostavlja oblike aktivnog ponašanja kao što su rad, vežbanje i stanja kojima se pozitivno reinterpreтира stanje usamljenosti i *društveno izražavanje emocija*, koje uključuje komuniciranje kako bi se izrazile emocije, razgovaralo o problemu usamljenosti i nastojalo rešiti problem. Prve dve grupe u istraživanju su sagledane kao načini izbegavanja suočavanja sa problemom, dok su druge dve prepoznate kao traganje za rešenjem, odnosno definisanje pristupa.

Upotreba interneta sagledana je unutar tri segmenta: *frekventnost* – u cilju procene koliko često ispitanici koriste internet, *aktivnost* – kojom su sagledani tipovi aktivnosti vezani za internet i *značaj korišćenja* – kako bi se procenile aktivnosti koje ispitanici prepoznaju kao aktivnosti od najvećeg značaja. Dvanaest ponuđenih izbora u okviru poslednja dva segmenta razmatrano je u okviru tri kategorije: *zabavljanje* (čet-rum, igranje igara, surfovanje i zabavljanje), *komunikacija* (korišćenje imejla i instant mesindžera) i *informisanje* (posao, vesti, vreme, sport, traženje informacija, info-grupe i aktivnosti koje su u vezi sa školovanjem).<sup>1</sup>

Rezultati dobijeni istraživanjem samo su delimično podržali postavljenu hipotezu da se razvijeni modeli suočavanja sa usamljenošću reflektuju u načinima upotrebe interneta (Seepersad 2004: 38). Uočeno je da je ova veza snažnija u okviru grupe ponašanja kojima se izbegava suočavanje sa problemom i korišćenja interneta u cilju zabavljanja. Drugim rečima, ispitanici koji su razvili modele ponašanja kojima izbegavaju suočavanje sa problemom usamljenosti nastavili su da koriste internet na isti način. Značajno je zapažanje da su ispitanici koji su razvili strategije suočavanja sa usamljenošću svrstane u okviru grupa *zaokupljenost* ili *pasivno izbegavanje* takođe koristili internet u cilju zabavljanja, prepoznajući istovremeno upravo zabavljanje kao najznačajniji oblik korišćenja interneta (Seepersad 2004: 38). S druge strane, nije uočena snažnija veza između strategija koje pripadaju grupi

<sup>1</sup> Prema objašnjenju, čet-rum je svrstan u grupu *zabavljanje*, budući da je ova aktivnost pokazala značajnu korelaciju sa ostalim aktivnostima ove kategorije (Seepersad 2004: 37).

društvenog suočavanja i kroz izražavanje emocija i korišćenja interneta u cilju komuniciranja, iako su ovi ispitanici navodili upravo komuniciranje kao jedan od najznačajnijih oblika korišćenja interneta, nasuprot ispitanicima kod kojih je prepoznat razvijen model pasivnog izbegavanja problema, koji komuniciranje nisu sagledavali kao značajniji oblik korišćenja interneta, no koji su upravo ovaj oblik navodili kao najčešći način upotrebe (Seepersad 2004: 38). Kako Seepersad primećuje, veza između razvijenih modela ponašanja i upotrebe interneta samo delimično može biti prihvaćena, te nije jasno pokazano da li internet može uticati na razvoj određenih strategija suočavanja sa usamljenošću (Seepersad 2004: 38). Drugim rečima, upoređujući rezultate sa ranijim istraživanjima, ostaje više verovatno da bi se razvijeni modeli ponašanja mogli reflektovati u načinima upotrebe interneta nego što bi to moglo biti obrnuto, dok upotreba interneta u cilju zabavljanja može biti viđena kao još jedan od načina izbegavanja suočavanja sa usamljenošću.

Uprkos tehničkom unapređenju kanala komuniciranja i saobraćajnih veza na planetarnom nivou, te proširenju dostupnosti društvenih aktivnosti, kulturnih proizvoda i sadržaja, problem usamljenosti poslednjih decenija sve je više dobijao na važnosti kako u teorijskim tako i u empirijskim istraživanjima. Promišljanje odnosa usamljenosti i tzv. zabavnih medija, u navedenom naučno-teorijskom kontekstu, upravo zbog složenosti, ali i dinamike uspostavljene veze, predstavlja jednu od centralnih linija. Iako je rana istraživačka faza ovog problema umnogome obeležena izraženim jednodimenzionalnim pristupom, dobijena saznanja, ali i proširenje pristupa, vrlo brzo su pokazali da je odnos medijski posredovanog zabavljanja i usamljenosti daleko složeniji i višesmeran, a njegovo razumevanje dodatno opterećeno razvojem modela korišćenja medija, ali i novih oblika medijski posredovanog zabavljanja. Otuda se razumevanje šireg društvenog konteksta, te primena složenog transdisciplinarnog pristupa u promišljanju problema, mogu prepoznati kao bitni preduslovi dubljem zadiranju u ovo pitanje, kojim bi se moglo odgovoriti na izazov stalne promenjivosti uslova i okolnosti ispoljavanja i ostvarivanja između usamljenosti i tzv. zabavnih medija.

## LITERATURA

Błachnio, Przepiorka, Boruch, Bałakier (2016): Agata Błachnio, Aneta Przepiorka, Wioleta Boruch, Edyta Bałakier, Self-presentation styles, privacy, and loneliness as predictors of Facebook use in young people, *Personality and Individual Differences*, 94, 26–31.

Canary, Spityberger (1993): Daniel J. Canary, Brian H. Spityberger, Loneliness and media gratification, *Communication Research*, 20.

Gackenbach (Ed.) (1998): Jayne Gackenbach (Ed.), *Psychology of the Internet: Intrapersonal, interpersonal and transpersonal implications*, San Diego: Academic Press.

Griffiths (1997): Mark Griffiths, Friendship and social development in children and adolescents: The impact of electronic technology, *Educational and Child Psychology*, 14, 25–37.

Katz, Aspenden (1997): James E. Katz, Philip Aspenden, A nation of strangers?, *Communications of the ACM*, 40(12), 81–86.

McKenna, Green, Gleason (2002): Katelyn Y. A. McKenna, Amie S. Green, Marci E. J. Gleason, Relationship formation on the Internet: What's the big attraction?, *Journal of Social Issues*, 58(1), 9–31.

Korgaonkar, Wolin (1999): Pradeep Korgaonkar, Lori Wolin, A multivariate analysis of web usage, *Journal of Advertising Research*, 39(2), 53–68.

Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings, Helgeson, Crawford (2002): Robert Kraut, Sara Kiesler, Bonka Boneva, Jonathon Cummings, Vicki Helgeson, Anne Crawford, Internet paradox revisited, *Journal of Social Issues*, 58(1), 49–74.

Lemieux, Lajoie, Trainor (2013): Robert Lemieux, Sean Lajoie, Nathan E. Trainor, Affinity-seeking, Social Loneliness, and Social Avoidance Among Facebook Users, *Psychological reports*, 112(2), 545–552.

Leung (2002): Louis Leung, Loneliness, self-disclosure, and ICQ, *Cyber Psychology & Behavior*, 5(3), 241–251.

Matanda, Jenvey, Phillips (2014): Moana Matanda, Vickii B. Jenvey, James Gavin Phillips, Internet Use in Adulthood: Loneliness, Computer Anxiety and Education, *Behaviour Change*, 21(2), 103–114.

Rubenstein, Shaver (1982): C. M. Rubenstein, P. Shaver, The experience of loneliness, In: L. A. Peplau, D. Perlman (Eds.), *Loneliness: a sourcebook of current theory, research and therapy*, New York: John Wiley and Sons, 206–223.

Seepersad (2004): Sean Seepersad, Coping with Loneliness: Adolescent Online and Offline Behavior, *Cyber Psychology & Behavior*, 7(1), 35–39.

Shapiro (1999): Judith Shapiro, Loneliness: Paradox or artifact?, *American Psychologist*, 54(9), 782–783.

Teppers, Luyckx, Klimstra, Goossens (2013): Eveline Teppers, Koen Luyckx, Theo Klimstra, Luc Goossens, Loneliness and Facebook Motives in Adolescence: A Longitudinal Inquiry Into Directionality of Effect, *Journal of Adolescence* 37(5), 691–699.

Zhou (2010): Selina Xingyuan Zhou, *Gratification, Loneliness, Leisure Boredom and Self-esteem as Predictors of SNS-Game Addiction and Usage Pattern among Chinese College Students*, Graduation project presented to the Faculty of Graduate School of the Chinese University of Hong Kong in partial fulfillment of requirements for the Degree of Master of Science in New Media (Supeong Kong).

Dragan Ćalović

University Business Academy in Novi Sad  
Faculty of Contemporary Arts in Belgrade

## LONELY ENTERTAINMENT

*Summary:* Since the 1990s, the link between loneliness and the Internet use has attracted the attention of researchers. During the early stage, interpretative approaches followed the belief that the Internet can bring an overall positive effect on well-being. On the other hand, uncontrolled Internet use has been known to have negative effects on well-being, such as depression and loneliness. Another group of research studies has changed the approach, arguing that certain problems such as loneliness or depression can cause addiction or other forms of inadequate Internet use. The paper compares the results of various studies that thematize this connection, with a special focus on understanding the link between loneliness and using the Internet for entertainment purposes. The aim of the paper is to underline the complexity of this problem and to highlight the central aspects of its further analysis.

*Keywords:* Internet, research, media, loneliness, entertainment.



Marko M. Đorđević

УДК 77.041.5-026.87:316.472.4

Univerzitet u Kragujevcu

Fakultet pedagoških nauka u Jagodini

Dobrivoje Ž. Stanojević

Univerzitet u Beogradu

Fakultet političkih nauka

Tamara S. Đorđević

Akademija vaspitačko-medicinskih strukovnih studija

Kruševac

## TRAGEDIJA SELFIJA

*Apstrakt:* Razvoj društvenih mreža, novih medija, digitalnih aplikacija i komunikacijskih platformi reaktuelizovao je problem usamljenosti savremenog čoveka, ali doprineo i nastanku novih fenomena koji, iako ne direktno, imaju veze sa usamljenošću. Jedan od njih je i smrt zbog selfija. Reč je o aktivnostima i radnjama pojedinačne osobe koje dovode do tragičnog ishoda, iako su prvenstveno zamišljene kao igra. Gotovo da bi se moglo govoriti o novom medijskom žanru, *tragediji selfija*, koji se u određenim aspektima može dovesti u vezu i sa antičkom tragedijom kao pozorišnim žanrom.

Svakodnevno do nas dopiru priče o „tragičnim junacima” koji su izgubili život slikajući se mobilnim telefonom, jednostavno želeći da zadive virtuelni auditorijum nekom svojom „ludošću” i „začudnošću”. U osnovi njihovog medijsko-dramskog performansa je „oneobičavanje” stvarnosti, ali i potreba za privlačenjem pažnje i izazivanjem utisaka kod drugih.

Tragični pad „junaka” *tragedije selfija*, kao i onaj „tragičnog čoveka” na pozorišnoj sceni u antičkim dramama, u vezi je sa određenom nesmotrenošću ili greškom koju svako može počinuti. I savremene junake i „osrednje karaktere” *tragedije selfija*, kao i one pre mnogo vekova u Eshilovim delima, može da zaslepi strašna Ate, boginja zaslepljenosti, duševnog nemira i obmane, i namami ih u svoje mreže i ponore.

U radu nastojimo da objasnimo osobenosti ovog medijskog žanra, upoređujući ga u određenim aspektima sa antičkom tragedijom, zastupajući tezu da je savremeni čovek, iako u visokotehnološkom komunikacijskom okruženju, žrtva usamljenosti, a da je naš svet u dubini svog bića duboko tragičan i podeljen.

*Ključne reči:* selfi, tragedija, tragedija selfija, antička tragedija, mediji, usamljenost.



## SELFI I SMRT

*U SMRT ZBOG SELFIJA* mogao bi da glasi novinski naslov teksta ili televizijskog priloga koji govori o osobama koje su izgubile život slikajući se mobilnim telefonima.<sup>1</sup> Takvih osoba je svuda u svetu, pa i kod nas, sve više, sudeći po bizarnim i senzacionalističkim naslovima koji se svakodnevno provlače u medijima. I najjednostavnijom Gugl pretragom navedenog fenomena, pred našim očima izvire mnoštvo senki i fotografija „tragičnih junaka” koji su, želeći da zadive auditorijum nekom svojom „ludošću” i neobičnošću, skliznuli sa pozornice života u nepovrat.<sup>2</sup>

Mesta dešavanja ovih tragičnih medijskih performansa, u čijoj osnovi je igra, najčešće su litice visokih stena, krovovi solitera, krovovi vagona vozova i uopšte oni ambijenti koji po svojim osnovnim karakteristikama odstupaju od uobičajene svakodnevice. Takva mesta i spontana, a nekada i planirana radnja ovih performansa, mogu imati adrenalinsko i katarzičko dejstvo, kako za glavne aktere koji učestvuju u stvaranju selfija, tako i za one koji posredstvom društvenih mreža, u svojstvu publike, učestvuju u njima.

O fenomenu selfija i ovom pojmu (engl. *selfie*) koji se najčešće dovodi u vezu sa društvenim mrežama i autoportretima koje osobe izvode fotografišući se same ili u društvu, sopstvenim telefonom ili foto-aparatom, kako bi te fotografije objavile na društvenim mrežama, dosad je mnogo pisano i istraživano iz uglova različitih nauka. Među njima svakako prednjače psihološka istraživanja, u kojima je fenomen selfija najčešće dovođen u vezu sa narcisoidnošću i egocentrizmom, ali i sa problemom usamljenosti.

Američka psihološkinja i profesorka Džin Tvendž (Jean Twenge) i profesor Kit Kembel (Keith W. Campbell) u knjizi *Epidemija narcizma: Život u doba prava* (2009) pišu o „epidemiji” narcisoidnosti, smatrajući da je ovaj termin evoluirao otkad je pre nešto više od jednog veka ušao u upotrebu kao oznaka za crte ličnosti; od dijagnoze i poremećaja, preko socijalne etikete do stila življenja.

Autori ove knjige uporedili su razmere širenja epidemije narcisoidnosti među američkim studentima, od osamdesetih godina do danas, sa vrtočnim porastom preterane gojaznosti, zaključujući da je generacija „milenijalaca”, koja obuhvata rođene od kraja sedamdesetih do pred kraj prošlog

<sup>1</sup> <https://www.novosti.rs/vesti/planeta.299.html:841854-U-smrt-zbog-selfija-Misica-poginula-pokusavajuci-da-napravi-savrsenu-fotografiju-VIDEO>, posećeno 30. 8. 2020.

<sup>2</sup> <https://www.google.rs/search?sxsrf=ALeKk01dBSjGfja7Bp70m1sIWusItXRVAa%3A1598799394966&source=hp&ei=Ir5LX5jMOP6djLsPgdygsAU&q=smrt+zbog+selfija>, posećeno 30. 8. 2020.

veka, znatno narcisoidnija, ali istovremeno i manje buntovna, tolerantna i srećna od prethodnih pokolenja.

Tome je zasigurno u protekloj deceniji doprineo i vrtoglav uspon novih medija, mobilne telefonije, komunikacijskih platformi i društvenih medija koji su dodatno pogodavali razvoju egocentrizma, narcisoidnosti i potrebe za privlačenjem pažnje, otvarajući nove medijske prostore za njihovo izražavanje i predstavljanje.

Kada su u pitanju razlike u polu i starosti, ali i obrasci ponašanja u vezi za selfijem, treba pomenuti istraživanje koje su 2016. u Norveškoj sprovedi Dir (Dirr), Palesen (Pallesen), Toršim (Torsheim) i Andreasen (Andreassen). Oni su se fokusirali na tri starosne grupe: adolescente (od 12 do 19 godina starosti), mlađe odrasle (od 20 do 30 godina starosti) i odrasle (od 31 do 50 godina starosti).

Na osnovu onlajn uzorka koji je činilo više od 3.763 ispitanika, oni su analizirajući obrasce ponašanja u fotografisanju, objavljivanju i uređivanju selfija, došli do zaključka da se ženski pol pokazao kao aktivniji u korišćenju mogućnosti kropovanja (obrezivanja) i ulepšavanja fotografija posredstvom različitih filtera, a da adolescenti češće objavljuju lične selfije uz korišćenje različitih filtera, u odnosu na mlađe odrasle i odrasle, što bi se u skladu sa teorijama razvojne psihologije i teorijama kreiranja onlajn identiteta moglo dovesti u vezu sa specifičnim razvojnim periodom. Taj period karakteriše zbunjenost, nestabilnost, traženje sebe, eksperimentisanje sa različitim identitetima, traženje potvrde od drugih, privlačenje pažnje itd. „U svetlu ovih teorija, nalazi da su adolescenti i mlađi odrasli mnogo aktivniji i angažovaniji u postavljanju i uređivanju fotografija tumače se kao ponašanje kroz koje se istražuje, eksperimentiše i gradi njihov onlajn identitet. Takođe, oni su skloniji otkrivanju više ličnih informacija u poređenju sa drugim grupama s obzirom na to da se nalaze u fazi razotkrivanja sebe tokom koje izgrađuju emocionalnu intimnost i intimne veze, dok su odrasli već prošli tu fazu razvoja” (Zdravković 2019).

Kompanija *Gugl (Google)* je tokom 2014. godine objavila statističke podatke da se samo na društvenoj mreži Instagram dnevno postavi devedeset tri miliona selfija, i to samo posredstvom *Android* uređaja, a društvene medije u svetu danas koristi oko dve i po milijardi ljudi, što znači da su informaciono-komunikacione tehnologije (IKT) duboko utkane u život ljudi i njihov način uspostavljanja komunikacije sa drugima.

Govoreći o fenomenu „superpovezanosti” i sve veće okrenutosti ljudi „težno-društvenom životu”, američka komunikološkinja Meri Čejko (2019), ističe da za one koji su digitalno povezani sa drugima, ti procesi dobijaju neverovatne dimenzije. „Ljudi mogu da posmatraju i uoče tuđe reakcije na

sebe u digitalnom prostoru” i da poput glumaca, kako smatra sociolog Erving Goffman (Goffman 1959), odglume različite aspekte svog života u onlajn interakciji sa drugima, praveći svojevrsnu predstavu od sopstvenog života bilo gde da se zateknu (Čejko 2019: 138).

Upravo u pomenutom kontekstu, pokušaćemo da sagledamo specifičnosti novog medijskog žanra koji smo nazvali *tragedija selfija*. Ne dovodeći u pitanje suštinske razlike između antičke tragedije kao pozorišnog žanra i *tragedije selfija* kao medijskog žanra, nastojaćemo da detaljnije opišemo ovaj drugi.

## SELFIA KAO TRAGEDIJA „OBIČNIH LJUDI” I „OSREDNJIH KARAKTERA”

Svakodnevno do nas dopiru priče o „tragičnim junacima” koji su izgubili život slikajući se mobilnim telefonom, jednostavno želeći da zadive virtualni auditorijum nekom svojom „ludošću” i „začudnošću”. U osnovi njihovog medijsko-dramskog performansa je „oneobičavanje” stvarnosti, ali i potreba za privlačenjem pažnje i izazivanjem utisaka kod drugih.

Gotovo da bi se moglo govoriti o novom medijskom žanru, *tragediji selfija*, koji se, pored ostalog, može u određenim aspektima dovesti u vezu i sa antičkom tragedijom kao pozorišnim žanrom. I savremene junake i „osrednje karaktere” *tragedije selfija*, kao i one pre mnogo vekova u Eshilovim delima, može da zaslepi strašna Ate, boginja zaslepljenosti, duševnog nemira i obmane, i namami ih u svoje mreže i ponore.

Preuzimajući moralnu ulogu i baveći se tragičkom sudbinom junaka i univerzalnim pitanjima ljudske egzistencije, tragedija je nudila gledaocima mogućnost da se uzdignu iznad svakidašnjice, da „pročiste” svoje misli i u zbivanjima na pozornici potraže ključ za razumevanje jednog višeg ustrojstva sveta. Ujedno, to je bio put i ka dubljem upoznavanju sebe, sopstvenih sklonosti, težnji i način da se posredstvom umetnosti pronađu odgovori na mnoga životna pitanja.

„Baš u pozorištu Helen je gledao narodne junake kako rade i trpe, slušao ih kako govore i svoju prirodu uspoređivao sa njihovom. Tu je on prvi put kroz delo pesnikovo zavirio u svoje srce i video kako u tom srcu nastaju sukobi: sukobi sa samim sobom, s okolnostima, sa društvom i državom, sa prirodnim i ljudskim zakonima” (Đurić 2003: 240).

Dvadeset šest vekova kasnije, pred očima milionskog auditorijuma zapletenog u mreže medijskih opsena, sukob mitskih junaka i bogova zamenjen je u tragediji selfija tragikom „običnih” ljudi i „osrednjih karakterata”. Krupna moralna pitanja i dileme zamenjeni su trivijalnim i banalnim temama, ali i

površnom zavodljivošću slika. Sve je manje uzvišenih misli i junačkih dela, a u grozničavoj potrazi za što većom pažnjom i viralnošću na društvenim mrežama, „preduzeća privida” (Virilio 2000: 119) su omogućila stvaranje pogodnog ambijenta za negaciju svih istinskih vrednosti. Stvarnost je brutalno banalizovana, spektakularizovana i ogoljena do besmisla, a opravdanje se pronalazi u sveprisutnoj težnji ka „totalnoj zabavi” i opuštanju.

*Tragediju selfija*, kao i većinu savremenih medijskih žanrova poput *rijaliti šoua*, *tok šoua* i drugih, odlikuje visok stepen shematizma i stereotipnosti, uz prisustvo karakterističnih opštih mesta. Stvaralački postupak najčešće se zasniva na upotrebi „pametnih telefona” kojima se glavni junak fotografiše ili snima i „režira” i izvodi performanse u virtuelnim „amfiteatrima” za publiku koja posredstvom društvenih mreža u njima učestvuje.

Glavni junaci ne nose maske (grč. πρόσωπον, lat. *persona*), što je bio jedan od važnijih rekvizita antičkog teatra, ali su njihova lica najčešće uslikana u neprirodnoj pozi, uz izveštačen osmeh, napućena usta, a neretko su i obojena različitim filterima za ulepšavanje. U vizuelnom smislu, to doprinosi stvaranju karikaturalno-fantastičnih i grotesknih efekata.

Reakcije publike su u obliku „lajkova”, a cilj je prikupiti ih u što većem broju. To glavnog junaka tragedije selfija i nagoni da učini nešto netipično i nesvakidašnje, što određuje viralnost, tj. popularnost dela i brojnost gledalaca u „amfiteatrima”. Snima se iz ruke ili korišćenjem štapa za slikanje (*selfiestick*), a kadar je, najčešće, krupni plan koji prikazuje glavu sa delom ramena.

Tragični pad „junaka” tragedije selfija, kao i onaj „tragičnog čoveka” na pozorišnoj sceni u antičkim dramama, u vezi je sa određenom nesmotrenošću ili greškom koju svako može počinuti. To ne moraju biti mitski junaci koji se bore sa okrutnim bogovima, već obični ljudi i osrednji karakteri sa svim vrlinama i manama.

Reč je o „junacima” koji žele da zadive gledaoce time što se približavaju visokoj litici ili se nalaze na krovu visoke zgrade u nameri da se upravo tu uslikaju i objave fotografiju na Instagramu, ali iz određenog razloga gube ravnotežu i propadaju. Neretko ove „junake” nalazimo i na železničkim stanicama i sutradan čitamo u dnevnoj štampi da su se penjali na krovove železničkih vagona da naprave selfi kada ih je usled strahovitog strujnog udara zatekla smrt.

## DRUŠTVO NARCISA I „USAMLJENE GOMILE”?

Razvoj društvenih mreža, novih medija, digitalnih aplikacija i komunikacijskih platformi, tokom protekle decenije, reaktuelizovao je problem usamljenosti savremenog čoveka, ali doprineo i nastanku novih fenomena koji, iako ne direktno, imaju veze sa usamljenošću.

Smrt zbog selfija koji je u osnovi medijskog žanra *tragedija selfija*, mogao bi se, kako smo na početku naveli, dovesti u vezu i sa ovim problemom, ali i sa Rismanovim pojmom „usamljene gomile” koji je postao opšta oznaka za otuđenost pojedinaca u razvijenom postindustrijskom, a u našem slučaju, postmedijskom društvu.

Sve veća dostupnost informacija i okrenutost mladih ka upotrebi novih informaciono-komunikacionih tehnologija i medijski posredovanih oblika komunikacije, paradoksalno je dovela do sve izraženije otuđenosti i osećaja besmisla i usamljenosti.

Savremeni medijski narcizam, posebno svojstven junacima *tragedije selfija*, takođe u sebi sadrži elemente tragičkog koje nalazimo i u antičkom mitu o Narcisu, a na ovom mitu, donekle, počiva i celokupna kultura i estetika selfija.

Iako su odraz sopstvenog lika u vodi, zaljubljenost u sebe i utapanje u jezeru zamenile smrti izazvane ogledanjem u ekrane mobilnih telefona, neka od osnovnih obeležja tragedije, poput tragičkog junaka, tragičke krivice i tragičkog završetka, i dalje su prisutna.

Mit o Narcisu u medijskom okruženju *tragedije selfija* dobija neka nova značenja i dimenzije, ne gubeći na aktuelnosti, a savremeni čovek, iako u visokotehnološkom komunikacijskom okruženju, postaje žrtva usamljenosti i svedok činjenice da je naš svet u dubini svog bića duboko tragičan i podeljen.

## LITERATURA

Virilio (2000): P. Virilio, *Informatička bomba*, Novi Sad: Svetovi.

Gofman (1959): E. Goffman, *The presentation of self in everyday life*, New York, NY: Anchor.

Dir, Palesen, Toršim, Andreassen (2016): A. Dhir, S. Pallesen, T. Torsheim, C. Andreassen, Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours?, *Computers in Human Behavior*, Vol. 63, 549–555.

Đurić (2003): M. Đurić, *Istorija helenske književnosti*, Beograd: Dereta.

Leski (1995): A. Leski, *Grčka tragedija*, Novi Sad: Svetovi.

Risman (1965): D. Risman, *Usamljena gomila*, Beograd: Nolit.

Twenge, Kember (2009): Jean M. Twenge, Keith W. Campbell, *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*, New York: Free Press. ISBN 978-1416575986. LCCN 2008044705.

Čejko (2019): M. Čejko, *Superpovezani – Internet, digitalni mediji i tehno-društveni život*, Beograd: Clio.

## WEBOGRAFIJA

Zdravković (2019): J. Zdravković, *Psihologija i fenomen selfija*, <https://psihologijainterneta.wordpress.com/>, posećeno 27. 8. 2020.



Predrag Terzić, Graz 06, ugljen na papiru, 70x50cm, 2015.

Marko M. Đorđević  
University in Kragujevac  
Faculty of Education in Jagodina

Dobrivoje Ž. Stanojević  
University in Belgrade  
Faculty of Political Sciences

Tamara S. Đorđević  
Preschool Teacher Training College  
Kruševac

## THE TRAGEDY OF THE SELFIE

*Summary:* The development of social networks, new media and communication platforms has reactivated the problem of loneliness of the contemporary man, but also contributed to the emergence of new phenomena that, although not directly, have to do with loneliness. One of them is death due to selfies. It is about activities and actions of individuals that lead to a tragic outcome, even though they are primarily intended as a game. It is almost possible to speak of a new media genre, *the tragedy of the selfies*, which, among other things, can be linked to the ancient tragedy as a theatrical genre.

Every day we hear the stories of “tragic heroes” who lost their lives by taking photos with their phones, simply wanting to amaze the virtual audience with their “craziness” and uniqueness. At the core of their media-dramatic performance is playing with the categories of the real and the illusory, but also the need to attract attention and to impress others.

The tragic fall of the “hero” of the tragedy of the selfies, as well as that of the “tragic man” in the theatrical scene in ancient dramas, is related to a certain recklessness or mistake that anyone can commit. Contemporary heroes and “mediocre characters” of the tragedy of the selfies, as well as those many centuries ago in Aeschyl’s works, can be blinded by the terrible Ate, the goddess of blindness, mental restlessness and deception, and lured into her networks and abysses.

The paper seeks to explain the peculiarities of this media genre. It is argued that the modern man, although in a high-tech communication environment, is a victim of loneliness, and that our world is tragic and divided.

*Keywords:* the tragedy of the selfie, ancient tragedy, media, styles of loneliness, rhetoric of loneliness.



## KREATIVNO OSAMLJIVANJE (HALVET) KAO VIŠI STUPANJ LIČNOSTI

*Apstrakt:* Neke osobe se osamljuju jer ne vole ljude. Druge uživaju u „slastima” samoće. Oba motiva za osamljivanje su simptomi poremećaja. Takva usamljenost je *odnos*. I traži mas-medije. Ima i onih koji se osamljuju kako bi uvećali znanje iz nevidljivog svijeta. Kad osamljivanje vodi ka višem *stupnju* ličnosti, onda je to kreativno postignuće. Takvih stupnjeva, sufije vele, ima preko hiljadu. U ovom radu ćemo govoriti o osamljivanju kao kreativnom postignuću.

*Ključne riječi:* usamljenost kao odnos, usamljenost kao stupanj, mediji.

Odavno me sam naziv neke konferencije ili skupa, sama spona dviju važnih riječi, kao ova – ‘mediji’ i ‘usamljenost’ – nisu tako snažno i srčano privukli k sebi kao poziv iz i za susrete u Jagodini. Ponajprije stoga što u polje naših promišljanja i analitika, nakon toliko brojnih i poprilično sterilnih medioloških i komunikoloških tema i dilema, poput vještačke inteligencije i tehnologizacije koja oduzima dah i prostor za odgovor, pa ako baš hoćete i prostor za um i srce uopće, napokon skliznu jedna potiha ali moćna, nevidljiva ali snažna tema kakva je ova vezana za skup u jesen 2019. godine. Tema je, naime, neizreciva koliko i izreciva, skrivena koliko i otkrivena (javnodiskursna), lična ili osobna koliko i masovna i općenita, dobra koliko i možda zla. A svi me ovi opsežni rasponi i mišljenja i osjećanja neizmjereno zanimaju, kopkaju, čine ponekad odvažnom koliko i ustreptalom ili nujnom, dakako svaki put više odgovornom no što bijah prethodni dan. Ko je koga prizvao? Mediji usamljenost? Ili usamljenost medije?

Način našeg postmodernog života ili svekoliko otuđenje, bijeda neoliberalizma ili očaj neslobodnih milijardi ljudi u ozračju takozvanih velikih povelja o baš njihovim, ljudskim pravima? Kriza materijalizma ili kriza filozofije i plitkog mišljenja, kriza otuđujućih medija ili rigida uskotračne znanosti, izgubljeni raj emocija i svjetlosti čistih srca, ili zahrđala ideologijska



као lažna svijest? Kriza istinske religije kao unutarnje čistote i duboke vjere u neizrecivo?

U ovom tekstu propitujem suodnos medija i usamljenosti kroz prizmu dvaju mogućih misaonih tokova: usamljenosti kao *odnosa* i usamljenosti kao *stupnja* ili *ranga*. Jer i odnos i stupanj, dakle, čine usamljenost, definiraju usamljenost kao moguće tumačenje u filozofiji, u filozofiji medija, ili duhovnosti kao ponajširem opsegu u koji smještamo sve ono onostrano a postojeće, beskonačno a tmasto, možda do kraja nejasno ili neiskazivo medijskim paragrafom – formom, konfiguracijom, žanrom, vrstom, podvrstom, logikom, obličjem. Usamljenost je, naime, najprije unutarnje stanje i izbor, neka vrsta apstraktne emocije ili vokacije koja se iz teorije vijesti pretvara u živu vijest, kao konkretna forma, kao slika nekog samog, izoliranog ili odvojenog, pa mi očima i vidom najčešće registriramo stanje usamljenosti. Pritom nismo posve sigurni da li slika koja prati vijest o samcima uopće i jest ili nije slika usamljenih osoba. Tako, medijatzacija ili pretakanja stanja ili emocija<sup>1</sup> (sufije to divno nazivaju *halom*, *halovima*) usamljenosti u medijske oblike, pa dakle ni sama usamljenost, *ne može se autentično medijatzirati*. Naime, kao i sve druge emocije i nutarnja stanja, i ova se opire povanjštinjenju, medijskoj upotrebi i tehničko-tehnološkom posredovanju. Ali, recimo da je moguće pisati, čitati, fotografirati, vizualizirati, tonski zapisivati ili *live* (uživo) pratiti usamljenosti ovoga svijeta i ovoga čovjeka iz 21. vijeka u kojemu, evo, postojimo i okupljamo se.

## DUŠEVNE BOLESTI STIŽU I ZBOG USAMLJENOSTI

Dok se pojavljivala pozivnica za ovu konferenciju, u Sarajevu je na Univerzitetu Sarajevo gostovao predsjednik nekad Svjetske a sada Evropske unije psihijatar, tačnije dana 3. 3. 2019. prof. dr. Norman Sartorius govorio je o obrazovanju i mentalnom zdravlju. Prosto kao naručen da iz obilja informacija o stanju mentalnog, ili bih radije rekla duševnog zdravlja svjetske populacije podastre najnovije podatke o tome, iz prve ruke i bez friziranja ili frejmiranja, jer se obraćao na neki način stručnim slušateljima. Jasno nam je postalo da je stanje duševnih bolesti usko vezano sa najmanje šest faktora, koji su neka vrsta abecedarija našeg vremena i prostora. Prof. Norman je ipak na prvo mjesto stavio *urbanizaciju*, potom slijede *komodifikacija*<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> O sufijskom konceptu spoznaje *haalveta* ili samoće pogledati u raspravama u knjizi *Mek-kanska otkrovenja* Muhjuddina Ibni Arebija (Sarajevo: Udruženje „Ibni Areni”, 2011), na str. 238–259; o nesamoći na str. 268–170.

<sup>2</sup> Komodifikaciju je definirao novi trend u svijetu da se sve stvari, pa i duševne bolesti, pro-

*informatizacija* ili sve ovo čime se mi iz sfere masovnih medija bavimo, *promjena obitelji*, *novi uslovi rasta djece* i napokon *osmoza kulturnih utjecaja*. Od frapantnih podataka izdvojila bih samo neke koji su usko vezani za temu 'Usamljenost i mediji': smanjen je broj djece u Evropi za 50%, većina postojeće djece raste u jednoroditeljskim obiteljima te nemaju iskustva braće i sestara, oca ili majke, te ne umiju sami kasnije formirati i voditi vlastite obitelji, zatim, potpuno napuštena djeca ne umiju oformiti vlastitu obitelj, sve brojniji vrtići su također faktor rizika jer djeca dane i dane provode van kruga porodice ne učeći se u životu kakva je uloga djeda, bake, brata... Sljedeći podaci su također teški: briga nad starim roditeljima je izrazito zapušтана, u Bangladešu su morali donijeti zakon o obavezi brige o roditeljima, u Pekingu 70% starih žive bez njege bliskih osoba sem pazitelja, stranaca, za novac, i okruženi inernetskim konekcijama i medijima; 60% ljudske populacije trenutno boluje od neke vrste duševnih bolesti; samaca je u Londonu 30% od ukupne populacije. Oni imaju 'sve': novac, RTV, internet, ali nemaju nekoga živog koji bi im kazao barem – 'Dobro jutro'. Usamljenost je očito u porastu, i to svuda, od razvijenog do nerazvijenog svijeta, s tim što treba biti pošten pa priznati da je usamljenost daleko veća u visoko razvijenim društvima. O ovim problemima mediji manje-više ne izvještavaju, ili to čine fragmentarno, nesavjesno i otuđeno. A to je zbilja svijeta u kojemu jesmo. Usamljeni ljudi, poznato je, lakše obolijevaju od duševnih bolesti. Uz usamljenost ide, uz ostalo, i ovisnost o internetu, koja je već na razini od 6 sati dnevno na nivou svjetske populacije. Naravno, kod onih koji ga imaju. A većina ga već ima. Novu ovisnost koja se tiče „izabrane usamljenosti” bilježimo u Japanu, „viki komori” se naziva i u prijevodu znači „ja se povlačim” – najčešći primjer je tinejdžer u svojoj sobi, zaključan, usamljen, surfa i samuje. Roditelji mu samo ubace hranu, on samujući pravi plan samoubistva i često se više njih istovremeno samoubijaju. Nažalost, to nije samo japanska specijalnost, već je Francuska daleko odmakla u ovoj negativnoj pojavi, kao i Holandija, Belgija pa i Švicarska, podaci su profesora Sartoriusa. Dakako da je sa pandemijom virusa Covid 19 sva ova statistika uveliko pogoršana diljem planete.

---

matraju sa stajališta novca, te se sve nastoji učiniti mjerivim i isplativim ili neisplativim, ali samo i jedino novcem. Osnovno pitanje kod tretmana i najlakših i najtežih bolesnika postaje: Hoćemo li na tome uštedjeti? – tako da je i u ovim strukama sve manje stvarnih znalaca svoga posla i istinskih stručnjaka, a sve je više marketinških menadžera koji sve oko sebe pretvaraju u profit i marketinške trikove.

## QUO VADIS, HOMO SAPIENS?

To bi bila uvodna skica neke vanjske usamljenosti, ili prinudne usamljenosti gdje je osoba usamljena stjecaјem џivotnih okolnosti ili je došla kao rezultat datog друштvenog sistema u kojemu obitava мноштво usamljenika, bilo kao logičan slijed ili rezultat важећег морала и етике који *per se* избијaju из ове наше сплашњале ере neoliberalizma и korporativnog globalizirajuћег капитализма. Dakle, *usamljenost kao stanje* наше планете и njenih становника. Можемо га и drukčije називати. Bit му је иста – „брже више” као гвоздени ратнички profitni moto освајања свих могућих ресурса Planete и Kosmosa, без имало станке или моралне dileme.

Quo vadis, homo sapiens? Dakle, vrijeme је и за више пута ово питање ponoviti. Kamo то као људи, као misleća бића hrlimo? Kamo idemo? Је ли то све добро за нас као људски род? Може ли се процес kontrolirati, ако не и зауставити? Што нам је чинити? Тако се некад питао Lenjin, и ни на који начин не џелим му сличити, само ми се asociјacija појавила... Gdje би се ова zahuktala civilizacija, ова egoistična racionalistička kultura могла dozvati? Ima ли нам спаса? Eventualno – gdje stanuje spas? За све нас?

I kad би то била само utopiја и kad би било одвише kasno, као misleće и осјећајуће биће не могу шутјети, mirovati и не nuditi makar naive priјedloge. Zato u mom promišljanju uvijek ostavlјam prostor за оно чему ponajmanje посвећујемо пажњу – а тиће нас се. Свих на исти начин. Можемо ли се *kišobранu duhovnosti* makar ovako izranјavани и наћети прикућити? Можемо ли као Heraklitov електрон који sklizne s putanje и promijени svoju valenciју promijeniti smјer и putanju која krivo ide? Човјек са disanjem постоји, а о disanju mahom nikada не misli sem kod astme или алергијских напада, те u posljednjim mјесецима код прикључивања на respiratore код pandemiјске upale pluća. Svaki људски dah је важан. Јер један који се прекине означава наш крај, једноставну обичну смрт коју у nemoći и strahu odbacујемо. Ако нас dah чини живима, па потом све остало омогућава, зашто о Автору dahova не promišљамо? Gdje смо pogriјешили kad смо odbили бити u harmoniji? Јер u тој sferi такођер постоји usamljenost. Али је она виђена као postignuće, као svјestan čin и начин, као *rang* или *stupanj odabrane osobnosti*. U том случају све што нам треба смо ми сами, наш људски potencijalitet који је огroman, никакви нас tehнички produћeci не чине болјима или gorима, никакви нас mediji, како ih је још McLuhan proskribирао као наше „osobne produћetke”, неће uistину ни produћити ни produbити ни осmisлити... Ништа нам изван нас samih са dahovima који оживљавају не треба. Tad је осамљивање посебно лијеп пут, круђење које нема краја, које користи и oplemenјује, које чак и разум и ego као два stoћера људске grubosti поћинју isijавати plemenitost.

## ČOVJEK JE ŽIVO BIĆE – NIJE AUTOMAT

Taj *ozračeni razum*, 'um sa svjetlošću', posve je novi razum i um. Utkali ga u sebe rijetki, u radu na sebi, vlastitoj promjeni nabolje činjenjem dobra a odvrćanjem od zla, utkali u sebe nedostajuću emociju i empatiju, ljubav i samilost prema svemu oko sebe. Taj rad na sebi je raskid sa egoizmom i raskid sa zlom u samome sebi; prečesto davanje a skromno uzimanje, nesebičnost i skromnost, činitelji su 'ozračenog uma'. – „Sve je usporedba. Svako biće ključ je od svih ostalih.”<sup>3</sup> Rijetko važna spoznaja je da je sve sa svim povezano. Svijet je Cjelina koju smo nekoć pocijepali hlepeći vlastitu moć i vlast, surovo se diveći svom okorjelom egoizmu, egocentrizmu... Kako nam nedostaje istinska ekološka etika. „Danas znamo: priroda nije prostor za bijeg od osjećaja. Ona nam jamči bijeg u osjećaj. Nije iluzija da u životinjama i biljkama ponovo pronalazimo nešto presudno. U njima pronalazimo svoju dušu. Ali *osjećaj* kao središte života nisu otkrili samo ezoterični zanesenjaci i sanjarenju sklona djeca. Upravo znanost je ta koja više ne može bez njih, ako želi razumjeti živa bića.”<sup>4</sup> Kako je bio tužan trenutak u kojemu je nekoć Rene Decartes konstatirao i grubo racionalistički „objasnio da živa bića nisu ništa drugo do veoma komplicirani strojevi” ... Kakav je to stres za Planetu bio. Kakav tek za čovjeka kao vrhunsko inteligentno i emotivno biće na njoj. Uniju i presjek svega okolo, stijena, kamenja, vode, vatre, zemlje, bilja, životinja, gljiva, planktona... ništa dalje ne treba nas čuditi. Stvari su se izdogađale konsekventno i nažalost 'naizgled koherentno': „Biolozi su slijedili svoje uzore fizičare. Učinili su svojom devizom da život shvaćaju isključivo uz pomoć sastavnih dijelova mrtve materije. Darwinisti su osjećaje i čuvstva odbacili kao iluzije – kao sentimentalne mamce, čija se svrha zapravo sastoji u tome da se proizvede što je moguće više potomstva s istim genima...”<sup>5</sup> Evolucionistička objašnjenja za mnoge načine ponašanja, primjerice zašto majke usvajaju djecu koja nisu njihova, izostaju ili su vrlo nategnuta... Biologija koja još uvijek slijedi Njutnove zakone tapka u mjestu... „Organizmi su visoko inteligentni i kompleksni, a ne trivijalni i deterministički – a zasigurno ne mali molekularni satovi, kojima bi iz daljine upravljao njihov genetički softver.” To potvrđuju određeni genetički eksperimenti – određeni centri rasta u embrijima

3 Na ovu divnu misao J. M. Coetzee poziva se Andreas Weber, autor sjajne knjige *Sve osjeća*. Pogledati opširnije u: Andreas Weber, *Sve osjeća*, Čovjek, priroda i revolucija prirodnih znanosti, Ljevak, Zagreb, 2011.

4 Ibidem, str. 27

5 Ibidem, str. 28

razvijaju se u velikoj mjeri neovisno o naredbama DNK... Ћелије се стално обнављају. Same proizvode svoje dijelove. Ћелије показују зapanjuјућу моћ уstrajања на својој egzistenciji. U neprestanoj izmjeni tvari s okolinom, naliкују на батерије које се pune same. Penju се уз насљедне tvari, али u дијалогу s genima, а u мањој мјери одређене njима. DNK је костур mesa, а не његов nacrt. Tijelo је то које насљедне zasade мора interpretirati, читати, pretvarati u smisao. Za biologa Stuarta Kaufmanna живо биће nije генетски automat. Он га радије назива 'autonomnim akterom'<sup>6</sup>, nastavlja своју filozofiju живота ovaj znanstvenik, biolog. U slavu живота као takvog, zbiljskog, realnog, stvarnog, idu i ova његова zaključivanja:

„Биће чезне да траје. Оно жеђа за тим да се развија, да се размножава, да се шири, да усише све dragocene tvari – tvari које се поседује само ако се дише. Та жеђ је живот. Жеља за животом носи организам као што val носи plivaча. Тај је осјећај уздигнут и понесен према обали, коју nije очекивао, али га је spasila.”<sup>7</sup>

Iли пак:

„Живот nije без vrijednosti [...] Naprotiv, живот је појава vrijednosti која је postala tijelom. Biologija мора govoriti о живим бићима на nov начин – tako да im tjelesna i duševna strana остану u ravnoteži [...] Priroda i duša neće више бити razdvojeni.”<sup>8</sup>

Tako је sa свим живим бићима, počev од planktona до дрвета, cvijeta i чovjeka.

## USAMLJENOST KAO VIŠI NIVO ILI RANG

Da се poslužim podjelom filozofa i gnostika Nikolaja Berđajeva на pro-sječne, osrednje ljude i duhovnu aristokratiju, kako је definira u knjizi *Filozofija slobodnog duha*, konstatirajući да је historija stvorena за tog pro-sječnog чovjeka mase i kolektiva, te да mu треба svakodnevni poredak, i tu nema разлике међу lijevim и desnim, међу демократским или аристократским типовима. „Mogu бити daroviti али су okrenuti masama и imaju grublju psihu.”<sup>9</sup>

<sup>6</sup> Ibidem, str. 30–31

<sup>7</sup> Ibidem, str. 31

<sup>8</sup> Ibidem, str. 32

<sup>9</sup> Nikolaj Berđajev, *Filozofija slobodnog duha*, Dereta, Beograd, 2007, str. 28

„Sve što im treba mora biti osrednje i prilagođeno masi. Svecima, prorocima, genijima, sufijama i istinskim stvaraocima ništa od toga ne treba, oni imaju drugi duhovni sastav, osjetljiviji, složeniji, prefinjeniji [...]”<sup>10</sup>

„Jedino duhovno iskustvo može da mjeri čovjek u postojanju duhovnog iskustva [...] ko nije ustremljen ka Bogu, taj ne može da zahtijeva da mu dokažu i pokažu Božiju realnost [...] Duhovni život je izvanpredmetna, vanprirodna realnost, nije povezana s vremenom, prostorom, materijom, realnošću, to je realnost samog praživota.”<sup>11</sup>

Tu je mjesto *usamljenosti kao ranga ili kao nivoa*. Na tom mjestu svako ljudsko biće se samopopravlja, nadograđuje, osluškuje, žudeći Cjelinu, poimajući je, misleći je baš tu u toj osami, na tren je vidjevši kao svjetlost koja dolazi kao nagrada protivnicima egoizma, egocentrizma i zloćudnosti. Tu se počinju ostvarivati posebne komunikacije i konekcije – neizrecivo more i neopisiva mreža duhovnosti kao mreža jedinstvenosti. Mreža nad mrežama. Stoga je „duhovno iskustvo koje se širi i utapa u nadlični duhovni svijet, koji otkriva vezu mikrokosmosa sa makrokosmosom [...] To je proboj u zatvorenu duševno-tjelesnu monadu, izlaz iz sebe uranjanjem u svoju dubinu, prevladavanje razdvojenosti i spoljašnjosti”.<sup>12</sup> Štaviše, *mističko iskustvo* nam potvrđuje da je sami čovjek, bez produžetaka, bez medija, istinski *rezervoar duhovne energije*, i da je čovjek trajna božanska misterija. Zato je u pravu Nikola Kuzanski, za kojeg je istina božanskog i usamljivanje radi božanskog *rang* i to onakav koji spada u saglasje jedinstvenosti ili čuveno *coincidentia oppositorum*, što je sinonimno za razum, neizrecivo u pojmu da bi bilo filozofija. *Pojam*, naime, ne može podnijeti stvarnosti kojima dominiraju suprotnosti. I tu nastupa *simbol*, na mjestu gdje nema mjesta za pojam, i nastanjuje se *tajna*. Sa začetom tajnom čovjek napokon uranja u carstvo *lijepo usamljenosti*. Tu se dodiruje božanski svijet. Gdje zastane prirodni svijet kojemu trebaju masovni mediji, kao u 21. vijeku, kao 'rodno mjesto laži', nastaje *božanski svijet* koji je nebiće, ali zato i *nadbiće*. Ovaj *gnosis* pronalazi tajnu – simbol – i čuva je. Za to nam je kao ljudima masovnih medija potreban drugi period ovoga svijeta, radi *nove epohe duhovnosti, novog realizma, novog simbolizma* koji je ili oslobođen od lažnog realizma pripijenog pomoću simbola, ili nas i njega neće biti.

<sup>10</sup> Ibidem, str. 29

<sup>11</sup> Ibidem, str. 46

<sup>12</sup> Ibidem, str. 48

## OSAMA U CARSTVU BOŽIJEM ILI MOGUĆI ZAKLJUČAK

*Carstvo Božije* nije prirodno jer nije od ovoga svijeta, ono se ostvaruje u svakom trenutku. Posebnom trenutku. Onostranom trenutku za koji mnogi ljudi nikada ne nalaze vremena mada su tehnički posve sami, jer ni nema-ju takve potrebe da svoju tehničku usamljenost pretoče u najljepše moguće trenutke kreativne samoće i osame, kroz osamljivanje kao samopopravku, dakle kao rang. To je *najviše dobro – to je kod osamljivanja*. I zato je to lijepo osamljivanje.

„Otkrovenje je uvijek otkrovenje smisla, a smisao leži samo u duhu. Eto zašto vjera prethodi autoritetu. Shvatanje otkrovenja kao autoriteta jeste forma materijalizma [...] ne može se božansko otkriti u onome u kome nema ništa što ide u susret božanskome.”<sup>13</sup>

Za ove stvari potrebna nam je *promjena svijesti*, same njene strukture, obrazovanje novih organa svijesti koji su okrenuti drugome životu, *lom svijesti*... Otkrovenje je unutrašnji događaj duhovnog svijeta koji predstavlja radikalnu promjenu organizacije svijesti tako da *duhovna usamljenost* stvara iskustva i granice koje nisu više iste, svijest nam se diže do nadsvijesti... Kaže Berđajev:

„Čitavi svjetovi su nedostupni našem iskustvu zato što smo se okrenuli od njih, zato što smo odvojeni zidom svoje svijesti, zato što smo izabrali sebi drugi ograničeni svijet. I tu su nas masovni mediji još više zatvorili u imaginarni zatvor. Potreban je *potres svijesti* da bi se otvorili čitavi svjetovi. Oganj duhovne lave treba da rastopi našu svijest [...] otkrovenja nema bez vjere.”<sup>14</sup>

I zato je vjera *akt slobode duha*. Izvan slobode ne može biti vjere. Ovim se vjera razlikuje od znanja, ali znanje pretpostavlja *vjeru kao prvobitnu intuiciju*. Mi smo nekoć otpali od Božijeg svijeta u prirodni koji mi jedino priznajemo, kao vidljiv i materijalan, i svi skupa previše vjerujemo u njega kao jedinoga te zato ne možemo iskoračiti. Kao da smo sopstveni duh izgubili a samo tijela i duše se prihvatili. U njemu smo i sami i usamljeni, i sami i mrtvi a živi. Zapadnjaci posebno pate jer im je sva kultura materijalna i dinamična, a svijest jako statična. Istok, pak, ne zanima historijski dinamizam, ali zato još ima dinamičnu svijest ka otkrivanju duhovnih svjetova. Na tom putu mi

<sup>13</sup> Ibidem, str. 119

<sup>14</sup> Ibidem, str. 127



smo kao ljudski rod zapali u krizu. *Pravi gubitak slobode nalazi se u gubitku slobode duha.* Unutarnja dubina svih nas je u *tajnoj energiji* koja *otkriva tajne veze svjetskog života* da je sve sa svačim povezano, da postoji u nama, bez greške je u nama, što smo spominjali na početku ovoga teksta diveći se tom Postojanju u kojemu sve što postoji – sve osjeća! Ako se prekine *nesavršenstvo* povezano sa mehaničkom *slobodom*, ubrzo će nastupiti neminovna ljubav prema Bogu... On nas čeka i spušta nam se nadohvat srca u oko hiljadu stupnjeva osamljivanja. Treba se samo opustiti i krenuti tim stazama nematerijalnih vrijednosti. Baš mi, posve ovisni od mreže i medija koji nas tehnički atomiziraju i osamljuju, a unesrećuju i umrtvljuju. Niko više neće poželjeti status užitka kakav se javlja u radosti darivanja a ne uzimanja, u radosti činjenja dobra a odbijanja zla...

## LITERATURA

Alić (2014): Sead Alić, *Masmedijski fundamentalizam*, Varaždin/Koprivnica: Sveučilište Sjever.

Berđajev (2007): Nikolaj Berđajev, *Filozofija slobodnog duha*, Beograd: Dereta.

Ibn Arebi (2011): Muhyiddin Ibn Arebi, *Mekanska otkrovenja*, Sarajevo: Udruženje „Ibn Arebi“.

Fejzić Čengić (2017): Fahira Fejzić Čengić, *Kao ribe u vodi, ka filozofiji medija*, Sarajevo: Dobra knjiga.

Horgan (2001): John Horgan, *Kraj znanosti*, Zagreb: Jesenski i Turk.

Weber (2011): Andreas Weber, *Sve osjeća: Čovjek, priroda i revolucija prirodnih znanosti*, Zagreb: Ljevak.



Fahira Fejzić Čengić

University of Sarajevo

Faculty of Political Sciences

Department of Communication Studies (Journalism)

## CREATIVE SOLITUDE (HALVET) AS A HIGHER LEVEL OF PERSONALITY

*Summary:* Some people isolate themselves because they do not like people. Some seek solace in loneliness. Both reasons for loneliness are symptoms of disorders. Such kind of loneliness is a *relationship*. And needs mass media. Some people isolate themselves to increase knowledge of the invisible world. When solitude becomes a *level* of personality, it becomes a creative achievement. Sufis believe there are over a thousand of such levels. This paper deals with isolation as a creative achievement

*Keywords:* loneliness as a relationship, loneliness as an attitude, media.

## ЗАВИСНОСТ ОД УСАМЉЕНОСТИ

*Айспиракџи:* У овом раду бавимо се зависношћу од усамљености, као једном од болести зависности које су обележје живота савременог човека. Усамљени савремени човек усмерен је, хтео то или не, на медије, који су истовремено и примарни произвођачи усамљености, било садржајима које емитују, било циљевима свог постојања. То значи да се не ради само о зависности усамљеног човека од медија, већ о зависности од усамљености коју производе медији. Видећемо такође да је зависност од усамљености последица директне империјалистичке преварне намере моћника која претпоставља одустанак човека појединца од тражења истине. У раду ћемо реферирати на Фрома, Маклуана, Симоновића, Тешића и друге ауторе.

*Кључне речи:* медији, зависност, усамљеност, експлоатација, обмана.

Болести зависности су обележје живота савременог човека. Зависност од медија једна је од њих, било да је у питању телевизија, мобилна телефонија, интернет, видео-игре. Усамљеност савременог обездуховљеног човека усмерава га на медије, но савремени медији су истовремено и примарни произвођачи усамљености, било садржајима које емитују, било циљевима свог постојања. Не ради се, дакле, само о зависности усамљеног човека од медија, већ и о зависности од усамљености коју производе медији. Човек је подвргнут обољењу, а затим се та његова болест зависности експлоатише – прво је агресивно подвргнут отуђењу и животу у усамљености, а затим је развио зависност од ње. Медији, зависност и усамљеност су перпетуум мобиле савременог човека, док се иза свега крије обмана.

Како год да назовемо данашње време – време глобализма, информатичко доба, дигитално доба, време медијске повезаности, време спектакла, доба празнине<sup>1</sup>, време отуђења, „доба нереда“ (Маклуан

---

<sup>1</sup> Феномен „доба празнине“ посебно је дефинисао социолог Жил Липовецки, у истоименој књизи, повезујући га са нарцисоидношћу „постмодерних“ људи, као карактерних

2012: 71), потрошачко доба, време равнодушности, време доколице<sup>2</sup>, време релативизације, време усамљености – оно је време зависности, време болести. Број данас признатих медицинских облика болести зависности, шифара за *све и свашта*, признатих медицинских терапија за силне облике зависности, с једне стране указује на огромно посрнуће човека као појединца и човечанства у односу на појединце које га чине, а с друге указује на процес умножавања који је главна карактеристика технологије и материјалистичког капиталистичког друштва које наше човечанство живи и ствара<sup>3</sup>, или да кажемо – развија, иако је то супротност значењу како речи *развој*, тако и речи *стварање*. Ради се о антиразвоју и антистварању<sup>4</sup>. Ако бисмо на овом месту поменули само два појма, која су општепозната и широко се користе, чак би се рекло да су и кључни појмови данашњице, видећемо деформисање значења и дегенерацију суштине. Појмови који су представљали позитивно одређење постали су извор погубељи. Ти појмови су технологија и материјализам. Појам „технологија” у свом корену има реч „техника”, а ова, што знамо, настаје од грчког појма „техне”, што значи вештина (широко схваћено). Вештина као људска способност, тиме и људска вредност, постала је до 21. века готово у потпуности замена за човека. Технологија, укупно посматрана, замењује човека и његове вештине. Од људског до антиљудског у истој речи, од корена до разарања корена. Слично је и са речју „материјализам”, која је настала од речи „материја”, а она од речи „мајка” (руски – *маиџ*, латински – *mater*, српски – *мајера*). Материја – мајка, као суштина нас (емоционална, духовна, физичка), као корен, постала је материја у готово искључиво физичком, али не и људском

---

поремећаја „који се одликују неодређеном и свеобухватном нелагодношћу, осећањем унутрашње празнине и бесмислености живота, неспособношћу осећања ствари и бића”, а везаних за пропагирање „једне *cool* културе у којој свако живи у бункеру равнодушности, заштићен од својих и туђих страсти” (Липовецки 2011: 102, 103).

<sup>2</sup> Говорећи о овом времену доколице, као продукту слободног времена људи у капитализму, Далас Смајти га ставља под наводнике и сврстава уз све остале на капиталистички, монополистички начин изокренуте вредности, заоденуте лингвистички под заставу „слободе”, као што су „слобода говора”, „слободан свет”, „слободно предузетништво”, „слободан проток информација”, „слободни избори” (Смајти 1977: 14).

<sup>3</sup> „[...] економски систем, који одређује масовну производњу и масовну потрошњу, идеолошки репродукује себе у роби коју производи. Свака роба репродукује идеологију система који ју је произвео: роба је материјализована идеологија” (Фиск 2001: 22).

<sup>4</sup> Својевремено је Валтер Бењамин овакву врсту умножавања кроз антистварање антиципирао у феномену империјалистичког рата: „Империјалистички рат је побуна технике која ’људским материјалом’ надокнађује своје потребе, будући да јој друштво ускрађује њен природни материјал” (Бењамин 2007: 129).

облику, већ економском, лукративном – материјализам. Поново је дубоко људски појам материје – мајке, нас свих као дела материје-мајке, замењен потпуном антиљудском суштином – материјализмом. Два изузетно позитивна појма постала су негативна и сопствена супротност – технологија је уништила људску вештину, а материјализам је уништио мајку, нашу природу у нама. Зато људи и имају проблем са емоцијама, са сећањем, са прошлошћу, са историјом, нашом личном, породичном, или историјом уопште. А овај однос је увек, или готово увек, подвучен под плашт носталгије и меланхолије, или, још чешће, што је чак и правило, под психолошко-медицинско објашњење. Тако наш однос према сопственој прошлости, било кроз неки предмет, причу или емоцију који асоцирају на то, тумачио би се као врста регресије, тиме и неприхватанња реалности. И то је једна од две ствари које нам се медијски пласирају у односу на прошлост – или нам је медији пласирају као носталгију (обично лажну носталгију), или је то наш психолошки проблем, односно регресија. С друге стране, ако бисмо евентуално прихватили да је у питању регресија, да ли би то значило, на пример, да су деца која данас имају мобилне телефоне и играју видео-игре, те претражују интернет по цео дан, у дигресији? Дигресији која није психолошки, већ феноменолошки појам. Што би значило да су та деца ван главног наратива свог живота. У дигресији свог живота. У дубокој дигресији од свог смисла. Да ли то значи да све што људе подсећа на то да су били „живи“, као дете које се играло на улици, на пример, представља бежање у лажни живот, у регресију, да је све оно што је сада и овде, а истовремено без „ауре“ технологије, регресивност? Филозофско поимање чигре, на пример – играчке која је и у време детињства генерација рођених 1970-их и 1980-их већ била ретка, а данас је потпуно непозната – њеног смисла, начина функционисања и њене естетске суштине, била би потпуна регресивност, душевни немир за данашњег усамљеног појединца<sup>5</sup> у свету усамљеника.

Није случајно што су у литератури и седмој уметности, пре свега, у прошлости биле толико заступљене теме брисања сећања, убацивања лажног сећања, лажних доживљаја, затим инјекције против осећања, мотиви спаљивања књига, забрана слова и писања и слично. Као да се осећало где лежи једина права опасност за људски род. Требало је уништити особеност сваког појединца, његов идентитет, лични и колективни, његово историјско сећање, јер је тако лако од појединца

<sup>5</sup> Овде се конкретно мисли на појединца, дете које је узраста примереног за играчку као што је чигра, а како је то некада било.

направити усамљеника који не може да се носи са теретом своје душе. То је усамљеник у гомили усамљеника. Зависник у гомили зависника чији је једини циљ избећи тај терет сопствене душе. А у ствари терета душе нема, има само душе, која нас чини таквима какви јесмо. Због тога се тежи медијској производњи неаутентичних, неутемељених и празних лица, особа без личности. Информатичко доба, глобализам, трасирани су тај пут. Од Меклуановог умереног оптимизма и вере у светско глобално село будућности<sup>6</sup>, преко скривене стрепње појединца у четруму с почетка интернетског доба, до садашње постигнуте технолошко-медијске капиталистичке дистопије, света у извитопереном облику, собе кривих огледала, како то наводи Љубодраг Симоновић<sup>7</sup>, а у ствари медијског четрума кривих огледала. Четрума кривих огледала усамљеника, несвесних зависника од усамљености. Усамљеника који свој четрум носе са собом где год да крену и шта год да раде, тако да тренуци ван четрума постају другоразредан део живота, те људи живот проводе у „медијским акваријумима“ (Бољевић 2017).

Да је реч о смишљеној системској производњи усамљених људи потпуно је јасно. Усамљеност је један од главних продуката глобалистичке данашњице. Герман Садулајев је чак и глад у људском друштву дефинисао искључиво његовом социјалном и политичком природом, наводећи да то није природан проблем: „Теоријски, човек који се налази у органском свету не може да гладује. Ипак, политичка технологија одувек се састоји у томе да се културно-економским начином ограничи потрошња хране, односно одређене категорије супстанци, а после да се тај ресурс контролише. И на тај начин се реализује власт. Глад је увек инструмент власти и политике, репресије. Глад не постоји зато што неко негде неће да ради, зато што је неразвијена економија и тако даље, већ зато што неко хоће да изврши репресију, геноцид или контролу над

<sup>6</sup> „Ја лично имам велику веру у човекову отпорност и прилагодљивост, и склон сам да нашу будућност посматрам у налетима узбуђења и наде. Осећам да стојим на граници ослобађајућег и узбудљивог света у коме људско племе заиста може да постане једна породица и да људска свест буде слободна од окова механичке културе [...]“ (Маклуан 2012: 76).

<sup>7</sup> Дефинишући овај извитоперени свет, собу кривих огледала, Симоновић наводи: „Капиталистички начин живота и владајућа пропагандна машинерија наводе човека да опаца свет на погрешан начин; да мисли на погрешан начин и да се, сходно томе, понаша на погрешан – деструктиван начин. Све постаје друго него што уистину јесте и што би, у хуманистичкој перспективи, требало и могло да буде. Истовремено, капитализам ствара виртуелне светове у главама људи. Човек само путем тела живи у реалном свету, а оно је дегенерисано капиталистички условљеним начином живота“ (Симоновић 2019: 65, 67).

тим становништвом. То је разлог великог и нимало случајног присуства глади у свету” (Садулајев 2019: 24). Арундати Рој за овакве ситуације употребљава израз „нови геноцид”<sup>8</sup>. Сличан механизам је и са осталим толико очигледним негативностима савременог друштва које се сасвим смишљено развијају и не сузбијају<sup>9</sup>, па бисмо једну врсту *новой їеноцида* могли пронаћи и у спровођењу социјалног геноцида уништењем директне, отворене и слободне интеракције између људи<sup>10</sup>. Усамљеност огромне већине људи је подобно тло за доминацију малих група моћника. Стога су савремени медији са својим плитким ескапистичко-хедонистичким садржајима, с једне стране, и својим крипторијалити садржајима<sup>11</sup> с друге, својом тежњом за свеопштом контролом простора и времена појединаца, као и неограниченим ресурсима који им у том циљу стоје на располагању, првенствено средство производње усамљености и развијања зависности од ње. Усамљени појединац се препушта том усамљеничком ескапизму и не може и не жели да живи без њега.

<sup>8</sup> Нови геноцид значи „стварање услова који доводе до масовне смрти без стварног изласка на бојно поље и убијања људи” (Рој 2004).

<sup>9</sup> О значају тражења истине и смисла говорио је психијатар Виктор Франкл и издигао га је изнад свих физиолошких – биолошких потреба појединца. Разматрајући различите реакције људи који проналазе или не проналазе смисао, Франкл, као неко ко је преживео нацистички логор, истиче такође пример глади, али у још екстремнијим условима: „Сигмунд Фројд је једном рекао: ‘Покушајмо извјестан број најразличитијих људи истовремено изложити глади, све ће индивидуалне разлике нестати и на њиховом ће се мјесту појавити једнак израз незадовољног порива’. Међутим, у концентрационим логорима истина је била другачија. Људи су постајали још више раздвојени. Звијер је скинула кринку – исто тако и светац. Глад је била иста, али су људи били другачији. Истину говорећи, калорије овдје не вриједје” (Франкл 1987: 45).

<sup>10</sup> „[Отворен] разговор је међуљудски однос и у том смислу могућност произвођења непосредне друштвености у односу према свету који се појављује као датост. Истински разговор подразумева искорак из постојећег и стварање новог света. Разговор има неизвјестан исход. Он отвара просторе у којима се крије непознато. [...] У разговору човек може да се суочи са својом скривеном личношћу, да препозна лажна пријатељства, да схвати да је његов живот обмана и да је оно у шта верује само лаж и превара” (Симоновић 2019: 42).

<sup>11</sup> „Крипторијалити или крипторијалити програми су садржаји засновани на догађајима из стварности, који се, међутим, у тој крипторијалити медијској обради не могу назвати стварним догађајима јер се смештају у другачији контекст или је читав догађај у потпуности креиран ради неке медијске обмане, али се јавности пласирају као стварност од животног утицаја. Примарна им је функција одвраћање пажње јавности од збиља важних питања која се тичу живота људи, чиме се јавност пасивизира. Та јавност, опет, стиче утисак, кроз одређена делања, да је активна и да учествује у стварности, не схватајући да је такав вид укључивања неког слободног појединца у крипторијалити програм у ствари поништавање његове слободе” (Јакшић 2019: 70).

Стога је и претежна људска комуникација постала, условно говорећи, посредована. Комуникација се увек одвија посредством нечега, говора, гестикулације, покрета пре свега, но овде мислимо на посебно посредно средство – као једину могућност за комуникацију. И у тренутку када је то средство постало суштина – значи запис било какве врсте, преносник, копија било какве врсте, нешто што укида непосредност и одлаже барем за тренутак контакт, и када је то средство изгубило своју природу средства комуникације, а не суштине или дела суштине комуникације – тада је зависност од посредоване комуникације заменила ту урођену људску потребу за међусобном комуникацијом. И то је слична матрица која се понавља на путу од средства као испомоћи до средства као суштине. Чист пример за то је мобилни телефон као несумњиво корисна справа која помаже да се оствари хитна веза са другом особом која није са нама, но видимо да се он све више користи за све остало осим за своју основну функцију, те сам мобилни телефон са својим могућностима од помоћног средства за комуникацију постаје део суштине комуникације, крајњи циљ комуникације. Почев од оног основног – ако сте се са неким чули телефоном, не морате се са њим видети и непосредно – па до „саморазговора”, тачније до потпуног изостанка потребе за другим човеком као нормалном потребом и пристајањем на комуникацију само са мобилним телефоном (било кроз музику, интернет, различите врсте апликација итд.). У крајњој линији, и информација коју вам преноси други човек више није битна јер ћете је углавном пронаћи путем мобилног телефона и без тог другог човека. У сваком случају, различити супститути тражене информације вам стоје на располагању и обично су и пожељнији и доступнији од онога што вам је заиста потребно, ако вам је уопште и потребно, јер данашњи човек у суштини и нема праве, аутентичне потребе, негирајући тиме сопствену јединственост<sup>12</sup>. Може се чинити да је овакво гледиште помало огољено, чак екстремно, но постоји чврста основа да би се тако тврдило.

Још једна од одлика нашег времена усамљености јесте да је ово време институционалне истине. Стив Тешић је својевремено, у време медијске сатанизације и стварне физичке агресије коју је Запад спроводио према Југославији и Србији, додатно разрадио свој израз

---

<sup>12</sup> А што је свакако последица тзв. „бекства од слободе”, о којем је писао Ерих Фром, налазећи управо у исказивању аутентичности, тачније јединствености појединца, његов пут до позитивне слободе: „Позитивна слобода као остварење личног подразумева пуно потврђивање јединствености појединца. Људи се рађају једнаки, али се рађају и различити” (Фром 1973: 234).



постистине<sup>13</sup>, дефинишући будући дискурс медијског извештавања Запада и основу понашања људи у будућем глобалистичком свету. Ова постистина – закаснила истина која није важна – која се етаблирала као нешто неспорно и као нешто што је ван, што је с ону страну добра и зла, добила је своју институционалну потврду кроз појам институционалне истине – истина је само оно што институције одређеног друштва прогласе за истину. У свету институционалне истине, какав јесте Западни свет који се незауостављиво шири читавом планетом, институционална истина јесте да је човекова медијска слика створена уз помоћ технологије а зарад садашњег тренутка и материјалне базе једина истина коју човечанство треба да брани, и то свим средствима. Стога је институционална истина и то да дете треба да има Информатику као обавезни предмет од најкасније пете године свог живота, од предшколског узраста, јер ће му то помоћи у каснијем животу, и то не само помоћи већ ће без тога остати богаљ, ментални инвалид. Није потребна мудрост да бисмо схватили да петогодишњак коме се са пет година дају прве дозе лекова који му нису потребни није много отпоран на све контраиндикације, које и нису контраиндикације већ жељена последица. Његова зависност, зависност овог петогодишњака, постаће његов живот. Институционална истина ће тврдити да је то добар, прогресиван, слободан живот, живот без терета предрасуда прошлости, а истина ће бити на сасвим другом крају. Као и мајка и материјализам, као и људска вештина и технологија, сада ће и петогодишњаци отпочињати свој усамљенички живот и пре него што су спознали сам појам усамљености. Кварење природе људи, као друштвених бића, као људи у општежићу, започиње од малена „за њихово добро” и то је институционална истина. А то време кварења, какво време и живимо, јесте време усамљеног човека, човека који више не зна, или никада није ни знао, како да живи без усамљености и од ње је зависан као од ваздуха. Човек који не трага за истином јесте усамљени човек. Човек који живи у свету институционалне истине није човек који је истовремено и људско биће<sup>14</sup>. Јер човек без истине јесте усамљен човек. А има ли игде мање истине него у

<sup>13</sup> „Уколико би се права истина касније открила, након тога што је слика о једном народу већ нарушена, након што је штета учињена, сасвим је у реду. Порицања немају никакво значење у садашњем времену, то сви сада схватамо. Потребно је више деценија да би се исправила убиства карактера једне нације или појединца када се једном десе” (Тешић 2012: 273).

<sup>14</sup> „Имамо [...] разлога за претпоставку да је [...] стремљење правди и истини тежња својствена људској природи [...] правда и истина [су] најважније оружје којима се служе сви немоћни у борби за своју слободу и развој” (Фром 1973: 256).



медијима? Има ли је игде мање него у нашим *медијским акваријумима*, у свету без истине и без важности? Како наводи Стив Тешић: „Немило-срдна тежња ка истини је наш једини избор, јер када истина престане да буде важна, више ништа не може имати важност” (Тешић 2013: 283).

Како год посматрали свет, из секуларистичке или из хришћанске перспективе – усамљеност јесте стање које је најтеже људско стање, противприродно стање. Мада су на први поглед ова два дискурса веома удаљена, они се у једном делу додирују. Човек, као друштвено биће, усамљен је без другог човека, без других људи и не може живети испуњен живот у самоћи, па стога осећа усамљеност, чак и када је не препознаје као усамљеност. Хришћанин је усамљен без Бога и не може издржати ту самоћу, али зато монах – сам, што и сама реч каже – самоћу у испосници не доживљава као усамљеност. Опет, хришћанин своје хришћанство, своју веру, врлину и љубав исказује управо кроз однос према ближњима – људима око себе, пријатељима и непријатељима, и то је пут до Бога. Као што и неверујући човек у односу према другом човеку не тражи, чак и када то не схвата, само објект, слушаоца или „огледало”, јер тиме неће избећи своју усамљеност, већ тражи људску ширину, човека целог. Тако је и са хришћанством. Као хришћани, православци, знамо да је најтеже искушење, уједно и везано за остављеност, усамљеност у муци, исказано кроз реченицу: „Боже мој, зашто си ме оставио?”<sup>15</sup>, изговорену на крсту. И није случајно, стога, да се усамљеност појавила као неразрешиви конфликт савременог човека, медијског човека, човека у односу са медијима – он нема лека за сопствену усамљеност, медији, чак и да то желе, немају лек за усамљеност – остаје, стога, „навученост”, болест зависности и институционална истина да тако треба и да тако једино може.

## ЛИТЕРАТУРА

Бењамин (2007): Валтер Бењамин, Уметничко дело у раздобљу његове техничке репродуктивности, у: *О фототрафији и уметности*, Београд: Културни центар Београда.

Бољевић (2017): Рафаило Бољевић, *2017 01 19 Бојојављење*, преузето 20. 2. 2020. са: <https://www.youtube.com/watch?v=H6uQm4bqOQs>.

Јакшић (2019): Предраг Јакшић, *Кријшорјалиши / Сшрашеија медијске обмане*, Београд: Арте.

---

<sup>15</sup> Мк. 15: 34; Мт. 27: 45.

Липовецки (2011): Жил Липовецки, *Доба њазнине*, Сремски Карловици, Нови Сад: Издавачка књижарница Зорана Стојановића.

Маклуан (2012): Маршал Маклуан, *Елекџронски медији и крај кулџуре ѡи-сменосѡи*, Београд: Карпос.

Рој (2004): Arundhati Roy, *Seize the Time!*, *Internacional Socialist Review*, Issue 38, November–December 2004, преузето 20. 2. 2020. са: [https://isreview.org/issues/38/Arundhati\\_roy.shtml](https://isreview.org/issues/38/Arundhati_roy.shtml).

Садулајев (2019): Герман Садулајев, у: *Београдски конџрајункѡи 2019 – Умејносѡи у временима кризе и рајшова: ѡоѡлед из данашњице*, Београд: Завод за проучавање културног развитка.

*Свеѡо Писмо, Нови завеш* (2008): Шабац: Глас цркве.

Симоновић (2019): Љубодраг Симоновић, *Хајдеѡерова филозофија у све-ѡлу живоѡворноѡи хуманизма*, Београд: Ауторско издање.

Смајти (1977): Dallas Walker Smythe, *Communications: Blindspot of Western Marxism*, *Canadian Journal of Political and Social Theory / Revue canadienne de theorie politique et sociale*, Vol. 1, No. 3 (Fall/Automne 1977), преузето 20. 2. 2020. са: <https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/article/view/13715>.

Тешић (2013): Stojan Stiv Tešić, *Razmislite o ovome, Lipar, Časopis za književnost, jezik i kulturu*, Kragujevac: Univerzitet u Kragujevcu, br. 49/2.

Фиск (2001): Џон Фиск, *Поѡуларна кулџура*, Београд: Сѡо.

Франкл (1987): Виктор Франкл, *Нечујни ваѡај за смислом*, Загреб: Напријед.

Фром (1973): Ерих Фром, *Бексѡво од слободе*, Београд: Полит.

Predrag Jakšić

Independent researcher

## ADDICTION TO LONELINESS

*Summary:* Addictive disorders are a basic characteristic of modern man's life. Media addiction is one of them, whether it is television, mobile phone, Internet, video-games. The loneliness of modern, spiritless man makes him turn to the media; however, contemporary media is, at the same time, the leading producer of loneliness, whether through the broadcasted content, or the goals of its existence. It is not just about the addiction of a lonely individual to media, but the addiction to loneliness produced directly by the media itself. The individual is subjected to becoming addictive, and his/her addiction is subsequently exploited – by forcing him/her to alienate and live in loneliness, and eventually by developing an addiction to such a life. Media addiction and loneliness are the perpetuum mobile of modern life, with nothing but lies hiding behind the facade.

*Keywords:* media, addiction, loneliness, exploitation, deception.

Јелена Јоцић

УДК 07:316.472.4]:364.624.4

Универзитет у Нишу

Филозофски факултет

Департаман за комунологију и новинарство

## „ГЛОБАЛНИ ЕКРАН – НАВИГАТОР ЖИВОТА УСАМЉЕНЕ ГОМИЛЕ”

*Ајсѝракѝ*: Маклуанова визија о свету као „глобалном селу” постала је наша реалност и свакодневица. Он појаву глобалног села види као својеврсни повратак аудио-тактилној култури и поновном успостављању органске заједнице и у оквиру ње колективног идентитета који има племенску базу. Спајање модерне технологије комуницирања са предмодерним обрасцем друштвености ставља акценат на њен паланачки карактер, а не на глобалну интеракцију. Становник глобалног села живи у затвореном свету, сличном свету паланке, у којој догађаје преносе они који их и креирају, сами сељани, што се може уочити на примеру друштвених мрежа: приповедачи се смењују, али приче се понављају јер их повезује иста нит – настојање да се остави траг у виртуелној реалности.

Наступило је време глобалног екрана доступног у сваком моменту и на сваком месту. Као последица успона глобалног екрана јавља се глобална изолација. Овај феномен је забележен у земљама широм света. Карактерише га нови облик индивидуализма на почетку новог миленијума и директно је повезан са настанком најмлађег медија који мења начин на који мислимо и доживљамо свет око себе. Заводљиви екран задире у све домене људске активности, од економског до свакодневног живота, укидајући границе између реалног и имагинарног. Он је толико присутан у нашим животима да смо пропустили да приметимо да је наш слуга заправо још (о)давно постао наш господар.

Трагика савременог појединца огледа се у томе што је дуго носио маску која је скривала његов идентитет и праве намере, на балу које друштво приређује. Док пир траје, он игра своју улогу, која му допушта да бар за време забаве заборави на сопствено биће. Али, авај, трагика и јесте у томе што се овај бал никада не завршава, само се мењају музика и костими, у складу са променом епоха, и он све више тоне у апатију, равнодушност и незнађе, све док не заборави на сопствено постојање. У времену изгубљених илузија, свако живи своју самоћу.

*Кључне речи*: глобални екран, медији и самоћа, глобално село, друштвене мреже, виртуелна реалност.

## УВОД

Савремени свет и модерна достигнућа условили су распад традиционалних друштвених односа који су појединцу пружали сигурност у оквиру заједнице и осудили га на самоћу. Отуђен и прогнан, савремени појединац трага за друштвеним односима који представљају сурогат оним некадашњим, древним, одбаченим.

Централна тема рада је бекство од отуђености којем је савремени појединац из дана у дан све више изложен, посредством виртуелне реалности. Култура безнађа свеопште је присутна међу генерацијом „дигиталних урођеника” – појам којим Николас Негропонт (Nicholas Negroponte) у делу *Биџи дигиталан* из 1988. означава нараштаје одрасле у дигиталном добу. Ово се најочитије показује на примеру такозваног тренда селфи културе. У жељи да изграде идентитет у виртуелној реалности и посредством симболичке комуникације буду најпре потврђени као личности, а затим и прихваћени у заједници, не размишљају о могућим кобним последицама. У параленој стварности појединац вреди сразмено броју лајкова на друштвеним мрежама. С обзиром на то да вредносна скала варира у односу на број свиђања, појединац или савремени експонат на који је сведен мора бити аутентичан, другачији, смелији од других не би ли га заједница вредновала и/или наградила још једним „подигнутим палцем”.

## НОВО МЕДИЈСКО РАЗДОБЉЕ

Још је Маклуан (Marshall McLuhan, 1971) истакао да нас сваки медиј мења. Ново медијско раздобље изменило је наше животе из корена. Развој савременог друштва карактерише стварање нових друштвених односа који су све више централизовани на појединца, због чега долази до све индивидуалнијих форми друштвеног живота. Роберт Патнам (Robert Putnam) у студији *Кулаџи сам*, 2008. године, испитује како конкретан медиј утиче на промену нашег обрасца друштвености. Он истиче да је крајем прошлог века постепено спајање масовних телекомуникација и забавних индустрија постало основа за ново електронско раздобље. Најзначајнија су два ефекта која су се јавила као последица ове симбиозе. Први аспект се односи на индивидуализацију садржаја: 2000. године савремена технологија нам је омогућила да слушамо оно што желимо, када то желимо и где то желимо. Друго, електронска технологија нам омогућава да ову врсту забаве конзумирамо потпуно сами.

Због чега смо онда толико усамљени – питање је које поставља Шери Теркл (Sherry Turkle) у студији *Сами заједно*, 2010. Она уводи термин „модерна Златокоса”, користећи као предложак познату Гримову бајку да означи социјалну дистанцу међу људима. „Свет је сад пун модерних Златокоса, људи које налазе удобност у мноштву контаката са особама које истовремено држе на одстојању” (Теркл 2010: 40). Парадоксално, док се трудимо да одржимо физичку дистанцу са другима, све више тонемо у усамљеност и утеху тражимо у комуникацији која се одвија путем екрана. „Јер, свака култура изграђује свој модел човека (и појма ‘ја’), а сваки појединац ствара своју представу о ‘другом’ на основу које упоставља комуникацију са другима” (Голубовић 1995: 41).

Аутори студије посвећене интернету (Липовецки, Сероа 2013) запајају да је наступило време цивилизације екрана, која *homo sapiens*-а трансформише у *homo esranus*-а, творевину која је и сама срасла са екраном. Развој ове цивилизације настаје појавом и развојем електронских медија, а кулминира настанком интернета. Интернет постаје виртуелни свет који постоји упоредо са реалним и који настајују реални људи. Тренутачност, интерактивност, бескрајна доступност садржаја на дохват миша, много аспеката који рађају ову заводљивост описују нову моћ екрана уздигнуту у општу спону: радити и играти се на екрану, комуницирати, информисати се кроз екран. Лев Манович (Lev Manovich) је у тексту „Археологија компјутерског екрана” (1996) описао еру у којој се ми данас налазимо речима „[...] Ми још увек гледамо у равну правоугаону површину која се налази у простору нашег тела и која делује као прозор у други простор” (Ћаловић 2009, према: Манович 1996: 33).

Заводљиви екран задире у све домене људске активности, од економског до свакодневног живота, укидајући границе између реалног и имагинарног. „Наиме, гледањем у екран посматрач доживљава илузију пловидбе кроз виртуелне просторе, физичког простора на неком другом месту [...] Реч је о вековима развијаној технологији да се правоугаона површина постављена на извесној удаљености од очију прихвати као погодна за презентацију визуелних информација” (Ћаловић 2009: 123). Заводљиви екран има и своју мрачну страну: оног тренутка када постаје уточиште социјалним избеглицама, додир са реалним животом се губи и нестаје у сфери имагинарног. „Несигурни у своје односе и анксиозни у погледу интимности, ових дана у технологији и уједно тражимо начине да ступимо у односе и да се од њих заштитимо. [...] Плашимо се ризика и разочарења која са собом носи однос са другим људима. Очекујемо више од технологије, а мање једни од других” (Теркл 2010: 13).

## ГЛОБАЛНО СЕЛО ИЛИ ПАЛАНКА

Становник глобалног села живи у затвореном свету, сличном свету паланке, у којој догађаје преносе они који их и креирају, сами сељани, што се може уочити на примеру друштвених мрежа. Ерих Фром (Erich Fromm) у *Умећу живљења* пише: „Можда најпразније приче потичу из потребе да се прича о себи; отуда и бескрајне теме о здрављу и болести, деци, путовањима, успесима, шта је ко радио, и безбројним појединостима свакидашњице за које се чини да су важне. Причање постаје овисност. Док причам знам да постојим, да сам неко да има прошлост, посао, породицу.” Савремени човек постоји у стварности једино ако остави траг у виртуелном свету: кроз причу о себи потврђује сопствено постајање. Фром истиче да списатељ ствара илузију дијалога док се ту у ствари одвија монолог. Савремени појединац је отуђен и несрећан, те спас тражи у виртуелној реалности. Дигитална платформа се отуда може упоредити са позоришном сценом; након сваког одиграног чина глумац, у овом случају савремени појединац, мења костиме и смишља нове скечеве не би ли задивио публику у циљу громогласнијег аплауза. „Изнова стварамо себе као онлајн персоне и додељујемо себи нова тела, домове, послове и љубавне односе. Ипак се наједном у полумраку виртуелне заједнице можемо осетити потпуно усамљени. Док дистрибуирамо себе, могло би нам се догодити да напустимо себе” (Теркл 2010: 35). Када се завесе спусте и публика напусти салу, он остаје усамљен, огољен и рањив у огледалу сопства.

Спајање модерне технологије комуницирања са предмодерним обрасцем друштвености ставља акценат на њен паланачки карактер, а не на глобалну интеракцију. Константиновић у књизи *Филозофија паланке* (1991) овако описује паланчанина: „Одрекнут од сопствене воље, стилизован по обрасцу колективне воље, паланчанин је скоњен у сигурност општега.” Савремени човек је човек „маса”, високо социјализован, али врло усамљен. У савременом друштву се поставља питање да ли човек живи у „глобалном селу” или „великој паланци” и да ли у том окружењу може развијати и оплемењивати сопствени дух. Може ли бити уникатна јединка, а не универзални становник села/паланке? Далибор Петровић (2013) пише: „Технологија пружа животни импулс друштву, а друштво повратно ставља нове задатке пред технологију и због тога је промашена свака дискусија о негативном, позитивном или пак неутралном утицају технологије. Технологија јесте друштво и одстрањивање би имало по њега исте последице као одстрањивање пејсмејкера из тела срчаног болесника. Друштво је заиста попут срчаног болесника

кога су начин живота, његова историја, његово наслеђе, његова стремљења довели у стање да му је технологија судбина од које не може побећи.” Интернет је само један од милиона пејсмејкера којима варамо природу чинећи да сви можемо бити на истом месту у истом тренутку у међусобној интеракцији. И није губитак друштвености цена коју плаћамо, али може бити губитак наше слободе и наше индивидуалности.

## СЛОБОДА ИЛИ ЗАВИСНОСТ

Да ли је човечанство изгубило битку за слободу? Истраживања рађена последњих година говоре у прилог чињеници и наводе на опрез. Све већи број младих, заведених лажним сјајем посредоване стварности, жртвује сопствену слободу, а неретко и живот не би ли оставили што аутентичнији траг у виртуелном свету и добили награду чија се вредност изражава у броју прегледа или лајкова на друштвеним мрежама. „Екран је у толикој мери наш слуга да би било готово неуљудно приметити да нам је и господар” (Кар 2013: 4).

Једно истраживање рађено у Индији дало је забрињавајуће резултате.<sup>1</sup> Вођа студије, др Агам Бансалом са Индијског института медицинских наука, заједно са својим тимом анализирао је новинске чланке од октобра 2011. до новембра 2017. године и открио да је у периоду од шест година пријављено 259 смртних случајева чији је узрок позирање за што аутентичнију фотографију испред камере фото-апарата и мобилног телефона. Серија смртних случајева, названих селфициди, представља неутанживу жеђ за лајковима на друштвеним мрежама, у чијој бити се крије потреба за прихватањем или оно што Фром назива „потреба за стицањем идентитета, односно потреба за стварањем појма о себи”. Испитивањем географских локација на којима су несреће догодиле истраживачи су открили следеће: највећи број несрећа изазваних новим трендовима на друштвеним мрежама – културом селфија, догодио се у Индији, Русији, САД-у и Пакистану. Статистика показује да просечан број година старости настрадалих износи 22,94. Кобне несреће су најчешће проузроковане дављењем, саобраћајним незгодама и падовима. У Индији је забележена највећа стопа смртности проузрокована неуспелим покушајима снимања селфија испред воза који наилази, док САД предњачи када су у питању несреће проузроковане ватреним оружјем, показује истраживање.

<sup>1</sup> Опширније на: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6131996/>



Новије истраживање из 2019. рађено је за потребе водеће компаније на пољу производње и дистрибуције мобилних апарата Honor, након представљања најновијег модела Honor X9, о корисничким навикама приликом снимања селфија на тлу Европе.<sup>2</sup> У истраживању је учествовало 5.750 корисника. Добијени резултати студије показали су да просечан Европљанин направи чак 597 селфија годишње. Подробним испитивањем узорка дошли су до следећих запажања: чак 85% Европљана користи камеру мобилног телефона за снимање селфија више него ранијих година, што указује на његову учесталост ако се у обзир узме чињеница да је култура снимања селфија у дигиталној сфери присутна већ скоро деценију. Земља која предњачи по броју снимљених селфија је Шпанија са 728 фотографија, затим следи Италија са 718, Немачка са 588, Француска са 562, Холандија са 520 и Велика Британија са 468 селфи фотографија годишње. Добијени резултати истраживања су показали да мушкарци предњаче по броју снимљених селфија на недељном нивоу, у Холандији и Великој Британији са 11:9. Скоро половина учесника истраживања (45%) своје фотографије дели са пријатељима и породицом на друштвеним мрежама, што указује на потребу за одобравањем и прихватањем. „Привезани за технологију бивамо уздрмани кад тај ‘анплагд’ свет не означава, не задовољава” (Теркл 2010: 13). Истраживачи су запазили да, иако је просечном Европљанину потребно 11 секунди да одлучи да ли је снимљени селфи вредан или не, он проведе у просеку 26 минута у одлуци да ли је селфи довољно вредан да се изнесе пред „судије” са друштвених мрежа. Корисници друштвених мрежа старости од 16 до 29 година сниме чак 16% више фотографија телефоном од оних старијих од 30 година. Трећина испитаника (35%) је изјавила да могу да замисле да се комуникација у будућности одвија искључиво путем фотографија.

С друге стране, постоји и истраживање о доминантним навикама младих, које је спроведено у последњих неколико година са 2500 ученика 56 средњих школа у 33 општине на територији Републике Србије.<sup>3</sup> Истраживање је показало да већина ученика у просеку дневно на располагању има 5 сати слободног времена, које најчешће проводе гледајући телевизију, слушајући музику, бавећи се спортом или седећи за рачунаром. Николас Кар (Nicolas Car, 2013) примећује да пораст количине

<sup>2</sup> Опширније на: <http://www.personalmag.rs/mobile/istrazivanje-kompanije-honor-selfijne-izlaze-iz-mode/>

<sup>3</sup> Опширније на: <https://www.kcns.org.rs/agora/mladi-i-kultura-kako-negovati-razumevanje-i-prijateljstvo/>

времена које проведемо на интернету повећава укупно време које проведемо испред било ког екрана. Тек 8,5% од укупног броја испитаника навело је да у слободно време посећује културне манифестације, што је поражавајуће ако узмемо у обзир чињеницу да дигитална платформа нуди прегршт могућности за едукацију; истраживање је даље показало да једна трећина средњошколаца чита књиге само кад то школске обавезе захтевају – за лектуру и немају интересовања да прочитају нешто друго; остали испитаници читају у просеку једну књигу годишње, не рачунајући обавезну лектуру. Читаонице су одавно замениле собе за четовање.

Овај пресек стања је врло забрињавајући, поготово када те исте младе ставимо на меридијане западног Балкана крајем друге деценије 21. века. Уколико добијеним резултатима прикључимо и резултате истраживања Wave 8 о коришћењу друштвених мрежа којим је обухваћена и Србија, резултати говоре у корист негативне слике.<sup>4</sup> Истраживањем је обухваћено 65 земаља, а поред Србије учествовале су и Хрватска, Босна и Херцеговина и Македонија. Добијени резултати су затим упоређени са оним на глобалном и регионалном нивоу и статистика је показала да је понашање корисника на интернету готово идентично и да је жеља за припадањем која се јавља као основна људска потреба у великој мери изражена у дигиталној ери.

Истраживање је показало да су млади на територији наше земље у корак са глобалним трендовима када је реч о навикама које се односе на коришћење друштвених мрежа. Чак 43% младих у Србији би волело да остави траг у виртуелном простору и стекне славу кроз дељење аутентичних фотографија – селфија; 23% старије популације у распону од 30 до 55 година жели исто. „Стварни људи имају конзистентност, тако да је, ако ствари добро функционишу у односима, промена постепена и кроз њу се пролази полако. У онлајн животу темпо односа се повећава. Брзо се прелази пут од заноса до разочарања и назад. А чим нам постане макар и мало досадно, постоји лаган приступ некоме новом” (Теркл 2010: 387). Ако у обзир узмемо чињеницу да су се многи изложили ризику због творења што аутентичније фотографије, а неки чак и изгубили живот у покушају да сниме фотографију о којој ће се данима причати на друштвеним мрежама, проблем селфија је далеко озбиљнији. Младић који је изгубио живот на Тари у жељи да сними што аутентичнији селфи само је једна у низу трагедија условљена глобалним

<sup>4</sup> опширније на: <https://www.media-marketing.com/vijesti/mladi-u-srbiji-zele-da-postanu-popularni-putem-drustvenih-mreza/>

трендом.<sup>5</sup> Да ово није усамљен случај говори чињеница да се вести о несрећама изазваним жељом да се сниме што бољи селфи често могу прочитати у црној хроници. Млади често бирају аутентичне али опасне локације које ће оставити јачи утисак на публику, попут прављења селфија на вагонима<sup>6</sup> или крововима вишеспратница и/или солитера<sup>7</sup>, што неретко завршава трагичним исходом. „Ако нас искуство модерног друштва ичему учи, то је да технологије нису пука помоћна средства људске делатности него и моћне силе које имају свој допринос у преобликовању те делатности и њеног смисла и значења. Екран задира у све домене људске активности од екранског до свакодневног живота: на све стране екран ради на укидању граница у простору и времену” (Кар 2013, према: Винер 2004: 105).

Већина корисника најмлађег медија као своје најчешће активности навела је гледање видео-садржаја, претраживање сајтова, прегледање профила својих виртуелних пријатеља на друштвеним мрежама, као и уређивање властитих профила. Више од 77% испитаника друштвене мреже посећује најмање једном, а њих чак 88% више пута у току дана, како би били у корак са најновијим дешавањима у животу својих виртуелних пријатеља. Поред тога, 44% корисника је рекло да радије поставља своје фотографије него фотографије са пријатељима. Поред личних фотографија, најчешће деле и видео-садржаје. Склони су да деле исечке из свог живота са непознатим људима, док, са друге стране, показује истраживање, забрињава их превелика изложеност персоналних информација. Конфликт је настао због све чешћих случајева хакваних профила и дељења личних фотографија, услед превелике изложености на мрежи. Из приложеног се може закључити да смо склони да свој живот поделимо са другима, све док бар привидно имамо контролу над дељеним садржајем, односно заједницом којој припадамо.

## ЗАКЉУЧАК

Дијалектички однос роба и господара, који је развио Хегел, данас се може применити на примеру глобалног екрана, навигатора живота усамљене гомиле. Господар је признати ентитет, зависан од свог роба

<sup>5</sup> Опширније на: <http://rs.n1info.com/Vesti/a427734/Mladic-poginuo-na-Tari-pokusavaju-ci-da-napravi-selfi.html>

<sup>6</sup> Опширније на: <https://www.blic.rs/vesti/hronika/tragedija-u-subotici-mladic-se-popeo-na-teretni-vagon-pa-poginuo-od-strujnog-udara/13n4lbj>

<sup>7</sup> Опширније на: <http://www.politika.rs/scc/clanak/426920/Lajkovi-precu-od-zivota>

који га види и препознаје као господара. С друге стране, роб престаје бити аутономни ентитет, јер он заправо никада и није у бити био слободан, и повинује се жељама господара који га обликује по сопственом нахођењу. Зависан однос роба и господара се никако не може прекинути јер су се у глобалном друштву улоге промениле. Технологија, до јуче слуга људског рода, постала је сурови господар, покорила га је искористивши његове сопствене пороке и бацила га у поноре самоће. Жудећи да превари простор и време и преузме престо Творца, савремени појединац је пропустио „пророчанство” које су записали Џорџ Орвел (George Orwell) и Олдос Хаскли (Aldous Huxley). Орвел је предвидео Великог брата, који нас контролише и опседа, ограничава наш (критички и духовни) развој и пасивизује нас, чинећи од нас покорне грађане. Хаскли се, с друге стране, бојао да ћемо бити покорни и зависни од своје опсесије коју смо сами створили, технологије. Орвел се бојао да ћемо у затвореном свету бити ускраћени за информације, док је Хаскли предвидео да ћемо примати толико информација да ћемо бити редуковани на пасивност и егоизам, програмирани попут изума који смо створили, где парадокса. Орвел упозорава да ће истина бити сакривена, а Хаскли да ће се утопити у мору ирелевантности. Орвел је изразио забринутост због људи који ће живети у заробљеној култури, Хаскли се бојао да ћемо се изгубити у свој њеној тривијалности. Истина је, нажалост, много страшнија: опасност која нам прети заправо смо ми сами створили. Заробљени смо у оковима тривијалне културе, изграђене на темељу наших површних, испразних живота. Учаурени у свету пољуљаних вредности, жудимо за прихватањем виртуелне заједнице, удаљене читавих пар инча екрана од нас, а не видимо човека поред нас, иако на нас он, за разлику од наших виртуелних пријатеља, који се ни по чему не разликују од оних замишљених, може видети. У жељи да скријемо своју праву природу, бежимо у виртуелни свет и бирамо (само)изолацију не би ли смо се суочили са својим правим „ја”.

## ЛИТЕРАТУРА

Бригс, Берк (2006): Аса Бригс, Питер Берк, *Друштвена историја медија: од Гуштемберја до инјернејша*, Београд: Слио.

Голубовић (1995): Загорка Голубовић, *ЈА и ДРУГИ. Анјројолошка исјраживања индивидуалној и колективној идентитетјаша*, Београд: REPUBLICA.

Јовановић (2015): Зоран Јовановић, *Виртуелна јланетјаша*, Ниш: Филозофски факултет Ниш.

Кар (2013): Николас Кар, *Плићко*, Смедерево: Хеликс.

Константиновић (1991): Радомир Константиновић, *Филозофија њаланке*, Београд: Нолит.

Липовецки, Сероа (2013): Жил Липовецки, Жан Сероа, *Глобални екран: од филма до смарџфона*, Нови Сад: Академска књига.

Маклуан (1971): Маршал Маклуан, *Познавање ојшћила – човекових ѓро-дужейака*, Београд: Просвета.

Манович (2001): Лев Манович, *Мејамедији, избор уексћова*, Београд: Центар за савремену уметност Београд.

Негропонт (1988): Николас Негропонт, *Бићи гућћшалан*, Београд: Слио.

Патнам (2008): Роберт Патнам, *Кућлаћи сам: Слом и обнова америчке заједнице*, Нови Сад: Mediteran Publishing.

Петровић (2013): Далибор Петровић, *Друшћвеносћ у доба инћернејћа*, Нови Сад: Академска књига.

Потер (2011): Џејмс Потер, *Медијска ћисменосћ*, Београд: Слио.

Прајс (2011): Стјуарт Прајс, *Изучавање медија*, Београд: Слио.

Рук (2011): Ричард Рук, *Евројски медији у гућћћалном добу*, Београд: Слио.

Теркл (2010): Шери Теркл, *Сами заједно*, Београд: Слио.

Ѓаловић (2009): Драган Ѓаловић, *Увод у ћеорију медија*, Београд: Мегатренд универзитет.

Фром (2015): Ерих Фром, *Умеће живљења*, Београд: Дерета.

Џефриз (1997): Leo W. Jeffres, *Mass Media Effects*, Illinois: Waveland Press.

## ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6131996/>, приступљено 2. 11. 2019.

<https://www.vice.com/rs/article/a38jnz/na-stotine-ljudi-je-poginulo-sni-majuci-selfije-kaze-istrazivanje>, пристуљено 3. 11. 2019.

<https://www.bbc.com/serbian/lat/svet-45747875>, приступљено 3. 11. 2019.

<https://www.kcns.org.rs/agora/mladi-i-kultura-kako-negovati-razumevanje-i-prijateljstvo/>, приступљено 3. 11. 2019.

<http://www.personalmag.rs/mobile/istrazivanje-kompanije-honor-selfijine-izlaze-iz-mode/>, приступљено 17. 11. 2019.

<https://www.media-marketing.com/vijesti/mladi-u-srbiji-zele-da-postanu-popularni-putem-drustvenih-mreza/>, приступљено 17. 11. 2019.

<https://pulse.rs/internet-alatka-prosvetljenja-ili-oruzje-unistenja/>, приступљено 1. 12. 2019.

<http://rs.n1info.com/Vesti/a427734/Mladic-poginuo-na-Tari-pokusavajuci-da-napravi-selfi.html>, приступљено 5. 12. 2019.

<https://www.blic.rs/vesti/hronika/tragedija-u-subotici-mladic-se-popeo-na-teretni-vagon-ra-poginuo-od-strujnog-udara/13n4lbj>, приступљено 10. 12. 2019.

<http://www.politika.rs/scc/clanak/426920/Lajkovi-precu-od-zivota>, приступљено 15. 12. 2019.



Predrag Terzić, Graz 08, ugljen na papiru, 70x50cm, 2015.

Jelena Jocić

University of Niš

Faculty of Philosophy

Department for Communicology and Journalism

## GLOBAL SCREEN – THE NAVIGATOR OF LONELY CROWD’S LIFE

*Summary:* McLuhan’s vision of the world as a “global village” has become our reality and everyday life. He sees the occurrence of the global village as a kind of return to an audio-tactile culture and the re-establishment of the organic community and within the framework of the collective identity that has a tribal base. The merging of modern communication technology with a pre-modern social model puts emphasis on its small-town character, not on global interaction. A resident of the global village lives in a closed world, similar to the one of a small town, in which events are transmitted by those who create them, the residents themselves, as can be seen on the example of social networks: narrators change, but the stories repeat because they are linked by the same thread – a wish to leave a trace in virtual reality.

The global screen is available at any moment and anywhere. As a result of the rise of the global screen, global isolation occurs. This phenomenon is recorded in countries all around the world. It is characterized by a new form of individualism at the beginning of the new millennium and it is directly related to the emergence of the newest media that changes the way we think and experience the world around us. The seductive screen affects all domains of human activity, from economic to everyday life, by erasing the boundaries between real and imaginary world. It has become a part of our lives, to such a degree that we have failed to notice that our servant has in fact become our Lord long ago.

The tragedy of contemporary individuals is reflected in the fact that they have been wearing a mask for a long time, hiding their identity and true intentions, on the ball organized by the society. While the feast lasts, they play their role, which allows them to forget about their own self while at the party. But, the tragedy is that this ball never ends, only the music and costumes change, in line with the change of the epoch, and the individuals increasingly sink into apathy, indifference, and hopelessness, until they forget about their own existence. In the time of lost illusions, everyone lives their own solitude.

*Keywords:* global screen, media and solitude, global village, social networks, virtual reality.



Milena Jokanović

УДК 069.12:316.774]:379.822

Univerzitet u Beogradu

Filozofski fakultet

Odeljenje za istoriju umetnosti

Seminar za muzeologiju i heritologiju

## SAM ILI USAMLJEN? POSETILAC U (VIRTUELNOM) MUZEJU

*Apstrakt:* Još od Kabineta čudesa, preteča modernih muzeja, posetilac je onaj koji kontemplira hodajući kroz odaje ispunjene nagomilanim predmetima. Za razliku od publike u teatru, koja masovno u određenom vremenskom intervalu doživljava delo, u modernim muzejima pojedinac može samostalno da korača kroz postavku, tumačeći različite značenjske odnose između predmeta. Pojavom sajber muzeja pak, samoću posetioca u kontemplativnom činu nadržasta usamljenost posmatrača pred ekranom. Kao i tradicionalni muzej, ovaj tehnološki konstrukt zamišljen je da komunicira ljudske vrednosti i istoriju čoveka, ali uz pomoć kliktanja miša i piksela koji predstavljaju slike artefakata. Interakcija sa drugima, ali i sa samim, fizički prisutnim predmetima okruženim austom, prilikom posete virtuelnom prostoru – izostaju. U radu ćemo pratiti odnose koji se vremenom uspostavljaju između muzeja kao medija i njegovih, sve usamljenijih, posetilaca.

*Ključne reči:* muzej, posetilac, medij, publika, virtuelni prostor.

Preteča moderne muzejske institucije, smatra se, jeste renesansni i barokni kabinet čudesa, odnosno kabinet kurioziteta i umetnina. Kolekcije ovog tipa, iako veoma pažljivo kreirane i uređivane, posećivalo je samo probrano, bogato stanovništvo blisko vlasniku ovog mnoštva najrazličitijih predmeta. Vremenom, ove naizgled haotične zbirke, zajedno sa promenom odnosa prema znanju i društvenim promenama, transformišu se u sve otvorenije za javnost, ali i sve disciplinarnije kolekcije, odgovarajući prvo prosvetiteljskoj misli i enciklopedijskom znanju, a zatim bivajući instrumentalizovane u svrhu promovisanja ideja vladajuće manjine. Moderno doba donosi i prve kritike muzejske institucije i od tada pa sve do danas govori se o demokratizaciji muzeja koji u svojoj biti treba da predstavljaju sva znanja ovog sveta, a znanje i kulturna baština jesu pravo i konstitutivni elementi identiteta zajednice, te je i dostupnost istih, naglašava se, neophodna. Nastanak novih



medija, kao i u drugim segmentima društva, uzburkava i prostore muzeja, te se od početnih polemika – treba li predmete dodatno interpretirati i kroz nove medije ili muzej tako podleže jeftinoj industriji zabave i u senku baca 'njegovo veličanstvo predmet', do danas susrećemo sa nedoumicama da li je predmet potpuno izgubio značaj, te da li je od njega ostala samo aura koja ne zauzima fizičke, već neretko samo virtuelne prostore. Posledično, rasprave o ideji muzeja koji nije nužno deo jednog fizičkog prostora danas dobijaju novi sloj, uplićući i termine *virtuelnosti*, *sajber muzeja* u već dugo poznate rasprave o *imaginarnom muzeju* i *muzeju bez zidova*. Nesumnjivo, muzejski posetilac se zajedno sa ovom institucijom transformiše, te se i njegove potrebe neretko ispuštaju iz vida u sve bržem napretku tehnologije i sve većim mogućnostima interpretacija muzejskih kolekcija.

## POJMOVNO RAZGRANIČENJE

Na početku, neophodno je ukazati na pojmove koji će biti ključni u daljem tekstu, a koji se u teoriji neretko upotrebljavaju u različitim kontekstima. Naime, sam pojam *virtuelnog muzeja* danas se, uz savremene tehnologije, najčešće vezuje za određeni prostor na internetu, odnosno na CD-romu ili nekom od savremenijih nosača memorije. Ipak, Bernar Deloš u svojoj studiji ukazao je na neophodnost šireg sagledavanja ovog pojma: „S jedne strane, ubeđen sam da je virtuelni muzej vrlo daleko od onoga što danas nazivamo *sajber muzej*, od te očigledne mete neprijatelja novih tehnologija, jer ako je reč o tome da taj tip muzeja zameni instituciju muzeja, uspeh poduhvata je svakako vrlo neizvestan i teško se postiže. S druge strane, tačno je da me novi mediji, s tačke gledišta njihove tehnike i manipulacije, ne zanimaju ništa više od tastature po kojoj pišem ove redove – to su samo alatke – ali mislim da i ta sredstva u sebi nose nesumnjivu snagu transformacije realnog i nalažu otvaranje rasprave” (Deloš 2001: 9). Rasprava koju Deloš proročki najavljuje i dalje je veoma aktuelna. Ipak, treba imati u vidu da se upotreba novih medija radi dodatne interpretacije muzejskih predmeta i zbirke razlikuje od ideje muzeja koji zauzima virtuelne prostore – u savremeno doba – one koje digitalna tehnologija omogućava. Ako razmišljamo o muzejskoj interpretaciji uz upotrebu novih medija, možemo diskutovati o novim načinima proizvodjenja doživljaja u muzeju kao mestu susreta. Deloš će napomenuti da je „virtuelno bezgranično proširilo polje ekspografije”, preuzimajući od Andrea Desvaljea termin *ekspografija* koji označava umetnost izlaganja. Termin je predložen 1993. kao dopuna termina *muzeografija*, da bi se označilo postavljanje izložbe, što se ne odnosi samo na postavljanje u prostoru, već i sve ono što se nalazi unaokolo na izložbama, bilo da je u muzeju ili nije. Ona

podrazumeva traženje jezika i vernog izraza da bi se preveo naučni program izložbe, objasniće autor.

Svakako, možemo se složiti sa idejom o virtuelnosti muzeja nezavisno od tehnološkog razvoja, jer slike pamćenja se još od antičkih mnemotehničkih veština jasno mogu prepoznavati kao mentalna lutanja kroz virtuelne, odnosno umne, a ne realne, fizičke svetove (Gnjatović, Stanković 2013). Ipak, i ako se radi pojmovnog razgraničenja, a za potrebe ovog teksta, zadržimo na malo užem shvatanju *virtuelnih svetova*, možemo prihvatiti stav Leva Manoviča: „Pod virtuelnim svetovima podrazumevam 3D računarski stvorena interaktivna okruženja. Pod ovo određenje može se svrstati niz postojećih 3D računarskih okvirenja – visokokvalitetne virtuelne stvarnosti koje rade pomoću monitora na glavi i sa fotorealističnim grafikama, saloni sa video-igrama, video-igre na CD-ROM-ovima i internetske igre sa više igrača, filmovi virtuelne stvarnosti reprodukovani na kvik tajm programu, VRML (oblikovani jezik virtuelne stvarnosti) scene i grafička okruženja ćaskanja kao 'palata' ili 'aktivni svetovi'” (Manovič 2001: 49).

U nastavku ćemo o virtuelnom muzeju razmišljati upravo kao o prostoru odvojenom od fizičkog, o mreži podataka koji uređeni i najčešće postavljeni onlajn treba da zainteresuju i edukuju posetioce sajta. Upravo ovakav prostor kroz koji se neko kreće kliktanjem kompjuterskog miša ili eventualno okretanjem glave a noseći VR naočare, biće razmatran kao previše pust prostor u kojem i posetilac ostaje pasivan, izopšten, odnosno usamljen. S druge strane, realan prostor muzejske institucije sagledaćemo kao mesto koje, uprkos mnogim kritikama i teorijama o njenoj prevazidenosti, još uvek izgleda ostaje neophodno mesto susreta i razmene. U okviru muzejske postavke, posetilac je neretko sam i zaveden da luta između izloženih objekata tokom svog otkrivanja, za razliku od pozorišne publike koja se okuplja u određenom terminu i sedi na određenom mestu. Ipak, muzejski posetilac danas sve češće u posetu dolazi sa još nekim, ili neretko razmenjuje utiske sa drugima koje susreće, dok muzejski programi razgovora, foruma i uključivanja posetilaca u različite programe podstiču razmenu.

## SAMOĆA U MUZEJU KAO USLOV ZA KONTEMPLACIJU

Vreme stvaranja prvih kabineta čudesa, period renesanse, odgovara Fukoovoj renesansnoj epistemi. U ovoj epohi, svet je svet znakova koji treba da se iščitaju, a beskrajan zadatak interpretiranja je osnovna struktura znanja. Sličnosti i istosti prepoznaju se na površini stvari i ne zadire se dublje u srž i načine funkcionisanja. Magijsko i okultno su bili sastavni deo znanja.

Kao posledica ovog beskrajnog ponovnog iščitavanja, reči i stvari razumevane su kao isto. Zapravo, reči su korišćene samo da definišu materijalni svet. Postojalo je isto onoliko jezika koji se odnosio na kamenje, životinje i biljke, koliko ga se moglo naći i u knjigama. Pisanje i čitanje bile su aktivnosti privilegovanih. Fuko opisuje renesansnu epistemu kao pletoričnu – koja odiše obiljem, ali pogođenu siromaštvom: neograničenu jer sličnosti nikada nisu stabilne, već se sastoje od beskrajnih odnosa. Ovo je bilo znanje koje je moglo i zaista jeste nastajalo akumulacijama konfiguracija koje su sve bile zavisne jedna od druge. Ono što je u sedamnaestom veku preostalo od renesansne episteme bile su igre – fantazije i čini još neustanovljenog „naučnog” znanja. Sličnost, kao primarna funkcija empirijskog znanja, kasnije je percipirana kao zbujujuća, haotična i zbrkana. Kabinet je u ovom periodu – odnosno „Kabinet sveta”, kako ga Ajlin Huper Grinhil naziva – bio forma jezika, materijalni zapis univerzalnog znanja i slika sveta (Huper Grinhil 1992). Znanje se sastojalo iz povezivanja jednog iz jezika sa onim drugim iz jezika: od omogućavanja svemu da progovori. „Kabinet sveta” bio je, stoga, forma jezika sa kompleksnim odnosom prema drugim jezicima sveta. Enciklopedijski projekat koji Fuko identifikuje tokom poslednjih nekoliko godina šesnaestog veka probao je da oprostori materijalno znanje prema kosmološkim strukturama, da rekonstruiše poredak Univerzuma na način na koji su reči i tekstovi bili međusobno povezani i uređeni u prostoru. Na sličan način, „Kabinet sveta” uređivao je svoje materijalne slike i sličnosti kako bi otkrio poredak sveta.

Putovanja i velika otkrića proširila su i mentalne horizonte. Istovremeno, kosmologija kasne renesanse revidirala je i okultizovala srednjovekovna magijska znanja. Svet je bio podeljen na makrokosmos (koji je predstavljao Boga čiji su proizvodi razumevani kao Priroda) i mikrokosmos čoveka, čiji se tada proizvodi, predmeti koje kreira, razumeju kao umetnost, odnosno veština. Svet umetnosti i svet prirode bili su u konstantnoj oscilaciji, nekada se suprotstavljajući jedan drugom, a nekada bivajući u simbiozi. Kako su okultni filozofi a i drugi smatrali, umetnost je bila „imitacija prirode” i tako je i predstavljana u kosmološkim mapama. Deljenje umetnosti i prirode, predstavljanje mikrokosmosa i makrokosmosa otelovilo se u novim kategorijama predmeta u kolekciji: *artificialia* i *naturalia*. Kako nam je renesansna epistema sa osnovnim karakteristikama sličnosti između dva objekta, simetrija i konstantnih novih cikličnih interpretacija pomogla da razumemo šta je zapravo smatrano znanjem u doba stvaranja kabineta, te kako je kabinet predstavljao materijalizovan zapis univerzalnog znanja, tako i obilje predmeta u kabinetima nudi zaključke ne samo o istoriji svake kolekcije, već i o konstantnoj, neutaživoj potrebi da se doda, kompletira, sakupi, da se ne

ostavi nepopunjeno mesto. Ovo govori o cikličnoj prirodi želje za posedovanjem i zadovoljstvom posedovanja, o nedovršenoj aktivnosti koja je uvek u progresu, o nikada kompletiranoj kolekciji. Ove površine ispunjene predmetima, zamrznute u svojim simetrijama, namerno su postavljene da proizvedu efekat prilikom obilaska: da impresioniraju posmatrača izobiljem i vode ga od jednog predmeta ka sledećem, svakom bizarnijem i više zadivljujućem od prethodnog. Dok simetrija postavke osigurava harmonično jedinstvo sveta, retkost, odnosno pre *čudesnost*, bila je ključna reč svih kabineta kurioziteta koji se protežu kroz vreme i prostor, sa izuzetnim istorijskim i geografskim distancama i raznolikostima.

Ukoliko se oslonimo na nepreveden, originalan nemački termin *Wunderkammer*, odnosno nemački ili anglosaksonski izraz za čuderno – nem. *Wunderbar*, engl. *wonderous* – prepoznaćemo i skriveno lutalaštvo – nem. *wundernd*, engl. *wondering* – težnju za konstantnim otkrivanjem, traženjem novih objekata kako bi se dopunila nikada celovita kolekcija. Čitanjem ranijih zapisa o osećajima posmatrača kada pristupi kolekciji čudernih predmeta, uviđa se takođe da, nakon reakcije zapanjenosti prilikom susreta sa predmetom, sledi želja posmatrača da nastavi put kroz niz predmeta i njihovih značenjskih odnosa, luta kroz beskrajne cirkularne putanje uma. Tako se ovo lutanje odnosi i na fizičko istraživanje, kako kroz putovanja, velika otkrića i traženje objekata koji će upotpuniti kolekciju, tako i kroz fizičko lutanje kroz postavku predmeta koje je uvek i ono mentalno lutanje, težnja za razumevanjem kompleksnih višeznačnih odnosa među predmetima. Termin „kuriozitet“ koji se takođe koristi u kontekstu ovih kabineta onda nije teško povezati ne samo sa retkosti koja se odnosi na neuobičajenost, još neviđenost u kontekstu predmeta, već i na radoznalost uma – engl. *curiosity*, lat. *curiositas* – koji je stalno podstaknut na razumevanje, dalje istraživanje i otkrivanje kroz lutanje (Jokanović 2018: 81–92).

Sam, lutajući kroz postavku, posetilac u mnoštvu predmeta ili vlasnik kolekcije lično, kontemplira, saznaje svet i iz postavke izlazi obogaćen, inspirisan. Pišući o neophodnosti fizičkog kretanja, hodanja, odnosno lutanja kroz različite pejzaže, Rebeka Solnit takođe naglašava da mentalno lutanje često biva podržano i onim bukvalnim, za renesansnog čoveka putovanjem i otkrićem novih kontinenata, a za modernog šetača kroz gradske pejzaže – koraćanjem bez nekog određenog cilja. Najzad, „u idealnom smislu, hodanje je stanje u kojem su um, telo i svet u odgovarajućem redu, kao tri lika koja napokon međusobno razgovaraju, ili tri tona koja najzad tvore sazvučje. Hodanje nam omogućava da budemo u svome telu i u svetu, a da njima ne budemo zauzeti. Ono nam pruža slobodu da mislimo a da se ne izgubimo u sopstvenim mislima“, vešto primećuje autorka (Solnit 2011: 15).

Muzeji se od svojih preteča, kabineta čudesa, do danas više puta transformišu odražavajući odnos prema znanju i sisteme vrednosti svog doba. Iako se u postavkama vremenom redukuje mnoštvo predmeta, posetiocu se oni i dalje svesno predstavljaju kroz različite kontekste, zavodeći ga i navodeći ga da luta kroz njihove odnose i odaje u svom otkrivanju. Videćemo da muzeji vremenom teže da budu što otvoreniji za javnost, te da baštinu koju čuvaju učine što dostupnijom a publiku što širom. Novi mediji i tehnološki razvoj svakako će odigrati značajnu ulogu kada su ove tendencije u pitanju. Ipak, postavlja se pitanje da li su tokom ubrzanog tehnološkog razvoja mnoge premise podrazumevane a potrebe posetioca zanemarene, te da li muzej transformišući se i tražeći svoju ulogu u savremenim društvenim odnosima uspeva da ostane prostor za kontemplaciju i mentalno lutalaštvo svojih posetilaca.

## OGRANIČENOST PROSTORA NOVIH MEDIJA?

Želja čoveka da sazna svet, okupi sve predmete, odnosno informacije o njima na jednom mestu, otelovljena i u protomuzejima o kojima je bilo reči, u savremeno doba novih medija i tehnološkog progresa često se čini kao po prvi put ostvariva. Kada govorimo o digitalnoj mreži i arhivima koji imaju gotovo neograničene količine memorije, odnosno baza podataka, mi pojmimo beskrajne prostore za skladištenje, a onda i upotrebu ovih kolekcija informacija. Ipak, poseta veb-sajtu na kojem se nalazi virtuelna postavka i dalje najčešće ostavlja utisak ograničenosti mogućnosti posmatrača.

Dok novi mediji nude aplikacije za telefone i druge uređaje koji nam omogućavaju prostore proširene stvarnosti (Augmented Reality), a naočare za virtuelnu stvarnost (Virtual Reality) nas potpuno izmeštaju iz trenutnog prostora, čak i našem telu, ostavljajući utisak nestabilnosti, deluje ipak da mentalno lutalaštvo novim prostorima još uvek ne može biti onoliko slobodno koliko i naše fizičko, telesno lutalaštvo koje pokreće i umno. Tako, pišući o obilasku virtuelnog muzeja, odnosno muzeja na internetu, Lijana Makteviš će zaključiti: „Dinamičko kretanje nije deo iskustva koje muzeji virtuelne realnosti nude posetiocima. Korisnici interneta se ne kreću kroz virtuelne odaje nego zauzimaju fiksne pozicije u centru galerija. Zidovi ovih galerija se okreću, stvarajući iluziju da stabilan posmatrač okreće glavu da bi pretražio trodimenzionalan prostor” (Makteviš 2013: 283). Iako tehnologija izuzetno brzo napreduje te danas, nakon što smo bili svedoci PokemonGo igre i ovaj aspekt statičnosti koji autroka naglašava može lako biti prevaziđen, činjenica je da se pojam *virtuelnog* muzeja i dalje odnosi na sajber muzej, odnosno galeriju u digitalnom prostoru koja prati sve principe klasične ekspografije.

„Iako posetioци mogu да се преместе на другу фиксну позицију, они су ограничени технолошким, а не физичким баријерама. Dostupne су само оне посматрачке позиције које су осмислили дизајнери softvera. Posetiočev доживљај могућности кретања је ограничен зато што је у виртуелним галеријама стварност дефинисана искључиво у визуелним категоријама. Виртуелним посматрачима се нуди ограничено телесно искуство, где се наглашава визуелна и повремено аудитивна перцепција” (Makтевиш 2013: 284). Управо (не)ослањање на перцепцију какву човек има још од модерног доба, а која се дигиталном трансформацијом такође мења постајући трансмедјална и одступајући од линеарности, можда јесте кључ за креирање виртуелног музеја који ће одговорити на потребе дигиталних урођеника.

Оно што је у контексту овог рада можда најинтересантније, Makтевиш ће закључити да је у виртуелном музеју посетиоцу ограничена и свест о постојању других посетилаца. „Umesto да приказују разне посетioце на изложбама, виртуелне галерије су празне. Виртуелни посматрачи стављени су у околности у којима су независни посматрачи – иако различита истраживања показују да људи обично посећују музеје у групама. [...] У том смислу виртуелни музеји посетиоцима не пружају већу слободу кретања и мишљења; они више потврђују него што преобрађавају конвенционалне односе између музеја и публике” (Makтевиш 2013: 285). Савремена истраживања, поред тога што јасно указују на музеј као место за размену и едукацију (о чему сведоче и музејски програми групних вођења кроз изложбу, конференција и трибина, перформанса у оквиру поставке и др.), указују на посету простору музеја (физичком) као време током којег се постиже боље расположење, а посетилац, иако можда сам, лутајући кроз изложбене просторе и упијајући нова saznanja и/или естетске форме, добија осећај испуњености, конструктивног, личног напретка.<sup>1</sup>

Izgleda онда да виртуелни простори музеја и даље намећу осећај тескобе и усамљености посматрача који кликтањем за својим рачунаром не успева да сусретне друге посетioце у музеју, истовремено не успевајући ни да прошири своје менталне хоризонте услед ограничености самог медија кретања. Ипак, с обзиром на то да је све више уметности која настаје искључиво у дигиталном простору, а самим тим и више поставки које су искључиво дигиталне, а истовремено све више технолошких могућности за сусретање посетилаца у просторима нових медија, можда ће и усамљеност савременог човека најзад моћи да буде превaziђена посетом виртуелном музеју.

Navodeći projekte који се баве интернетом као својеврсном енциклопедијом и кабинетом чудеса најразличитијих информација, Hening закључује:

---

<sup>1</sup> Nedavno је на Универзитету у Јорку најављена научна конференција која се управо тиче питања емоција приликом боравка у музеју: <https://www.york.ac.uk/ipup/events/conferences/emotion-in-the-museum-programme/>



„Највеће очекивање од новог медија не треба тражити у уређајима и справама, информационим kioscima и екранима који се активирају на додир, него у ulozi koju ima u povratku na retkosti” (Hening 2014: 455). Можда ћемо ипак, тек превазилаženjem форми које се само из реалног преносе у виртуелни простор у којем градимо галеријске зидове и покрећемо своје усамљено сопство кроз ове просторе кликом на дугме, успети да искористимо потенцијал огромног складишта у својеврсном музеју без зидова. Виртуелни музеј на интернету онда можда може постати место откривања, истраживања и лутања кроз бескрајне колекције.

## PODRAZUMEVANA INTERAKTIVNOST UZ NOVE MEDIJE?

Nesumnjivo je da novi mediji koji se konstantno razvijaju nude sve više mogućnosti za interpretaciju baštine i proizvođenje novih doživljaja umetničkih dela. Stoga su oni sve prisutniji u postavkama, navodeći posetioce da interaguju sa ponuđenim sadržajima. Participativnost publike i uključivanje zajednice u različite sadržaje jeste jedan od prioriteta savremenih muzeja. Ipak, videlo se kroz mnoge primere u praksi do sada, novi mediji ne podstiču nužno interaktivnost, te samo prisustvo virtuelnih sadržaja ne znači a priori da će posetioci postati uključeni. Naprotiv, posetilac postavke onlajn ili veb-sajta – virtuelnog muzeja, neretko ostaje još pasivniji, odustajući od svoje virtuelne posete na pola ili samo klikćući дугме миша, притом се не укључујући ментално.

Naime, mnogi teoretičari će zaključiti da digitalni sadržaji nisu sami po sebi ništa novo kada govorimo o podsticanju posmatrača na укљученост. Tako Lev Manović još 2001. godine ukazuje da su sva klasična, a još više savremena umetnička dela višestruko „interaktivna”, dajući primere elipsi u književnoj naraciji, nedostajućih detalja na stvarima vizuelnih umetnosti i drugih predstavljačkih „prečica” које захтевају од корисника да допуну недостајуће информације. „Pozorište i slikarstvo такође се ослањају на технике поставке и композиције како би оркестрирали гледаочеву пажњу у времену, захтевајући од њега да се усредсреди на различите делове приказа. У случају skulpture i arhitekture gledalac mora da pomera celo svoje telo kako bi sagledao prostornu strukturu. Moderni mediji i umetnost razvili su i dalje ove tehnike stavljajući pred gledaoca nove sazajne i fizičke zahteve” (Manović 2015: 98). Ovaj teoretičar medija će doći do veoma značajnog zaključka za sagledavanje odnosa između novih medija i njihovih posmatrača/korisnika: „Kada koristimo koncept *interaktivnih medija* isključivo za računarski zasnovane medije, suočeni smo sa opasnošću da protumačimo *interaktivnost* bukvalno, izjednačavajući je sa fizičkim međudejstvom između korisnika

i medijske stvari (pritisnuti dugme, izabrati vezu, pomeriti telo), na štetu psihološkog međudejstva. Psihološki procesi popunjavanja, hipotetičkog oblikovanja, prizivanja i poistovećivanja, koji se očekuju od nas da bismo razumeli bilo koji tekst ili sliku, pogrešno su poistovećeni sa objektivno postojećom strukturom interaktivnih veza” (Manović 2015: 99). U ovom kontekstu možemo sagledati i virtuelni, odnosno sajber muzej. Manović će otići i korak dalje ukazujući da interaktivni računarski mediji odgovaraju tendenciji davanja stvarnih oblika duhovnim procesima, karakterističnoj za post-moderno doba. Naime, sam princip hiperveza koji leži u osnovi interaktivnih medija opredmećuje postupak asocijacija za koji se često smatra da je u središtu ljudskog mišljenja. „Duhovni procesi razmišljanja, rešavanja problema, podsećanja i asocijacija sada su oblikovani, izjednačeni sa praćenjem veze, prelaskom na sledeću stranu, biranjem nove slike ili nove scene. Ranije bismo posmatrali neku sliku i pratili u sebi sopstvene asocijacije vezane za druge slike. Umesto toga, sada naš interaktivni računar traži da kliknemo na neku sliku da bismo otišli na sledeću. [...] Ukratko, od nas se traži da pratimo preprogramiranje stvarno postojeće asocijacije. [...] od nas se traži da prihvatimo ustrojstvo nečijeg duha kao naše” (Manović 2001: 99–100). Ovakav zaključak može biti put ka razumevanju da je u slučaju savremenih interaktivnih računarskih medija, u okviru kojih se kreiraju i muzejske postavke, nama retko ostavljena mogućnost da ostvarimo potencijal kontemplativne samoće jer do sopstvene kontemplacije ne dosežemo s obzirom na ustrojstvo tuđeg duha i tuđe tokove misli otelovljene kroz gore opisanu logiku funkcionisanja medija i kretanje kroz kreiranu izložbu. Stoga, usled nemogućnosti da se razviju aktivni misaoni procesi i lični stavovi jer ih ni sam medij ne podstiče, osećanja usamljenosti i otuđenosti individua u ovom bezličnom procesu ne iznenađuju.

Primeri različitih praksi sadržaja na internetu koji podrazumevaju participativnost posetilaca, pa čak i primeri mnoštva novih aplikacija za mobilne telefone, a koje su sastavni deo projekata u kulturi i umetnosti, proširenja izložbi u fizičkom prostoru – pokazuju da nema interaktivnosti, manje je od deset procenata kreatora novih sadržaja, nešto više onih koji eventualno ostave komentar, dok je najviše nemih posmatrača. Kroz istraživački projekat virtuelnog muzeja Beograda (beopatrimonium.com), participativne mape koja s jedne strane nudi alternativne interpretacije baštine ovog grada, a sa druge strane poziva svakog posetioca sajta da doda multimedijalnu prezentaciju, odnosno izložbu o nekom sebi značajnom kutku grada, a kao jedan od kreatora ove platforme, vremenom sam došla do sličnih zaključaka. Dok je veoma mnogo onih koji su konzumenti ponuđenih sadržaja, gotovo niko nije zapravo podstaknut da i sam učestvuje u mapiranju novih tačaka direktno na sajt. Ipak, mnogo je građana koji žele da podele sa vama šta bi



dodali na mapu kada ih intervjuišete na ulici ili organizujete radionicu. Dakle, sam sajt, kao ni propratna strana na Fejsbuku nisu podstakli posetioce da postanu koautori ove virtuelne postavke. Ako aktivno učestvuju kada ih susretnete u fizičkom prostoru, na koji način učiniti i virtuelni muzej mestom susreta i razmene u kojem se posetioci neće osećati usamljenim u beskrajnom pretraživanju veb-stranica?

## ODSUSTVO PREDMETA: MUZEJ KAO FORUM ILI SAMOSTALNA AURA?

Savremeni muzej, dakle, na različite načine pokušava da odgovori izazovima društva. Dok je sa jedne strane ova institucija proglašena mrtvom još pre čitavog veka, muzej kao ideja, odnosno kao medij, osvaja nove, virtuelne prostore, izlazi iz zatvorenih prostora ili napušta osnovnu ideju da je ovo inicijalno kolekcija predmeta i postaje prostor za diskusiju, razmenu, pre agora nego zbirka predmeta.

Tokom sedamdesetih godina dvadesetog veka, paralelno se razvijaju ideje o transformaciji muzeja, odnosno kreiranju mehanizma koji bi se mogao nazvati muzejom zajednice i podstaći posetioce na participativnost, odnosno aktivan odnos prema nasleđu. Tako u Evropi i Kanadi nastaje koncept ekomuzeja, u Severnoj Americi muzej komšiluka, dok u Latinskoj Americi nastaje ideja integralnog muzeja. Kada govorimo o uključivanju zajednice u muzejske programe, govorimo o posetiocu koji više nije sam u svom lutalaštvu kroz predmete i njihove odnose u postavci, već su mu za diskusiju neophodni kako drugi posetioci tako i kustosi. Naime, ideje diskurzivnog muzeja kao prostora kritičke debate vezuju se za Novu muzeologiju Pitera Vergoa i kritičke studije muzeja. Dekonstruišući tradicionalni muzej, kritička muzeologija preispituje ideološke osnove muzeja, njegove političke ciljeve, veze sa strukturama vlasti i tržišta, pitanjima klasne, rodne, rasne reprezentacije, kao i reprezentacije manjinskih i marginalnih grupa u muzejima. Kritičke studije muzeja nisu vezane za konkretnu školu ili grupu stručnjaka, ali upravo iz ovih promišljanja kristališu se dva nova modela muzeja: muzej forum i kritički muzej. Ideja Hansa Beltinga da muzej treba da postane politički forum u okviru kojeg se dekonstruišu mehanizmi i načela na kojima je muzej od svog osnivanja na dalje počivao jeste ideja zasnovana na zamisli muzeja kao prostora za debatu, refleksiju. Ovakav muzej direktno bi bio suprotstavljen muzeju senzacija, plodu neoliberalne ekonomije zabave. Ovu Beltingovu ideju kroz svoj teorijski rad, a pokušavajući i u praksi, razvija i Pjotr Pjetrovski koncipirajući ideju kritičkog muzeja, mesta javne debate o

društveno-političkim pitanjima, kao i o zadatim istorijsko-umetničkim kانونima u čijem je konstruisanju muzej imao značajnu ulogu (Luković 2018: 34). Ovakav muzej, smatra autor, posetioca treba da navede na aktivno učešće, kako u debati tako i u političkom životu. Predmet u ovakvom muzeju ne izostaje nužno, ali svakako više nije primaran za funkcionisanje (Pjetrovski 2013). S druge strane, potpuni oponent prethodno opisanom jeste muzej u virtuelnom prostoru. Ono što je svakako zajedničko obema idejama, pak, jeste odstupanje od predmeta kao primarnog još od nastanka ideje muzeja.

Boris Grojs će diskutujući o savremenom muzeju takođe zaključiti da muzeji nisu nestali, naprotiv, njihov broj raste u celom svetu, što znači da su i sami muzeji uronili u tok vremena. Naime, muzej je prestao da bude mesto za stalnu kolekciju i postao je poprište promene kustoskih projekata, vođenih turneja, projekcija, predavanja, predstava itd. „U naše vreme umetnička dela trajno kruže od jedne izložbe do druge, iz jedne u drugu kolekciju. A to znači da se muzeji sve više i više uključuju u protok vremena” (Grojs 2016: 3). Savremeni muzej je, prema rečima Grojsa, prestao da bude mesto za kontemplaciju iste slike. S druge strane, pozivajući se na ideju Valtera Benjamina o gubitku aure usled izvlačenja predmeta iz materijalnog toka, Grojs će doći do veoma interesantnog zaključka kada je muzej u virtuelnom prostoru u pitanju: „Predmet je postao kopija samog sebe – zamišljen izvan originalnog natpisa u *ovde i sada* materijalnom toku. Muzejski predmet je objekat umanjen za njegovu (nevidljivu) auru originalnosti (originalnost se podrazumeva kao originalno postavljanje predmeta u prostor i vreme). Digitalno arhiviranje, naprotiv, ignoriše objekat i čuva auru. Sam objekat je odsutan. Ostaju njegovi metapodaci – informacije o *ovde i sada* o njegovom originalnom upisu u materijalni tok: fotografije, video-snimci, tekstualna svedočenja.” Muzejskom predmetu, zaključice Grojs, oduvek je bila potrebna interpretacija koja je zamenjivala njegovu izgublјenu auru. „Digitalni metapodaci stvaraju auru bez objekta. Zato je adekvatna reakcija na ove metapodatke preuređivanje dokumentovanog događaja – pokušaj popunjavanja praznina usred aure” (Grojs, 2016: 4). U ovom kontekstu, treba se osvrnuti na pitanja: Zašto je sam nedostatak predmeta i okvira za tumačenje u virtuelnom muzeju problematičan kada govorimo o osećanju posetioca? Zašto samostalна aura bez predmeta nije dovolјna?

Odgovori se možda kriju u ideji ulaska u fikciju prolaskom kroz zadate okvire za tumačenje. Naime, tradicionalne institucije, poput muzeja ali i pozorišta, predstavljaju fikciju u kojoj posetilac treba da dostigne stanje zaborava svog sopstva – da zaboravi sve o prostoru u kojem je. Samo tako on može biti sposoban da duhovno napusti realnost svakodnevice i uroni u predstavlјen fiktivni svet. „Posetilac muzeja umetnosti morao je da zaboravi

музеј уметности да би се духовно заокупио размишљањем о уметности. Другим речима, предуслов функционисања фикције као фикције је дисимулација материјалног, технолошког и институционалног кадрирања која ово функционисање омогућава”, закључиће Grojs (Grojs 2016: 172). Музеј на интернету, с друге стране, иако данас технолошки веома добро поткован, има проблем што управо мрежа сама – интернет – функционише под претпоставком нефикционалног карактера. Интернет је медиј информисања и претпоставља се да сваки податак има референцу у реалности изван мреже. Информација је дакле увек о нечему, а ово *нешто* је увек ван интернета, односно офлајн. У супротном, сматра Grojs, све економске трансакције на интернету биле би немогуће, као и све војне и безбедносне операције. Наравно да фиктивни корисници и други слични садржаји могу бити креирани на интернету, али у таквим случајевима фикција постаје превара која мора бити откривена.

„На интернету, уметност и литература делују у истом простору као и војно планирање, туристичко пословање, капиталне инвестиције и тако даље; Gugl између осталог показује да у интернету нема зидова. Наравно, постоје посебне веб-странице или блогови за уметност. Али да би им се обратио, корисник сам мора кликнути и тако их уоквирити на површину свог сопственог рачунара, tableta или мобилног телефона. Дакле, кадрирање постаје деинституционализовано, а уоквирена фиктивност постаје дефикционализована. Корисник не може занемарити оквир јер га је он створио. Кадрирање – и радња кадрирања – постају експлицитни и остају експлицитни током искуства размишљања и писања. Овде дисимулација оквира који је вековима дефинисао наше фиктивно искуство долази до свог краја. Уметност и литература још увек могу да се односе на фикцију, а не на стварност. Међутим, ми, као корисници, не урњачо у ту фикцију, нећемо попут Алисе проћи кроз огледало; уместо тога, уметничку продукцију доживљавамо као стваран процес, а уметничка дела као стварну ствар. Може се рећи да на интернету нема уметности или литературе, већ само информације о уметности и књижевности, упоређо са другим информацијама о другим пољима људске активности.” (Grojs 2016: 174)

Овакав Grojsов закључак директно нас доводи до питања: да ли је онда могуће у сајбер, веб, односно музеју на интернету, достићи ментални момент када посетилац може да се отисне на контемплативни пут? Технолошка остварења попут проширене и виртуелне стварности веома успешно представљају фиктивне светове, али концентришући се претежно на визуелно, док остала чула изгледа још увек не успевају да буду involvirana довољно да посетилац урони у свет фикције.

С једне стране, у згради у којој тежи да оствари форум и покрене дискусију, а са друге стране на мрежи где не успева да уведе посетиоца у свет фикције, савремени музеј у својим трансформацијама изгледа неретко заправо

zaboravlja na potrebe svojih posetilaca ostavljajući ih usamljenim u traganju za ispunjenjem sopstvenih potreba. Dakle, kako i Mark Trajb zaključuje, a složićemo se: ma koliko izgledali tromi i lenji, galerije i muzeji imaju značajnu ulogu tumača. „Oni privlače pažnju kritike i publike, stavljaju dela u istorijski kontekst i daju nam vremena i prostora da ta dela doživimo i da razmišljamo o njima. Na tehnološkim granicama umetničkog stvaralaštva, do kojih se muzeji ne usuđuju da dođu, kritički dijalog postaje utoliko značajniji” (Trajb, u: Manovič 2015: 13). Aura bez predmeta sada bi trebalo da preuzme glavnu ulogu nosioca značenja, dok kreatori muzeja u virtuelnom prostoru zaista treba da zakorače u domen futurologije, kako Trajb piše o novim medijima, ali i da prateći *tok vremena* odgovore na potrebe nove muzejske publike. Nije li najzad, ako je već odustao od svoje osnovne ideje – zbirke predmeta koju čuva i izlaže proizvođači različite značenjske odnose svojom postavkom, vreme da muzej počne da proizvodi potpuno drugačije sadržaje odgovarajući na drugačiju percepciju i nove potrebe za saznavanjem sveta savremenih posetilaca?

Kako pisanje ovog rada završavam upravo kada je proglašena pandemija Korona virusa (Covid-19), te kada je u gotovo čitavom svetu proglašena vanredna situacija u kojoj se preporučuje ostanak kod kuće, zatvaranje svih muzeja, pozorišta i drugih okvira kulturnog i društvenog života, čini se veoma izvesnim da će usled ovakvih okolnosti zaista konačno doći do već dugo najavljivane digitalne transformacije, te da će i posetilac virtuelnog muzeja najzad prevazići osećanje usamljenosti. Prisiljeni da zatvore vrata u realnom, omlajm prostoru, muzeji (kao i druge institucije kulture) traže načine da ostanu otvoreni za svoju publiku sadržajima koje sada postavljaju na mrežu. Dok *Gugl umetnost i kultura* (Google Arts and Culture) projekat otvara mogućnost pristupu preko 500 svetskih muzejskih kolekcija, virtuelne ture u obliku 3D modela, video-vođenja kroz izložbe, dostupne muzejske publikacije onlajn, te veoma aktivne stranice muzejskih institucija na socijalnim mrežama, ukazuju na rapidne promene savremenih muzeja i veliku posvećenost novim poljima reprezentacije. S druge strane, prisiljeni da ostanu izolovani u svojim domovima i bez mogućnosti socijalne interakcije, korisnici interneta širom sveta postaju sve aktivniji u onlajn svetu. Neretki su novinski naslovi koji najavljaju pozorišne predstave koje će biti prikazane za publiku preko interneta umesto u realnoj pozorišnoj sali i virtuelne ture kroz izložbe, a koji šalju nedvosmislene poruke: *Umetnošću i kulturom protiv usamljenosti*. Takođe, psiholozi objavljuju tekstove u kojima uveravaju da poseta onlajn prenosu pozorišne predstave ili virtuelna šetnja kroz muzej stvara doživljaj zajedništva i konstruktivnosti u vreme izolacije. Lev Manovič će, prateći sadržaje koji nastaju u vreme globalne pandemije i izolacije

Људи на свим странama света, закључити да је ово тренутак када су корисници дигиталних садржаја постали веома involvirани и активни онлајн, док ће сами садржаји бити све квалитетнији услед изолованости, посвећености и времена за контемплацију уметника и kustosa (Manovič 2020). Огроман број посетилаца виртуелних тура, бројеви lajkova и никад веће количине коментара на званичним музејским странama представљају материјал изузетне вредности који тек треба инкорпорирати у истраживања савремене музејске публике. Размишљајући о овим темaма и музеолог Alesandro Debono се пита да ли ће музеји моћи да створе искуства из другог живота са намером да поново створе тај осећај да се налазе на месту где се људи могу удобно okupljати, макар и на даљину, или ће тежити да омогуће потпуно другачије искуство сличније гејmersком, које надопуњује виртуелно са физичким искуством музеја. Може се догодити да виртуелна стварност постане део ширег и обимнијег пакета музеја за стварање искустава другог живота која надопуњују традиционалну физичку посету, сматра он (Debono 2020).

Да ли глобална изолација у физичком простору отвара нове путеве ка превазилажењу осећања усамљености у виртуелном? Да ли, знајући да нико није у могућности да буде у realном – офлајн простору социјалне интеракције, посетиоци виртуелних светова постају охрабrenи да интерагују у оквиру мреже? Осећај празнине, наметнут конзументским духом, луталице новог доба испуњавале су hodanjem и sakupljanjem, док се усамљеност савременог човека најбоље може уочити на социјалним мрежама. Да ли управо ови простори онда имају и pun потенцијал за превазилажење усамљености? Да ли заиста морaмо укинати један простор функционисања да бисмо интераговали у другом и одвојили се од ustaljenog poimanja човекове перцепције препуштајући се transmedijalности савременог доба?

## LITERATURA

Grojs (2016): Boris Groys, *In the Flow*, London and New York: Verso.

Gnjatović, Stanković (2013): Milena Gnjatović, Isidora Stanković, Могућности виртуелног музеја, у: *Muzeologija, nova muzeologija, nauka o baštini*, Тематски зборник, Beograd: Centar za muzeologiju i heritologiju.

Debono (2020), Sandro Debono, *The Empty Museum*, preuzeto marta 2020. sa: <https://medium.com/the-neo-humanist-museum/the-empty-museum-8ed23c1431d1>.

Deloš (2006): Bernar Deloš, *Virtuelni muzej*, Beograd: Clio.

Jokanović (2018): Milena Jokanović, *Kabineti čudesa u svetu umetnosti: Upotreba istorijskih modela kolekcioniranja u savremenoj umetničkoj praksi*, Doktorska disertacija, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet.

Luković (2018): Mira Luković, *Muzej kao javno dobro: razvoj koncepta javnog muzeja*, Završni rad, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet, Odeljenje za istoriju umetnosti.

Makteviš (2013): Lijana Makteviš, Obilazak virtuelnog muzeja: umetnost i doživljaj umetnosti onlajn, u: Dž. Marstin (prir.), *Nova muzejska teorija i praksa*, Beograd: Clio, 276–300.

Manović (2015): Lev Manović, *Jezik novih medija*, Beograd: Clio.

Manović (2020): Lev Manović, post na Fejsbuk stranici autora, preuzeto 16. marta 2020 sa: [https://www.facebook.com/lev.manovich?\\_\\_tn\\_\\_=%2C-d\\*F\\*F-R&eid=ARAEVnFb-FCG\\_QGtoy9DS3tbNEWXVR9JFxCtdzMdPAzoq7sl77fjyA9fB4LL74dUqwsQDjzYld2ZWPqj&tn-str=\\*F](https://www.facebook.com/lev.manovich?__tn__=%2C-d*F*F-R&eid=ARAEVnFb-FCG_QGtoy9DS3tbNEWXVR9JFxCtdzMdPAzoq7sl77fjyA9fB4LL74dUqwsQDjzYld2ZWPqj&tn-str=*F).

Pjetrovski (2013): Pjotr Pjetrovski, *Kritički muzej*, Beograd: Centar za muzeologiju i heritologiju, Evropa Nostra Srbija.

Solnit (2010): Rebeka Solnit, *Lutalaštvo, istorija hodanja*, Beograd: GeoPoetika.

Hening (2014): Mišel Hening, Novi medij, u: Š. Mekdonald (prir.), *Vodič kroz muzejske studije*, Beograd: Clio, Narodni Muzej, 433–352.

Huper-Grinhill (1992): Eliean Hooper-Greenhil, *Museums and Shapping of Knowledge*, London and New York: Routledge.

Milena Jokanović

University of Belgrade

Faculty of Philosophy

History of Art Department

Seminar on Museums and Heritage

## ALONE OR LONELY? A VISITOR IN A (VIRTUAL) MUSEUM

*Summary:* Ever since the Cabinet of Wonder, the forerunner of a modern museum, it is the visitor who contemplates walking through chambers filled with accumulated objects. Unlike theater audiences, who experience the play together and in a particular period, in a museum an individual can walk independently through the setting, interpreting various semantic relations between objects. With the advent of the cyber museum, the solitude of the visitor in the contemplative act outweighs the loneliness of the spectator in front of the screen. Like a traditional museum, this technological construct is designed to communicate human values and human history, but with the click of a mouse and pixels that represent images of artifacts. Interaction with others, as well as with the physically present objects, when visiting the virtual space – is absent. This paper explores the relationships that are established over time between the museum as a medium and its increasingly lonely visitors.

At the very beginning of the paper, the key terms such as: *virtual museum*, *cyber museum* and *new media* are defined for the purposes of further discussion. However, in the first chapter of the paper, the historical overlook on the development of museum audiences from the proto museums to modern museum institutions is given, seeing a museum visitor as an individual in the contemplative act while walking through the setting. The second part of the paper is questioning the possibilities for contemplation in today's existing online virtual museum tours and arguing if the technological development succeeded in creating new spaces for contemplation or it just transmits traditional manners of exposition in the virtual space. This issue also leads to the next chapter which is arguing that the default interactivity when using new media is actually not psychological interactivity which involves mind. The museum on the Internet, therefore, is still not managing to involve its visitors completely and create the experience of a fictional world for mind wondering. Finally, while observing tendencies of the contemporary museum institutions to become forums for discussion on one hand, or to develop new manners of functioning in virtual spaces, we are concluding that the object, once being a center in every museum, has today lost its primary role and that the museum has completely changed the idea of a museum existence. Therefore, the institution itself should concentrate more on the needs of its visitors in this new context. As the writing of the paper was finished at the moment of the outbreak of Coronavirus pandemic, when almost the

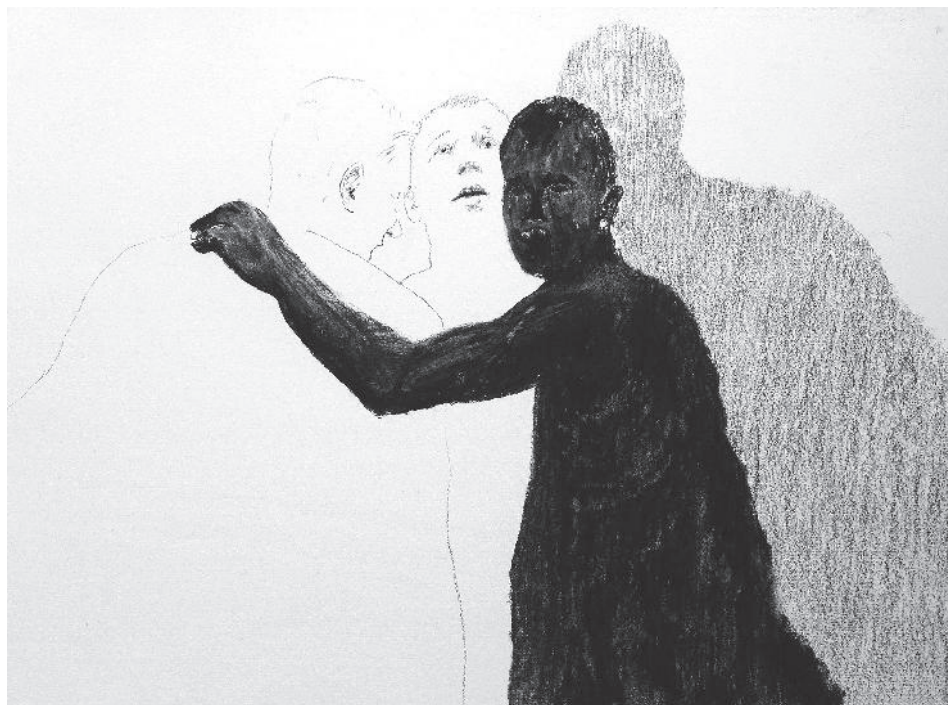


whole world proclaimed social distancing and isolation and museums closed their physical doors, sharing catalogues online and inviting the audience to video-guided tours and 3D models of exhibitions in virtual spaces, the final conclusion are slightly different from the original one. Actually, number of people being active online and following the rich offer of free contents is constantly increasing. The question is whether the virtual museum will finally succeed in creating a unique exposition offering its visitor a completely new experience and perception. Will the loneliness in the virtual space finally be surpassed now when, due to the proclaimed isolation, this is the only possibility of socio-cultural interaction?

*Keywords:* museum, visitor, medium, audience, virtual space.



Predrag Terzić, Graz 09, ugljen na papiru, 70x50cm, 2015.



Predrag Terzić, Graz 14, ugljen na papiru, 70x50cm, 2015.

## ПРОЈЕКТОВАНА БУДУЋНОСТ, ИЛИ КАКО СПАСИТИ СВЕТ ЗАХВАЉУЈУЋИ ИЛИ УПРКОС МЕДИЈИМА

*Ајсџрактџ:* Филм *Long Shot*, код нас преведен као *Заведи ме ако можеш*, приказиван је током пролећа и лета 2019. године у домаћим и светским биоскопима. Рекламираан је искључиво као добра романтична комедија, док политичко окружење у ком се радња одвија није чак ни поменуто. Али, у англосаксонском свету критичари су били веома подељени, од оних из Би-Би-Сија који тврде да су политика, медији и климатске промене присутни у причи, али небитни за филм, до критичара из *LA Times*-а који каже да филм одржава снажну везу с (политичком и медијском) реалношћу. У филму Шарлота Филд (Шарлиз Терон), на почетку врло успешна, али усамљена политичарка, остварује своје политичке циљеве, побеђује у свету немилосрдних и контролисаних медија и успут, наравно, налази себи сродну душу и на традиционалан, али осавремењен начин, решава свој егзистенцијални проблем. Главни фокус рада је на начину на који се врло суптилно, и само наизглед банално, гледалац води кроз филм и на који му се нуде одговори на једно од два питања круцијална за опстанак човечанства, што, мора се признати, није нимало неважно ни фривољно.

*Кључне речи:* филм *Long Shot*, политика, медији, климатске промене, романтична комедија.

### КАКВА НАС БУДУЋНОСТ ЧЕКА?

Предвиђање будуће судбине Хомо сапијенса, односно комплексних друштвених формација које ће настањивати ову планету, ноторно је тежак и незахвалан посао, али је он одувек голицао машту научника, писаца, филозофа, па и оних људи којима размишљање о смислу и сврси људске егзистенције није при врху животних интересовања. Два светска рата из прошлог века изненадила су већину њихових савременика, поготово онај први. Мислило се, после деценија мира у Европи, да су водећи политичари и владајуће класе довољно мудри да избегну катастрофалан сценарио који би не само донео неизмерну штету широким

масама, већ угрозио и њихову доминантну, лукративну позицију у друштвеној хијерархији. Међутим, два катастрофална рата су два пута разорила Европу и добар део света, да би на крају, у августу 1945, дошло до промоције новог оружја, девастирајућег за људе и животну средину. Грешке су скупо плаћене, милионима мртвих, осакаћених људи, разореном привредном инфраструктуром, да не спомињемо изгубљено време и пропуштене шансе. Ипак, људски род је преживео. Мртви су остали неповратно мртви, али се свет релативно брзо опоравио и модернизација која је полако започела пре неколико векова интензивно је настављена, прожимајући све већи део наше планете.

Шта људској раси доноси овај век? Предвиђања су многобројна и различита, али основни задатак је – преживети, значи избећи катастрофалан сценарио који би довео до ситуације што би се врло тешко или никако не би могла поправити. Велики планови о технолошки развијеном праведном друштву одлазе у други план кад се схвати да може доћи до катастрофалних последица које би искључивале било какву, а камоли блиставу будућност. Међу онима који промишљају ове проблеме, значи пре свега међу мислиоцима, научницима и политичарима, постоји доста јак консензус: две највеће опасности за људско друштво у догледној будућности, изузевши непредвидиве природне катастрофе, јесу – прво, холокауст изазван убитачно ефикасним нуклеарним и иним оружјем, које се непрестано усавршава и друго, непредвидиве климатске промене изазване пре свега глобалним загревањем, резултатом неизглед незадрживог индустријског развоја човечанства. Ова констатација је чак директно изречена на почетку филма *Амерички њедседник* (1995), о коме ће касније бити речи. Људи су још увек гладни нових, бољих, лепших, савршенијих објеката, што их могу звати својима, а који могу затомити њихову готово неограничену жеђ за новим, јачим, софистициранијим задовољствима. Значи, једно од круцијалних питања у току наредних деценија биће: да ли се та жудња може задовољити на начин који неће довести до драматичних климатских промена?

Од две наведене смртне претње, глобално загревање је много подложније разним сумњама и негирањима, него што је то апсолутна непожељност нуклеарног рата. На челу оних који негирају ову опасност су индустријски и њима придружени лобији који би много изгубили када би светска заједница кренула у бар донекле координисану, циљану акцију за смањивање загревања планете како би се избегле непредвидиве, потенцијално разорне последице оваквог тока догађаја. Таква заједничка акција је сада постала већ неупитно неопходна. Поред енергетских, индустријских лобија, ту су и научници, које не можемо

све оптужити за једноставно слепо служење својим богатим господарима. Њихови мотиви могу бити различити, од искреног веровања да је климатско загревање само помодарски мит, до неизбежног опонирања да би се показало да, ето, и они имају свој другачији став и да имају право на другачији став, чиме на погодан начин показују и доказују корист својих активности за друштвену заједницу. Ми овде, наравно, уопште не можемо улазити у научну расправу о заснованости позитивних и негативних аргумената који се тичу глобалног загревања. За нас је довољно да детектујемо да проблем постоји, да изгледа да је потенцијално од врхунске важности за будућност човечанства и да је као такав доспео у сам врх савремених глобалних политичких кретања.

Западна Европа је од свих релевантних светских фактора најнаклоњенија свеобухватној, хитној акцији за спречавање ефеката глобалног загревања. Од важних светских фактора које треба некако убедити у потребу много интензивнијег, сконцентрисанијег, координисанијег глобалног напора остају САД, Кина, Русија и, потенцијално, у будућности велика индустријска сила – Индија. Кад се окренемо још увек кључној светској сили, САД, ствари су много компликованије него у Европи. САД су још увек далеко од консензуса потребног да би се покренула одлучнија светска акција, што је наизглед погубно, јер без постављања САД на чело координисаних напора, до одлучујуће акције неће ни доћи. Садашњи амерички председник Доналд Трамп се одлучније и много гласније противи ограничавању и смањивању глобалног загревања, више него било ко од његових претходника, такође републиканца, Џорџа Буша Млађег, да не спомињемо Била Клинтона или Барака Обаму. Свет се по овом питању налази, или бар то тако изгледа, у ћорсокаку.

У таквој констелацији фактора, дана 9. марта 2019. године одржана је премијера једне холивудске романтичне комедије, филма *Long Shot*, у режији Џонатана Левина, са Шарлиз Терон и Сетом Рогеном у главним улогама. За сценарио су заслужни Дан Стерлинг и Лиз Хана. У филму Шарлота Филд, државни секретар САД, жели оно што сваки амбициозни амерички политичар од каријере сања, наиме, да једног дана постане амерички председник. Када њен шеф одлучи да неће тражити други мандат, већ ће срећу окушати у Холивуду, она види како јој се указује добра прилика да оствари своје политичке амбиције. Али, Шарлота Филд не жели да постане председник само да би испунила своје амбиције, већ има јак разлог због кога је и ушла у политику – да спаси планету и животну средину од погубног деловања човека. У филму је приказано да она, још откад је почела да се бави политиком у средњој школи, има само тај један једини разлог за бављење политиком, што

поједностављује ствари и фокусира гледаоца непогрешиво на тај јасно дефинисан циљ њеног целокупног политичког ангажмана.

Иако државни секретар, Шарлота Филд је веома усамљена. Ми не видимо да она поред свог посла има било какав приватни живот, пријатеље са којима се дружи у слободно време (које практично и нема). Нема породицу ни партнера, иако током филма сазнајемо да она, с времена на време, има неки рудиментарни, не превише узбудљив приватни живот. У тренутку почетка радње, све што се дешава, осим потпуне посвећености послу, јесте очијукање са премијером Канаде кога игра Александер Скарсгорд и који је, наравно, забаван, али на начин који га, иако добро изгледа, чини недовољно привлачним. Он је ипак прихvatљив, јер долази из истог миљеа као и Шарлота Филд и признаје и добро познаје ограничења која приватном животу у англосаксонском свету намеће висока политика.

Други пол у овој романтичној комедији игра Сет Роген, који тумачи лик Фреда Фларског, ултралевичарског новинара који пасионирано и прилично вулгарно пише против политичког, економског и медијског америчког естаблишмента у једном листу који има финансијске проблеме. Када његов лист преузме новински магнат који по својим професионалним и политичким циљевима веома подсећа на Руперта Мердока, Фларски, револтиран, даје отказ јер му његов уредник назначује да ће бар донекле морати да се „цивилизује” у складу са новом оријентацијом листа. Његов пријатељ Ленс, који има своју музичку компанију, теши га и одводи на пријем на коме Фларски сусреће Шарлоту Филд, коју у ствари познаје још из њених средњошколских дана.

После оваквог увода Шарлота, сазнавши да је Фларски новинар који је остао без посла и да, без обзира на радикални левичарски став, у основи дели њене политичке циљеве када је борба против глобалног загревања у питању, нуди му да почне да ради за њу и сарађује на писању њених говора у њеној кампањи да постане прва председница САД. Он прихвата и тако почиње њихова професионална сарадња, а истовремено и љубавни заплет, који ће заједно кулминирати на крају филма. У романтичним комедијама љубавни заплет мора, наравно, бити смештен у одређено окружење. У филму *Бесани у Сијетлу* (1993) заплет почиње на радију, да би се проширио од Сијетла до Њујорка. Често је сетинг филма радно место главних јунака, некад сасвим обично, а некад врло специфично, као што је то у филмовима *Згодна жена* и *Long Shot*. Али, у овом последњем је политичко окружење толико изразито и толико конзистентно описано, као што ћемо покушати да покажемо, да то превазилази саму потребу да романтични заплет буде негде лоциран.



Ово питање је врло битно за нас. Филмски критичари у англосаксонском свету били су врло подељени, од оних који су сматрали да је политичка потка на којој је романтични заплет изведен потпуно неважна, до оних који су сматрали да је пертинентна и да вреди о њој писати.

Дистрибутери филма у Србији очигледно су се сврстали у ове прве, јер су назив филма *Long Shot* превели са *Zavegu me ako можеш*. Ова енглеска кованица није лако преводива и није проблем у томе што дистрибутери често врло слободно преводе називе филмова сматрајући да то више одговара њиховим комерцијалним потребама. Али, овако преведен, филм у потпуности губи везу са оним што би *Long Shot* требало да представља. Овај енглески термин значи покушај да се учини нешто значајно, покушај који је амбициозан и чија вероватноћа да успе није велика. То је очигледна алузија на политичке амбиције главних јунака, првенствено Шарлоте Филд да постане председница, али и први сконцентрисан напор Фреда Фларског да учини нешто конкретно и значајно за свет у ком живи, што је његова жарка жеља. Овако преведен на српски, филм је сведен искључиво на романтични заплет, а тако је и рекламиран на телевизији – мало голицљивих сцена секса, мало заљубљених погледа и потпуно изостављање било каквог политичког контекста. Дистрибутери су вероватно закључили да питања заштите животне средине и америчке председничке кампање неће привући српску публику, него ће је можда чак и одбити.

У англосаксонској штампи, било је запажања да је и раније било романтичних комедија које су имале одређен политички ангажман. На пример, у *Згодној жени* (1990) актуелизован је маргинализован и рањив положај проститутки у америчком друштву. Међутим, то је заиста неуверљиво урађено. Вивијен, коју игра Џулија Робертс у овом филму је све само не типичан пример сексуалне раднице са Булевара Холивуд. Наравно, дрога се не помиње ни у једном тренутку у филму. Сама Џулија Робертс је гламурозна и кад је одевена као проститутка, као и кад обуче најскупљу могућу одећу (које у филму никако не мањка). Њена цимерка је, као и она, срећна и задовољна својим животом, духовита, привлачног карактера, а њихов понижавајући положај и експлоатација не играју практично никакву улогу у филму. Али зато, у типичној причи „од беде до богатства”, баснословно велики новац и последично луксуз, као изузетно пожељан статусни симбол, не силазе са екрана од почетка до краја филма. Златни или позлаћени, бљештави, скупи предмети су, поред Џулије Робертс (Ричарда Гира можемо у том погледу да ставимо у други план), главни актери филма. Аутомобили, дијамантски накит, изузетно и непотребно раскошан пентхаус у раскошном хотелу, обиље



скупе одеће из низа исто толико скупих радњи и, на крају, бесрамно позитивно приказане привилегије које новац доноси доследно су присутне у филму. С обзиром на све то, рећи да филм проблематизује положај проститутки у америчком друштву је у најмању руку – неопрезно.

С друге стране, *Заведи ме ако можеш* је заиста политички ангажован. Поред њихове љубави, за главне јунаке је реализација политичких идеала централна за њихов живот и рад. Њихова љубавна веза је уско повезана с политичком позадином на којој се одвија и обе су толико испреpletене да је немогуће издвојити једну, а занемарити другу. Такође, не би се могло рећи да је амерички политички живот идеализован до непрепознатљивости. Саркастични, критички одмак од америчких политичара и њихових мотива је присутан у филму, тако да је изгледа разумно расправљати о релевантности политичког аспекта филма.

Ово је очигледно у супротности са оним критичарима који су се изјаснили да је политички елемент филма потпуно небитан, као што је то учинила критичарка Би-Би-Сија. Она тврди да филм на крају делује као „раздрагани неамбициозни ескапизам” и да се „политика, медији и климатске промене налазе у филму, али да те актуелне теме нису битне за њега”. С друге стране, неконзистентно, она каже да су амерички председник и канадски премијер приказани у филму као прави ехо њихових узора у стварности.<sup>1</sup> Ипак, политика у овом филму је можда неуверљива, можда површна, али никако небитна. А то је можда оно што су неки од критичара и желели да кажу. Значи, наш закључак би био да филм има две компоненте које су важне и толико повезане да није могуће разумети једну без уважавања ове друге. С друге стране, могуће варијације у овом погледу су многобројне.

Много релевантнији филм за поређење од *Џодне жене* је *Амерички њредседник* (Роб Рајнер, 1995). Он је понекад класификован као романтична комедија-драма. За *Заведи ме ако можеш* не бисмо могли рећи да је драма; то је заиста типична романтична комедија, док је *Амерички њредседник* често дијалогски оријентисан, ликови који се појављују уз љубавни пар уносе елементе што доносе конфликте – ти конфликти умањују комични, а појачавају дискурзивни ефекат филма. У оба филма питање глобалног загревања и климатских промена је централна тачка политичког интересовања. Али, *Амерички њредседник* се скоро у истој мери бави контролом ватреног оружја у САД, односно превенцијом криминала, док за *Long Shot* то није довољно битно ни да буде поменуто; овај други филм је много сконцентрисанији, вероватно из

<sup>1</sup> <http://www.bbc.com/culture/story/20190501-film-review-long-shot>

разлога да би био ефикаснији. Ефикаснији у чему? Ако претпоставимо да је циљ ових филмова да неутрално опишу једно стање да би гледалац онда могао да се самостално приклони одређеној опцији решавања проблема, да донесе вредносне одлуке које ће послужити као основа за субсеквентну акцију, онда се варамо. Ови филмови описују оно што гледалац треба да ултимативно прихвати као објективно стање ствари, али истовремено покушавају да га наведу да заузме њима одговарајући став према тим појавама, оно што смо на другом месту назвали тачком гледишта гледаоца у односу на одређене објекте.

У реторичкој ситуацији коју представљају овакви филмови, увек је битно знати коме се онај који говори обраћа и које циљеве жели да постигне. Можда није случајно да су оба ова филма направљена у предизборним годинама за други мандат два америчка председника (1995. за Била Клинтона и 2019. за Доналда Трампа). У овом тренутку би требало да се ограничимо само на *Long Shot*, јер је шира слика доста комплекснија. Није јасно какву улогу игра овај филм у односу на кампању Доналда Трампа за реизбор 2020. године. Очигледно је да су амбиције Шарлоте Филд у супротности с јавно израженим Трамповим стајалиштима. Њен председник, за кога није прецизирано којој странци припада, нема никакав чврст став по том питању, односно има онај који му је политички најпрофитабилнији. По томе и по својој блискости с ликом Паркера Вемблија (сличног Руперту Мердоку), он би могао бити републиканац, ако претпоставимо да је *Long Shot* јасно лево опредељен, за шта има доста разлога. У сваком случају, било би велико изненађење ако би било шта са агенде Шарлоте Филд ускоро постало део програма неког америчког председника. Но, то не би било први пут да је холивудски филм неком необичном способношћу предвидео политичка дешавања у не тако далекој будућности.

Америчка црнохуморна комедија *Wag the Dog* (*Прегседничке лаж*, Бари Левинсон, 1997) премијерно је приказана 9. јануара 1998, а само 12 дана касније, 21. јануара *Вашингтон пост* је најавио сексуални скандал тадашњег председника Била Клинтона и стажисткиње у Белој кући, Монике Луински, што је, необјашњиво слично, један од битних момената у филму. Да би све било још чудније, баш као што је антиципирано у филму, Клинтонова администрација је 20. августа исте године одлучила да бомбардује мете у Судану и Авганистану, само три дана пошто је Бил Клинтон признао непристојно понашање у свом односу са госпођицом Луински. Слична ситуација се поновила и у децембру те године када се одлучивање Конгреса САД о импичменту председника Клинтона поклопило са Клинтоновим бомбардовањем Ирака.

Наравно, не изгледа могуће да *Заведи ме ако можеш* на овако прецизан начин предвиђа политичку будућност у САД. Али, питање климатских промена изгледа толико неодложно и претеће да садашњи став америчке администрације у односу на њега изгледа неодржив на дуже стазе. Ко зна, можда нас после избора 2020. године очекују позитивна изненађења када је у питању однос светских политичара према животној средини и климатским променама.

Saša Š. Milić

PROJECTED FUTURE,  
OR HOW TO SAVE THE WORLD THANKS TO,  
OR DESPITE MEDIA

*Summary:* The movie *Long Shot*, translated to Serbian as *Zavedi me ako možeš*, had its premiere in spring 2019 in cinemas all over the world. It has been marketed exclusively as a good romantic comedy, while its political setting has not been mentioned at all. But, in the Anglo-Saxon world, the critics have been substantially divided, ranging from those from BBC, which claimed that politics, media and climatic changes were all present in the story, but unimportant for the film, to the critic of the *LA Times*, who claimed that this film maintained a strong link with (political and media) reality. In the film, Charlotte Field (Charlize Theron), at the beginning, a very successful, but lonely politician, achieves her political goals, triumphs in the world of unscrupulous and controlled media and on her way, of course, finds her soulmate and in a traditional, but brought up to date fashion, resolves her existential problem. The main focus of the paper is on how, very subtly, and only deceptively banally, the viewer consorts through the film, which offers answers to one of two questions crucial to the survival of the mankind, which admittedly is not at all unimportant or frivolous.

*Keywords:* film *Long Shot*, politics, media, climate changes, romantic comedy.



Predrag Terzić, Graz 13, ugljen na papiru, 70x50cm, 2015.

## AUDIOSOLIPSIZAM. KAKO SE IZOLOVATI OD SVETA POSREDSTVOM SLUŠALICA

*Apstrakt:* U poznoj moderni primetan je trend estetizacije izolacije subjekta od okolnog sveta. Individue sve više pronalaze užitek u povlačenju u svoje „unutrašnje“, privatne svetove. Kao primer za to može da posluži slušanje muzike. Kako bi se muzika što bolje „konzumirala“, potrebno je isključiti uticaj okolnog sveta na slušaoca. Slušalice su medij koji pojedincu pomaže da uživa u muzici – a to je naposljetku uživanje u samom sebi. Zadatak priloga je da se kritički preispita estetika samoizolacije i da joj se suprotstavi „svetootvarajući“ karakter (muzičke) umetnosti.

*Ključne reči:* umetnost, otvorenost prema svetu, izolacija od sveta, užitek u sebi, slušalice, audiosolipsizam.

### 1.

Inspiraciju za razmatranje odnosa medija i usamljenosti autor je pronašao sasvim slučajno, primetivši jednom prilikom na sajtu nemačkog *Amazon*-a zanimljiv artikl, naime majicu sa sledećim natpisom: HEADPHONES ON – VOLUME UP – IGNORE THE WORLD.<sup>1</sup> Dakle, od nas se traži da stavimo slušalice na uši, pojačamo zvuk i jednostavno ignorišemo svet! Ono što deluje samo kao marketinški geg prema određenom interpretativnom ključu pokazuje se kao efekat (da li glavni, ili samo sporedni?) subjektiviranja doživljaja umetnosti u poznomodernom dobu (ili obrnuto izraženo: estetizacije poznomodernog subjekta). Recipijent se već u modernom dobu emancipuje i konstituiše kao veličina koja određuje kvalitet estetskog doživljaja. Znači, nije samo bitan doživljaj umetnika što prethodi stvaranju umetničkog dela ili ga prati – već i način kako čitalac ili slušalac doživljava to delo. Poznato je

---

<sup>1</sup> Vidi <https://www.amazon.de/Headphones-ignore-World-shirt-T-Shirt/dp/B07SGS9D86> (pristupljeno 1. 4. 2020).

da je to dovelo čak do formiranja posebnog vida estetike – tzv. *repcionističke* estetike. Estetski doživljaj recipijenta upotpunjuje proces od inspiracije i motivacije umetnika preko koncepcije i razrade strukture dela do njegovog konačnog završetka i prezentovanja potencijalnoj publici.<sup>2</sup> Ove tendencije unutar umetnosti i estetike mogu se povezati sa opštim trendom individualizacije (onoga što je nemački sociolog i filozof Georg Zimmel (Georg Simmel) podveo pod formulu „individualnog zakona” (upor. Simmel 1987)) koji počinje da dominira unutar moderne kulture, dok u okviru one postmoderne<sup>3</sup> poprima neslućene razmere – a celoj priči se ne nazire kraj. Trend individualizma ima svoje nakaradno naličje: kult *narcizma* kao stilizacija sopstva, posebno razvijen u današnjem multimedijalnom dobu. Na tragu tog trenda autor je na drugom mestu razvio tezu o *autoestetičkom* čoveku (*homo autoaestheticus*) (upor. Smiljanić 2017). Ovaj prilog u izvesnom smislu predstavlja nastavak prethodno preduzetih razmatranja. U stvari, ovde treba razmotriti jedan aspekt odnosa individue prema svetu dok ona uživa u sebi, odnosno u estetskom doživljaju kojem se ekstatično predaje.

## 2.

Kako bi se razumela radikalnost obrta od objekta estetskog doživljaja k samom subjektu, valja ukazati na jedno suštinsko određenje umetnosti koje se subjektiviranjem estetskog doživljaja sve više potiskuje u pozadinu. Umetnička dela nam otvaraju nov *pogled na svet*. U izvesnom smislu sâm svet nam se pokazuje u novom svetlu. Svet se doslovno otvara pred nama, postaje nam pristupačan u jednoj dimenziji koja bi nam izmakla, ukoliko ne bi bilo određenog umetničkog dela čijim recipiranjem (gledanjem, čitanjem, slušanjem itd.) postajemo svesni te dimenzije. Umetničko delo ima i svoje značenje, a ne samo izvestan izgled dostupan čulima – hegelovski rečeno, kroz izgled tog dela *isijava* neko značenje. U filozofiji umetnosti, ima autora koji su izričito razradili „svetski” karakter umetnosti, tačnije: umetničkog dela. Među njima svakako prednjači Martin Hajdeger (Martin Heidegger) sa svojim razmatranjima o „Izvoru umetničkog dela”. U sklopu fenomenoloških i ontoloških razmatranja, on ispituje „delsko biće” umetničkog dela, ono po čemu se ono razlikuje od puke stvari. Njegova teza glasi: „Delo kao delo postavlja svet” (Hajdeger 2000: 30). Ili, u drugačijoj formulaciji: „Delskom biću dela pripada postavljanje sveta” (Isto: 31). Šta to znači? U izvesnom smislu

---

<sup>2</sup> Ostavimo po strani pitanje da li je umetničkom delu nužno potreban recipijent kako bi se utvrdila njegova prava vrednost.

<sup>3</sup> Zanimljivo i ovde razlike između te dve kulture.



да се тек кроз дело показује или открива свет. Хајдегер свет одређује као нешто „nepredmetno kojem smo potčinjeni sve dok nas putevi rođenja i smrti, blagoslova i prokletstva drže premeštene u bivstvovanje” (упор. Исто: 30), а „[č]им се свет отвори, све ствари бивају блиске и далеке, дуготрајне и краткотрајне, уске и široke” (Исто). То је димензија што је открива разматрање делског бића самог дела – она друга се састоји у „sastavljanju zemlje”: „Дело помера саму земљу у оно-отворено света и ту је држи. Дело пушта земљу да буде земља” (Исто: 31). Земља симболички репрезентује материју у коју себе дело „stavlja natrag”, како би та материја у самом делу дошла до свог правог изражаја („masivnost” и „težina” kamena, „čvrstina” и „savitljivost” дрвета, „tvrdoca” и „sjaј” metala, „svetljenje” и „tamnjenje” боје, „zvučanje” тона и „ime-nujuća moć” речи (упор. на истом месту)). Свет и земља нису два супротна пола, већ се прожимају, а управо захваљујућу делу, они долазе у продуктивни sukob једно с другим, али не тако да се међусобно negiraju, већ да међусобно „uzdižu” једно друго. „Postavljajući svet i sastavljajući zemlju, дело izaziva taj sukob” (Исто: 34). Следећи корак у Хајдегеровој аргументацији је сте да се покаже како је „у уметничком делу истина постављена у дело” (упор. на истом месту). Али тај прелаз на аleteиолошка разматрања нас овде не треба да занима. Важније је да се усредредимо на *svetopostavljачки* карактер уметничког дела и да га мало детаљније појаснимо.

Уметничко дело поставља свет – а ми ћемо то допунити: поставља га наспрам нас (namerno не кажем „за нас”, јер би то било противно Хајдегеровој интенцији – njega не интересује перспектива рецепције уметничког дела). Или можда боље: као оно усред чега бивствујемо. Звучи једне симфоније припадају акустичкој сфери света – слушајући то музичко дело, ми доживљавамо звучност света, могућност да се појединачни звучи сједине у композицији и на тај начин оставе одређен естетски utisak у нама. Наравно, оно од чега би се Хајдегер distancirao била би свака субјективистичка или семантичка конотација рецепције уметности: njega не интересује шта субјект „doživljava” у себи током музике, а не занима га ни да ли то дело нешто посебно „znači”. Али зар не припадају свету и естетски доживљјани и естетска значења? Према Хајдегеру, вероватно не – или само у оној мери у којој своје извориште имају у „делском бићу” дела.

Међутим, има мислilaca који би ревидирали или проширили опсег појма света: Karl R. Popper (Karl R. Popper) претпоставља да поред „prvog sveta”, света материјалних ствари, бића и процеса, постоји и „drugi svet”, свет psihičkih doživlјaja, па čak и „treći svet”, свет apstraktnih entiteta (језик, sadržaj misli, teorije и sl.).<sup>4</sup> Према тој концепцији, естетске доживљјаве бисмо могли сврстати у други, а естетска значења у трећи свет. У том смислу би слушање једне музичке

---

4 Упор. о теорији трећег света посебно Popper 2002: 101–114, 143–150.

kompozicije uključivalo realizaciju posebnog sleda zvukova ( $S_1$ ), ustrojenog (doslovno: komponovanog) prema određenom stvaralačkom kodu ( $S_2$ ), što u nama izaziva određen akustički doživljaj ( $S_3$ )<sup>5</sup> tog dela. A nije isključeno ni da odemo korak dalje i da kao Nelson Gudmen (Nelson Goodman) pretpostavimo mnoštvo svetova, gde bi svet muzike bio jedan posebno odeljen svet za sebe (ili pak skup različitih verzija tog sveta što ih možemo same tretirati kao zasebne svetove, pa bismo imali klasicistički, romantički ili avangardni svet muzike – a u zavisnosti od načina kako se izvodi neka kompozicija bilo bi moguće da slušanjem istog dela „uđemo” u različite svetove).<sup>6</sup> A poseban doživljaj umetničkog dela može da „otvori” svet za sebe.

Nezavisno od toga da li ćemo se držati postojanja jednog „monolitnog” sveta ili pretpostaviti da postoje dva ili tri sveta – ili pak otići u još veću krajnost i postulirati postojanje bezbroj svetova<sup>7</sup> – umetničko delo nam *otvara* taj svet, odnosno te svetove. Predajući se samom delu (svejedno da li njegovom bivstvovanju, njegovim značenjima ili našim doživljajima tog dela), otvara nam se svet; preko umetničkog dela se povezujemo s njim (ili jačamo već postojeću vezu) – štaviše, *sámo* delo postaje naša veza sa svetom.

### 3.

*Mediji* već po svojoj definiciji slove za instance koje posreduju između pošiljaoca informacije i njenog primaoca, dakle između dva subjekta, ali isto tako između čoveka i sveta, odnosno subjekta i objekta. Samim tim, oni imaju udela u načinu kako se odnosimo prema свету. Ali ono što se obično uzima kao provokacija medija jeste činjenica da oni nisu samo posredne instance, već i da formiraju pogled na svet – ili, štaviše, već sami za sebe oni mogu da čine taj pogled na svet. U poststrukturalističkim teorijama medija kao što je Bodrijarova [(Jean Baudrillard), svet nestaje u medijima ili biva simuliran kroz njih. (Tako je danas reč o *virtuelnom свету* generisanom upravo kroz medije.) S druge strane, nije sporno da mediji imaju ulogu u procesu našeg saznanja sveta. Tako, posredstvom informacija prenesenih medijem radija, saznajemo šta se dešava u свету, iako se nekad smatra da su te informacije izmanipulisane i ideološki konstruisane. Izgleda da nam mediji podjednako *otkrivaju*, ali i *skrивaju svet* pred nama. Mediji mogu da nam otvore nove

<sup>5</sup> Navedene skraćenice odnose se na vrstu sveta –  $S_1$  znači „prvi svet” itd.

<sup>6</sup> Upor. Gudman (*sic!*) 2014 (posebno prvo poglavlje „Reči, dela, svetovi”).

<sup>7</sup> Za Hajdegera postoji samo jedan svet, ne neki zaseban svet umetnosti; Poper bi „treći svet” rezervisao za značenja umetničkih dela, dok bi Gudmen razlikovao više umetničkih svetova, u zavisnosti od načina stvaranja ili realizovanja nekog dela.

horizonte saznanja sveta što bi promakli našoj pažnji ako se ne bi njima služili. Dovoljno je prisetiti se čuvenih naučnih otkrića što ih dugujemo upotrebi teleskopa i mikroskopa kao „produžetaka” organa vida, kako bi to rekao Mekluan (Marshall McLuhan). Upotrebom određenih medija proširujemo i obogaćujemo našu percepciju stvarnosti. A možemo čak i da kreiramo jedan svet, kako to pokazuje upotreba 3D tehnologije, kada se, upotrebljavajući odgovarajući displej na glavi, nađemo u virtuelnom prostoru, što znači da imamo doživljaj kao da se nalazimo u prostoru izmeštenom iz onog svakodnevnog u kojem inače telesno obitavamo. Dakle, u izvesnom smislu, posredstvom nekih medija možemo da se udaljimo od sveta, da se izmestimo iz njegovog (realnog) okvira i da se nađemo u nekom fiktivnom svetu – a nekad je za to dovoljan „dobar stari” medij poput knjige sa mnoštvom narativnih svetova.

Dvosmernu relaciju prema svetu što je uspostavljamo putem upotrebe medija – ulaženje u svet i izlaženje iz njega iliti približavanje svetu života i udaljavanje od njega – možemo da označimo kao *svetootkrivajuću* i *svetoskrivajuću* funkciju ili tendenciju medija. I dok je ona prva već tematizovana u sklopu filozofije umetnosti (videli smo to na primeru Hajdegerovog shvatanja umetničkog dela), čini se da ova druga nije baš tako često egzemplifikovana u estetičkom kontekstu. Da nam umetnost zatvori oči i ostala čula pred svetom, da nam svet preko nje izmakne i postane stran ili da mi sami „zastranimo” pred njime – može nam se učiniti neobična ova perspektiva umetnosti, ali ona je podjednako realna kao ona suprotna, prema svetu otvorena i koja nam svet otvara. Zato će zadatak ovog priloga biti da pokaže kako se putem određenih medija možemo izolovati od spoljašnjeg sveta i izgubiti se u unutrašnjem svetu sopstvene subjektivnosti – kako možemo ostati uskraćeni za iskustvo punoće i obilja sveta kad, metaforički govoreći, izgubimo hajdegerijansko „tlo” pod nogama. U tu svrhu odabran je pomalo neobičan primer – primer *slušalica*.

#### 4.

Slušalice mogu da služe u različite svrhe. Svojevremeno su osmišljene u militarne svrhe, kao i dobar broj drugih medija, ali su vremenom počele da se koriste i za druge namene. One između ostalog služe očuvanju sluha, recimo prilikom zaglušujuće buke (upotreba bušilice, teškog oružja, na avionskoj pisti itd.). No, ovde nas zanimaju *muzičke slušalice*, dakle slušalice čija je svrha slušanje muzike. Takve slušalice nas isključivo interesuju kao medij intenziviranja recepcije umetničkih dela, pre svega onih muzičkih. Slušalice služe pospešivanju recepcije nekog muzičkog dela, ili nekog drugog auditivnog sadržaja (radio-emisije, snimci predavanja, zvučne knjige itd.).

Njihovom upotrebom treba da se isključe smetnje iz okoline koje bi slušaoca mogle ometati u njegovom auditivnom doživljaju. Na taj način, on može da bude fokusiran na ono što sluša. (Kao što je već napomenuto, ne mora nužno da se radi o slušanju muzike – mogu isto tako da se slušaju informativne emisije, razgovori na radiju, sportski prenosi, audio-drame itd.) Upotrebom slušalica treba da se uspostavi prisniji, mogli bismo čak reći intimniji odnos sa audio-sadržajem. Stoga, očigledno nema ničег problematičnog u tome ukoliko neki zaljubljenik u muzičku umetnost upotrebom ovog medija sebi želi da obezbedi najviši kvalitet zvuka i koncentraciju na sadržaj (eventualno i formu) onoga što sluša.

Međutim, u hipermedijalnom postmodernom dobu čini se da stavljanje slušalica na uši (ili umetanje u njih, ako se radi o drugom tipu slušalica) poprima sve više crte strane njihovoj svrsi. Slušalice postaju *decorum* jednog stava prema svetu ili možda čak pre stava odvrtačanja od sveta. Uporedo s time, one postaju izraz autoestetskog stava, o kome će još biti reči. U prilog tome govore sve raznovrsniji modeli slušalica: od onih gotovo neprimetnih u ušnoj školjci preko onih s kablom u raznim varijantama (dužinom, oblicima, bojama itd.) do onih što izgledom podsećaju više na opremu kakvu zamišljamo na (potencijalnim) ekstraterestrijalnim bićima i posetiocima iz svemira. Nije isključivo kvalitet zvuka što se prenosi slušalicama odlučujući za odabir određenog modela slušalica, nego izbor treba da olakšaju (mada ga nekad pre otežaju) individualne preference kao što su: izgled slušalica, njihova veličina, boja, estetski dizajn, a nekad i visina iznosa koji je potrebno izdvojiti za njihovu kupovinu.

Poznati su nam, kako iz svakodnevnog života, tako i iz medija, prizori osoba koje, baveći se telesnom rekreacijom (sportom, džogingom itd.), ili u trenucima mentalne relaksacije (npr. na plaži, u pauzi između radnih zadataka i sl.) slušaju muziku, primeri javno poznatih ličnosti, manjih ili većih „zvezda” (iz sveta sporta ili zabave) sa slušalicama u ušima koje su se nekud uputile – a stiče se utisak kao da ih ništa oko njih ne interesuje. Prividno udubljeni u svoj (auto)estetski doživljaj, oni kao da žive u nekom svom svetu, bez kontakta ili želje za kontaktom sa onim spoljašnjim. To možemo nekad primetiti i po crtama lica, ili po pokretima onih koji su se do te mere izgubili u doživljaju muzike preko slušalica da u izvesnom smislu gube kontrolu i nad svojim telom – ili tačnije: njihovo telo počinje da se tresе i vibrira, kao da je u nekom transu. Ali to više nije onaj trans što je tokom ritualnih radnji u nekim ranijim vremenima omogućavao ili i dan-danas u još uvek postojećim elementarnim zajednicama članovima te zajednice omogućava da učestvuju u izvođenju jednog posebno kodiranog socijalnog događaja, a nekada čak i u pokušaju stupanja u kontakt s nekim drugim, transcendentnim svetom.

5.

Za nekoga ko se do te mere uživeo u sebe i „svoj svet” kao da ne postoji svet oko njega/nje, čini se kao da zastupa i proživljava stav što je u ranijoj filozofskoj tradiciji nazivan *solipsističkim*, stav da postoji samo on/ona (*solus ipse*).<sup>8</sup> Ako se ta vrsta odvratanja od sveta, odnosno zatvaranja u sopstveni unutrašnji svet, dešava na nivou *estetskih doživljaja*, onda imamo posla s prevagom *unutrašnje koncentracije* nad *spoljašnjom*, kako je to paradigmatički opisano u fenomenološkoj estetici Morica Gajgera (Moritz Geiger).<sup>9</sup> *Diletantski* recipijent umetničkih dela – kako ga Gajger označava – skoncentrisan je na svoje unutrašnje doživljaje, a ne na strukturu ili, štaviše, same vrednosti umetničkog dela; samo recipijent koji se koncentriše na ejdetske, strukturalne i vrednosne momente jednog dela umeće da doživi suštinski *eídos* tog dela i onda će njegov doživljaj biti estetski u izvornom smislu. „U ekstremnom slučaju unutrašnje koncentracije [...] objekt ukusa nije muzika, večernji pejzaž, nego raspoloženje. Sasvim izvesno se ukus doživljava kao da potiče od objekta, od muzike, ali to nije ukus *samog* objekta. Shodno tome, ovde na delu nikako ne može da bude *posmatranje* samog objekta”<sup>10</sup> (Gajger 1913: 637). Gajger govori o *kontemplaciji* kao o procesu držanja na odstojanju objekta u kojem se uživa i uživajućeg jastva, što je po njemu glavna pretpostavka estetskog ukusa – tamo gde te kontemplacije, tog posmatranja nema, nema ni estetskog ukusa. „Nema sumnje da je samo spoljašnja koncentracija specifično estetsko držanje; samo u njoj se umetničko delo shvata u svojim vrednostima, u svojim suštinskim strukturalnim osobenostima; nasuprot tome, za unutrašnju koncentraciju umetničko delo u svojoj specifičnoj uobličivosti nije od interesa; ono služi samo kao stimulan ukusa, kao sredstvo da se proizvedu osećanja svake vrste, kao sredstvo za proizvodnju oduševljenja, ushićenja, zanosa, osećajnosti, ganuća, razneženosti” (Gajger 1928: 15). Estetski diletant ostaje na površini umetničkog dela, dok istinski esteta prodire u njegovu dubinu. Tako, unutrašnjoj i spoljašnjoj koncentraciji odgovara podela *estetskih dejstava* umetničkog dela na *površinske* i *dubinske*.<sup>11</sup> Diletant solipsistički uživa u svom osećaju ili „šti-mungu” izazvanom recepcijom dela, dok esteta usrećuje sebe time što mu

<sup>8</sup> Primera radi, filozofskim problemom solipsizma (u smislu isključivog postojanja sopstva bez mogućnosti da se dokaže egzistencija drugog) bavili su se Džordž Berkli (George Berkeley), Artur Šopenhauer (Arthur Schopenhauer), Maks Štirner (Max Stirner), Bertrand Rasel (Bertrand Russell), Ludvig Vitgenštajn (Ludwig Wittgenstein) i dr.

<sup>9</sup> Upor. ukratko o Gajgerovom pristupu: Smiljanić 2017: 248–252.

<sup>10</sup> Sve citate iz Gajgerovih tekstova preveo je autor rada.

<sup>11</sup> Upor. Geiger 1928: 43–66.

у kontemplaciji istinskog užitka postaje dostupno vrednosno jezgro umetničkog dela.

Kako bismo označili takvu vrstu povlačenja у себе, kada се uživa у акустичким доживљајима – без обзира на то да ли су они изразито естетског или само pseudoestetskog karaktera – možemo се користити neologizmom *audiosolipsizam*. Današnji *audiosolipsista* simulira ekstazu dok га стимулише njegova omiljena muzika или neki други auditivni sadržaj. Varirajući Gajgerovu misao, mogli bismo reći да takav слушалац музике не uživa у самој музици него пре у свом индивидуалном доживљају музике. Али тако му измиће (vrednosna) суштина музичког дела, он остаје само на његовој површини, не удубљујући се у његову структуру. Музичка уметност тако постаје пукі стимуланс надуведеног ега данашњег конзумента umesto да се ego (sopstvo) podredi ejdetskom iskustvu, како bismo то феноменолошки изразили. I Gajger је својевремено bio svestan да је управо слушалац музике посебно пријемчив за површинска dejstva umetnosti i да lako zapada у (kako ćemo još videti – prividnu) ekstazu i predaje се сопственим sentimentima i raspoloženjima. „Ni у jednoј umetnosti diletantizam unutrašnje koncentrisanog doživljaја ne slavi takve orgije kao u *muzici*” (Gajger 1928: 18). Gajgerov opis музичког diletantizma је upečatljiv: „Šta drugo osim umetničke raspuštenosti u unutrašnjoj koncentraciji traži велиki postotak laika od muzike, šta im је drugo simfonija do sredstvo да uživaju у сопственим osećanjima. Otkrivaju ih njihove zamagljene oči, njihov *ekstatičko* (kurziv naš) neјasan pogled. Muzika im је oblik predavanja, neka vrsta opijata. Sámо umetničko delo, njegova građa, njegov tematski preobražaj, harmonijski sklop, ništa im не значи. Oni žele да ih носи zanjihaj tonova, žele да dospeју у raspoloženje у kojem се može sanjariti” (Isto).

Poređenje са ekstazom nije slučajno – i у audiosolipsističkom doživljaју imamo posla с gubitkom сопственог jastva у osećanjima i raspoloženjima, у pseudoestetskom užitku. Kod audiosolipsističkog doživljaја možemo да prepoznamo како elemente ekstaze, тако i elemente transa:<sup>12</sup> telo audiosolipsiste može biti i nepomično i у pokretu; слушалице му služe да се izолује od okoline, али он može да pojačava zvuk uređaja за музичку reprodukciju,

---

<sup>12</sup> Francuski etnomuzikolog Žilber Ruže (Gilbert Rouget) pravi razliku između *ekstaze* i *transa* као различитих graničnih psihofizičkih stanja – као obeležja prvog navodi: nepomičnost, tišinu, samoću, nedostatak krize, lišavanje od čulnosti, živo sećanje i pojavu halucinacija; као obeležja onog drugog: kretanje, buku, društvo, pojavu krize, nadraženost čula, amneziju i nedostatak halucinacija. Ruže је svestan да može doći до prožimanja ovih stanja: „Ekstaza i trans moraju се [...] posmatrati као kontinuum на kojem је svako od ovih stanja по jedan pol, а polovi су povezani nizom neprekinutih prelaznih stanja, тако да је ponekad teško одreditи да li се nalazimo pred ekstazom или transom” (Ruže 1994: 25).



tako da to čuju i ljudi u njegovom okruženju; slušalice mu pomažu da se osami čak i ako se nalazi u prevoznim sredstvima ili prostorijama s mnogo ljudi; ne suočava se s fizičkom ili psihičkom krizom, s obzirom na to da pod uticajem muzike ne gubi kontrolu nad svojim telom ili svojom svešću; čulo sluha je prenadraženo, ono može da se stimuliše pojačavanjem zvuka, što u ekstremnim situacijama može dovesti do njegovog oštećenja; audiosolip-sista intenzivno proživljava aktuelni trenutak, tako da se ovde ne postavlja pitanje da li je njegova memorija aktivna ili da li pada u amneziju; on sigurno nema halucinacije, ali je lako moguće da je prilikom slušanja muzike njegova imaginacija aktivna, tako da on zamišlja slike i uživa u njima. Audiosolipsi-stičko držanje ili ponašanje ima crte odricanja od sveta, kako bi se – makar za trenutak – isključivanjem iz spoljašnjeg dešavanja uživalo u sopstvenim doživljajima, a upotreba slušalica treba tehnički da obezbedi tu vrstu izolo-vanja sopstvenog Ja od okolnog sveta.

## 6.

Iako slušalice treba da služe očuvanju sluha, njihova upotreba može imati upravo suprotan (neželjen) efekat: da se sluh ošteti. Preterano pojača-vanje zvuka prilikom reprodukcije kasete, kompakt-diskova, MP3 snimaka, audio-fajlova i sl., za posledicu može da ima oštećenje sluha (s obzirom na činjenicu da već porast od deset decibela prilikom slušanja audio-sadržaja može gotovo da udvostruči jačinu zvuka, čak i polagano pojačavanje zvuka u solipsističkom „transu” može vremenom da se odrazi na sluh). Može začu-diti taj efekat – jer ako je neko stavio slušalice, kako bi npr. slušao muziku, onda pretpostavljamo da je time hteo da isključi izvore moguće smetnje iz svoje okoline. Međutim, ako on preterano glasno sluša muziku, onda buka dolazi „iznutra”, slušalac je sâm proizvodi. Time se gotovo preokreće per-spektiva: buka nije u spoljnom svetu, nego u sopstvenoj glavi. Jedno od glav-nih pitanja je onda zašto slušaoci muzike to rade – zašto pojačavaju zvuk ako se time može izobličiti akustični doživljaj? Takva reakcija poprima dimenzi-je manijakalnog ponašanja, čak neke vrste nasilja nad sopstvenim sluhom, nad samim sobom. Mogli bismo čak da govorimo o „audiomazohizmu”. Ona nije ograničena na slušaocе agresivne ili frenetične muzike kao što su *heavy metal* ili *rave* kao žanrovi popularne muzike, jer može se desiti da do ošteće-nja dođe i prilikom konzumiranja manje intenzivne muzike. A slušalice tu ne pomažu; naprotiv, one problem mogu samo da prodube, a možda čak i same da ga proizvedu.

Poređenje s ekstremnim psihičkim stanjima, ili čak bolestima, tu ne prestaje. Zanimljivo bi bilo uporediti zauzimanje audiosolipsističkog stava



s ponašanjem *autističnih* osoba. Kao što ove odaju znake mentalne odsutnosti, odnosno izmeštenosti iz situacije, kada su posmatrane sa strane, tako i audiosolipsisti pokazuju jasne znake ignorisanja dešavanja u okolini, što nikako ne može da se uporedi s onom vrstom egzaltiranosti koja je rezultat stroge koncentracije na neki sadržaj ili značenje. Posmatrajući tako krišom solipsističkog slušaoca, može nam se učiniti da on pokazuje znake psihičke rastrojenosti (oni se mogu manifestovati u njegovim pokretima usana, neobičnim zvucima što ih ispušta u svom zanosu, neprirodnim micanjima glave, kretnjama tela i sl.). Samoizolacijom (stavljanjem slušalica na uši ili njihovim umetanjem u slušni kanal) audiosolipsista biva odsečen od sveta, a ta neprozirnost njegovih telesnih kretnji upravo je posledica odstranjivanja sveta kao pozadine u odnosu na koju ponašanje neke osobe tek dobija svoje razumljive obrise. To samouranjanje u plitkost sopstvenog doživljaja može da se završi fatalno, kako pokazuju primeri (uglavnom mlađih) osoba koje su, udubljene u muzički doživljaj, prilikom pešačenja ili vožnje biciklom zadobile ozbiljne povrede, a u ekstremnom slučaju čak i izgubile život praveći prekršaje u saobraćaju, recimo prilikom prelaska železničke pruge (postoji izgleda i *tragedija* slušalica, audiosolipsistička tragedija, a ne samo ona videosolipsistička,<sup>13</sup> o kojoj je takođe reč u ovom zborniku). Nešto slično dešava se kad sve više korisnika mobilnih telefona, zureći u ekran svojih uređaja, zapostave dešavanje oko sebe i na sličan način sebe (ili druge) dovedu u opasnost zbog svoje neopreznosti. Medijski autizam tako može da ima fatalne posledice.

## 7.

Vreme je da sažmemo naša razmatranja o audiosolipsizmu. Ona se moraju umetnuti u širi istorijski kontekst recepcije medija i načina kako ovi utiču na našu percepciju stvarnosti. Kao što u više navrata pokazuje istorija medija, prvobitni funkcionalni ili pragmatički impetus medija da se pospeši ili tek omogući komunikacija, pod naletom autoestetskih poriva biva preobražen u čisto hedonistički motiv da se uživa u sopstvenom doživljaju stvarnosti bez njenog saznanja (a to znači: saznanja unutarstevskog karaktera samog doživljaja). Podelu na dve vrste recepcije: onu površnu i dubinsku

---

<sup>13</sup> Svoj vizuelni analogon slušalice mogu da nađu u 3D naočarima, naočarima za virtuelnu stvarnost ili drugim vizuelnim sredstvima za simuliranje doživljaja (*Head-Mounted Display* i sl.). Nalazimo se očigledno pred jednom novom tehnološkom, odnosno medijalnom revolucijom koja će izmeniti pogled na svet – a izgleda i nas same. Moguće je da će u ovom veku „videosolipsizam” odmeniti „audiosolipsizam” (upor. o tom novom trendu na primeru recepcije filmskih slika Smiljanić 2015).

– analogno Gajgerovoj podeli estetskih dejstava na iste kategorije – pravdati estetskim karakterom dela što se slušaju ne bi nas odvelo daleko: problem baš i leži u tome što i tobože kompetentni slušalac klasične muzike takođe može da audiosolipsistički zloupotrebi slušalice – a nije isključen ni suprotan slučaj: da udubljenim slušanjem određenih muzičkih numera možemo da prepoznamo kreativnost stvaralaca i u domenu popularne muzike, ili pak strukture što se obično pronalaze u kompozicijama klasičnih stvaralaca (takvih primera ima napretek u džez muzici ili određenim subžanrovima pop muzike kao što su *fusion* ili *prog-rock*). Ne moramo da delimo niti postavke Hajdegerove fundamentalne ontologije niti Gajgerove fenomenologije estetskog doživljaja kako bismo bili svesni činjenice da uspešnost recepcije umetničkih dela zavisi od prepoznavanja njihovog svojstva da nam otkriju svet – kako u njegovoj faktičnosti, tako i u njegovoj ekstatičnosti (zemlja i svet vrednosti), a ne od toga da li smo mi kao čulna bića zadovoljeni ili ne. Usrećenje, o kojem je govorio Gajger, svakako je nešto više od čulnog nadražaja – možda čak nešto sasvim suprotno od toga.

Ekstatička dimenzija umetničkog doživljaja morala bi ponovo da se iz solipsističke egzaltacije prenese (doslovno) na tlo *svetskosti* (*Welthaftigkeit*) kao ključnog elementa umetničkog dela – kvazihajdegerijanski govoreći: *Delo svetuje* (*Das Werk weltet*). Audiosolipsizam forsira beg u privatne sveto-ve, a doživljaj umetničkog značenja očišćen od sopstva (tačnije: sopstvenih osećanja i doživljaja) otkriva svet kao zajedničku osnovu svih pojedinačnih subjektivnih doživljaja, što im daje dublji smisao. Tako moramo da postuliramo adekvatnu (ili makar adekvatniju) *upotrebu* medija slušalice: udubljujući se putem slušalice u svetootkrivajuću strukturu umetničkog dela, slušalac još više može da se koncentriše (prema Gajgerovoj interpretaciji: u spoljašnjem ključu) na samo delo i samim time njegov doživljaj značenja i značaja dela postaje sadržajni. Dakle, ne radi se ovde o tome da se odbaci upotreba slušalice, već da se one adekvatno upotrebe. Iako tek participacija više recipijenata u aktu gledanja, slušanja itd. nekog umetničkog dela dopušta i da nastane jedna vrsta participacije u dešavanju umetnosti koja ujedno spaja ljude kao delove jedne virtuelne zajednice, zajednice estetskih subjekata. Time se ne želi reći da tek javnim izvođenjem neko umetničko delo može adekvatno da razvije svoje pravo dejstvo,<sup>14</sup> ali ta zahvaćenost veće grupe ljudi estetskim doživljajem pre proizvodi estetsku atmosferu, nego kada se na uši stave slušalice i slušanje muzike degradira u stimulans za privatne doživljaje.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> To pre svega ima smisla u slučaju *izvođačkih* umetnosti kao što su dramska ili muzička.

<sup>15</sup> Zamislimo u vidu nekog misaonog eksperimenta mogući muzički koncert na kojem bi više

Naposletku, radi se o jednom paradoksu: prividno se izolujući od sveta putem slušalica (sprečavajući da ga dešavanje spolja ometa u unutrašnjoj senzaciji, odnosno kontemplaciji), slušalac se prepušta dešifriranju sveto-otkrivajućeg značenja što ga je umetnički stvaralac utkao u svoje delo. Simbolički prikaz figure audiosolipsističkog konzumenta umetnosti predstavlja nadmeni narcisoidni *sportista* sa svojim hipermodernim *hightech* slušalicama koji, slušajući muziku, ovu svodi na neku vrstu nadražajnog sredstva poput droge, dok svetootkrivajućeg i potvrđujućeg recipijenta umetnosti prilikom korišćenja slušalica simbolizuje *eremita* koji, iako se čini da okreće leđa svetu oko sebe, u svojoj izdvojenosti iz sveta i usamljenosti afirmiše svet kao ono što kao „uslov mogućnosti” daje inspiraciju za ovakvu vrstu produktivnog bega iz svakodnevne stvarnosti. Dakle, bez zaziranja istaknimo na našoj majici sledeći moto: HEADPHONES ON – VOLUME UP – IGNORE YOUR EGO, ENJOY THE WORLD!

## LITERATURA

Gajger (1913): Moritz Geiger, Beiträge zur Phänomenologie des ästhetischen Genusses, *Jahrbuch für Philosophie und phänomenologische Forschung*, Erster Band, Teil 2, hrsg. von Edmund Husserl, Halle a. d. S., 567–684.

Gajger (1928): Moritz Geiger, *Zugänge zur Ästhetik*, Leipzig: Der neue Geist Verlag.

Gudman (2014): Nelson Gudman, *Načini stvaranja sveta*, Novi Sad: Mediterran Publishing.

Zimel (1987): Georg Simmel, *Das individuelle Gesetz. Philosophische Exkurse*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Poper (2002): Karl Poper, *Objektivno saznanje. Evolutivni pristup*, Beograd – Podgorica: Paideia – CID.

Ruže (1994): Žilber Ruže, *Muzika i trans. Nacrtna jedne opšte teorije odnosa muzike i opsednutosti*, Sremski Karlovci, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.

Smiljanić (2015): Damir Smiljanić, *Escape Into Reality. Paradoks estetskog insceniranja realnog*, u: Iva Draškić Vićanović, Nebojša Grubor, Una Popović, Marko Novaković (ur.), *Aktuelnost i budućnost estetike*, Beograd: Estetičko društvo Srbije, 255–271.

---

stotina ili hiljada gledalaca što učestvuju u tom događaju imalo slušalice na svojim ušima. Takav prizor bi delovao iritantno i on bi poništio smisao celog događaja. Jedino ako posredi ne bi bila neka vrsta svesno osmišljenog *performansa* kojim bi se upravo htelo ukazati na besmislenost audiosolipsističkog stava u umetnosti. Samo kao tako osmišljen performans, taj događaj bi imao smisla.

Smiljanić (2017): Damir Smiljanić, Homo autoaestheticus. Od doživljajnog diletantizma do samoprezentacije, u: Iva Draškić Vićanović, Divna Vuksanović, Nebojša Grubor, Una Popović, Marko Novaković (ur.), *Homo aestheticus*, Beograd: Estetičko društvo Srbije, 245–268.

Hajdeger (2000): Martin Hajdeger, *Šumski putevi*, Beograd: Plato.

## ELEKTRONSKI IZVOR

<https://www.amazon.de/Headphones-ignore-World-shirt-T-Shirt/dp/B07SGS9D86>

Damir J. Smiljanić  
Universität Novi Sad  
Philosophische Fakultät  
Abteilung für Philosophie

## AUDIOSOLIPSISMUS. WIE MAN SICH MITTELS KOPFHÖRER VON DER WELT ISOLIERT

*Zusammenfassung:* In der Spätmoderne macht sich ein Trend zur Ästhetisierung der Isolierung des Subjekts von der Welt bemerkbar. Die Individuen finden immer mehr Gefallen an der Flucht in ihre „inneren“, privaten Welten. Als Beispiel dafür kann das Musikhören genommen werden. Um die Musik besser zu „konsumieren“, muss die Einwirkung der Außenwelt auf den Hörer ausgeschlossen werden. Die Kopfhörer sind ein Medium, das dem Einzelnen beim Musik-, letztlich beim Selbstgenuss hilft.

Die Aufgabe des Beitrags ist die kritische Hinterfragung der Ästhetik der Selbstisolierung und ihre Kontrastierung mit dem „weltöffnenden“ Charakter der Kunst (der Musik). Dabei werden die werk- und rezeptionsästhetischen Einsichten Martin Heideggers und Moritz Geigers von Nutzen sein: einerseits wird auf das Verhältnis des Kunstwerks zur Welt resp. Erde hingewiesen (Heidegger), andererseits die Gefahr des ästhetischen Dilettantismus als eine Folge der Verwechslung der Oberflächen- mit den Tiefenwirkungen von Kunstwerken herausgestellt (Geiger). Daraufhin wird gezeigt, dass Medien allgemein sowohl eine welterschließende wie -verdeckende Funktion ausüben können – die erstere teilen sie mit den Kunstwerken, während die letztere weniger im Fokus des theoretischen Interesses ist. Deshalb bedarf es der Aufarbeitung der letzteren Funktion, wobei gerade Kopfhörer als Medium der Rezeption von Musik und anderen auditiven Inhalten ins Visier der Kritik genommen werden. Statt zur Vertiefung in die Strukturen des dargebotenen Musikstücks zu dienen, werden die Kopfhörer als Mittel der Intensivierung der eigenen Gefühlserlebnisse missbraucht, womit sie die Erfahrung des Weltbezugs der Kunst zunichtemachen.

Um diese weltverdeckende Haltung des „ästhetischen Dilettanten“ (Geiger) zu benennen, wird der Neologismus *Audiosolipsismus* kreiert. Der Audiosolipsist simuliert ein ekstatisches Kunst Erlebnis, bleibt aber in einer autoästhetischen Haltung stecken, ohne zum Weltcharakter bzw. zum Wertgehalt von (musikalischen) Kunstwerken vorzudringen. Es geht also letztlich darum, den pseudoästhetischen Gebrauch von Kopfhörern zu entlarven, welcher ihnen in der heutigen „Erlebnisgesellschaft“ zuteilwird.

*Schlüsselwörter:* Kunst, Weltoffenheit, Weltflucht, Selbstgenuss, Kopfhörer, Audiosolipsismus.

## MEDIJI, USAMLJENOST, OTUĐENJE

*Mami i tati, s poštovanjem i ljubavlju*

*Apstrakt:* Tekst iz ugla filozofije medija razmatra temu usamljenosti, kao i s njom povezani pojam otuđenja, imajući na umu kontekst medijski zasnovanog kapitalizma. Kao posledica revolucionarnih promena u oblasti tehnologije komuniciranja, problematika usamljenosti danas zadobija drukčije oblike – ona se može ispoljiti kao vid ili „linija bekstva” od sveta rada i stvarnosti, ali i kao svojevrsni izbor koji podrazumeva boravak u virtuelnom prostoru. Iako jedan broj istraživanja govori u prilog tome da je vreme provedeno na društvenim mrežama u korelaciji sa intenzitetom osećaja usamljenosti, aktivnosti na internetu delom doprinose i socijalizovanju usamljenih pojedinaca, njihovim uključivanjem u interakcije virtuelnih zajednica. Što se, pak, otuđenja tiče, njegovi savremeni oblici nisu više isključivo vezani za proces materijalne proizvodnje; danas su oni delimično prešli u domen produkcije simbola, pri čemu su, kada je reč o društvenim mrežama, potrošači istovremeno i proizvođači i distributeri (prozumeri) medijskih sadržaja; i dalje, u odnosu na medije masovnih komunikacija, podležu manjem stepenu otuđenja, a većoj eksploataciji od strane megakorporacija.

*Ključne reči:* usamljenost, otuđenje, mediji masovnih komunikacija, društvene mreže, eksploatacija.

Mnogobrojna određenja fenomena usamljenosti, posmatrana u apstraktnom medijumu teorije – bilo da je reč o psihološkom, sociološkom ili filozofskom problemu,<sup>1</sup> u savremenom dobu, prema našem uverenju, zadobijaju drukčiji kontekst razmatranja koji menja pristup temi, uvodeći bitne

---

<sup>1</sup> Osim manje-više poznatih gledišta o usamljenosti, koje susrećemo u literaturi iz oblasti psihologije i sociologije, i u filozofiji nisu retki pokušaji tumačenja usamljenosti, najčešće u metafizičkom ključu – posmatrano u rasponu od berkljevskog solipsizma, preko Štirnerovih (Stirner) spekulacija o „jedinom i njegovom vlasništvu”, pa sve do Svesnenovih (Svendsen) egzistencijalistički utemeljenih stanovišta o ovom fenomenu.

intervencije najpre u sadržaj, a zatim i u obim pojma, a u odnosu na većinu prethodećih stanovišta. Pored navedenog, noviji uvidi i razmišljanja povodom problematike usamljenosti kreću se i u smeru tretiranja ovog fenomena kroz prizmu političkog delovanja. Jer, usamljenost se u sve većoj meri posmatra ne samo kao psihološki, tj. individualni fenomen, već i kao problem određene društvene zajednice, pogotovo kada je reč o starijoj populaciji građana.

Tako su se, recimo, u Evropi, tokom proteklih godina, pojavili napisi u štampi koji se neposredno tiču tematike usamljenosti: „Kako prenosi 'Dojče vele', istraživanja pokazuju da sve manje druženja i socijalnih veza utiče na zdravlje ljudi. I to, kako navode, nije samo problem Nemačke, fenomen je, naime, primećen od Japana do Amerike, prenosi Tanjug.”<sup>2</sup> Povrh organizovanja različitih oblika pomoći društvenoj grupi usamljenih, koja je sklonija poboljevanju od različitih mentalnih poremećaja, posebno u starijem životnom dobu, nemačka Demohrišćanska partija zatražila je od Parlamenta osnivanje posebnog komesarijata, te angažovanje poverenika za pitanja usamljenosti,<sup>3</sup> dok su, u približno isto vreme, osim Berlina, na ovoj liniji razmišljanja bili i Britanci, koji su godinu dana ranije uveli funkciju ministra za usamljenost.<sup>4</sup> U Americi i Japanu, međutim, istraživanja su pokazala da je pojava usamljenosti masovno zahvatila i mlađu populaciju stanovništva, dok je u Kini, kako se pretpostavlja, ona posledica sistema planiranja porodice, odnosno rigidne kontrole rađanja.<sup>5</sup>

Dakle, problem usamljenosti današnjice prepoznat je kao masovna pojava, posebno u zemljama poznog kapitalizma, odnosno u visokotehnoški razvijenim državama Zapada, kao i u Kini. S tim u vezi, na tržištu su se pojavile i ponude za sanaciju mnogobrojnih problema u vezi s mentalnim zdravljem ljudi, a jedan od kurioziteta je i psihoterapija koja se odvija u prostoru virtuelne realnosti (VR).<sup>6</sup> Uslovno rečeno, pokazuje se da su problematika usamljenosti i različiti psihički poremećaji koje ona potencijalno izaziva,

---

<sup>2</sup> „Usamljenost postala veći problem za zdravlje od pušenja”, dnevni list *Politika*, Beograd, 20. 10. 2019, na stranici: <http://www.politika.rs/sr/clanak/440204/Svet/Usamljenost-postala-veci-problem-za-zdravlje-od-pusenja>, pristupljeno 21. 6. 2020.

<sup>3</sup> Isto.

<sup>4</sup> Isto.

<sup>5</sup> Isto.

<sup>6</sup> Vid. „Virtuelna realnost (VR) u psihoterapiji – Budućnost je stigla”, na stranici: [https://www.psihocentrala.com/poremecaji/anksioznost-fobije-panika-i-somatizacija/virtuelna-realnost-vr-u-psihoterapiji-buducnost-jestigla/?fbclid=IwAR3b2B9NtLMmfmfxAAuwPcfW9jBB-NQUP6\\_VhkEyS9lanhmemP5nwsU6rrVvk](https://www.psihocentrala.com/poremecaji/anksioznost-fobije-panika-i-somatizacija/virtuelna-realnost-vr-u-psihoterapiji-buducnost-jestigla/?fbclid=IwAR3b2B9NtLMmfmfxAAuwPcfW9jBB-NQUP6_VhkEyS9lanhmemP5nwsU6rrVvk), pristupljeno 21. 6. 2020.



velikim delom posledica postindustrijskog tehnološkog razvoja, a da ta ista tehnologija, istovremeno, nalazi način da putem korišćenja najnovijih alatki razreši problem koji je bar delom uzrokovala.

Inače, ranije uspostavljena distinkcija između samoće i usamljenosti danas vredi samo uslovno, posebno ukoliko imamo u vidu novouvedenu sintagmu „socijalne distanciranosti”, ili praksu „sistema socijalnih kredita”, koji je u medijima najavljen još 2014. godine, da bi danas u pojedinim delovima Kine zaživeo bilo kao eksperiment ili svakodnevna rutina.<sup>7</sup>

Oba ova fenomena, dakle – i socijalna distanciranost i kineski sistem socijalnih kredita, referišu ne samo na osavremenjeno shvatanje odnosa individue i društveno-ekonomskog okruženja (vredi i obratno), već postavljaju nove parametre za tretiranje pojava kao što su *samoća* i *usamljenost*, s obzirom na medijizovani kontekst uspostavljanja relacija i interakcija. Usamljenost i samoća, nezavisno od uzajamnog terminološkog/pojmovnog razlikovanja, postaju proizvod kako kapitalističke (potrošačke i narcističke) kulture, tako i derivat medijske proizvodnje, odnosno socijalnog konstrukta tzv. „nove normalnosti”.

U bliskoj relaciji sa savremenim shvatanjem usamljenosti, sagledanoj u eri vladavine medija (ovo se posebno odnosi na zajednice evro-altantskog kulturalnog kruga, kao i na visokorazvijene zemlje Dalekog istoka), jeste i pojam otuđenja, preuzet iz Marksovog (Marx) učenja, a koji se, kako se čini, doslovno može preneti na plan medijske produkcije roba, odnosno najrazličitijih medijskih formata i sadržaja: po analogiji, proizvodni proces u okvirima medijske industrije jednak je serijskoj (masovnoj) proizvodnji kao takvoj, a vrste otuđenja koje odatle proističu su: otuđenje proizvođača sadržaja od celokupnog procesa produkcije, potom od sredstava za rad, tj. proizvodne tehnologije, te od proizvodnih odnosa (sa drugima, unutar „istog” radnog procesa, što je posebno vidljivo u uslovima digitalne produkcije) i najzad – od samog sebe (što naročito podcrtava pojam i termin 'prozumerizma', tj. spajanja producentske/proizvodne i konzumentske funkcije u uslovima razvoja savremenih medija mrežnog karaktera).

Ovi medijski oblici otuđenja savremenog doba posebno su naglašeni u epohi digitalizacije, koja nije zahvatila samo tzv. medijsku delatnost, već se uplela u mnoge oblasti društveno-ekonomskog života, transformišući

---

<sup>7</sup> “The system as it exists today is more a patchwork of regional pilots and experimental projects, with few indications about what could be implemented at a national scale.” Vid. članak “How the West Got China’s Social Credit System Wrong”, na stranici: <https://quantstreams.com/2020/07/17/how-the-west-got-chinas-social-credit-system-wrong-wired/>, pristupljeno 4. 8. 2020.

ne samo delokrug komunikacija, već i celokupnu sferu rada (te oblika eksploatacija u proizvodnom procesu), što je specifikum našeg doba. Sveopšta digitalizacija ponudila je, naime, „preko potrebnu zamenu za neupečeno iskustvo iz stvarnog života” (prevod – D. V.),<sup>8</sup> što se odnosi kako na svet digitalnog rada<sup>9</sup>, tako i na pitanja eksploatacija, te oblike otuđenja i usamljenosti koji su derivati digitalizovanja života. U terminološko-pojmovnoj vezi s digitalnim radom jeste i rad-igra (*play labour*), koji još neposrednije referira na originalnu teoriju rada, eksploatacije i otuđenja<sup>10</sup> o kojoj je ovde reč.

Usamljenost, shvaćena u duhu filozofije Laša Svensena (Svendson) kao vid „socijalne apstinencije”, bilo da je reč o otvorenoj društvenoj represiji, odnosno prinudi, ili maskiranoj socioekonomskoj podršci navodnom izboru same individue, aktuelno je poduprta, i to u velikoj meri, savremenim komunikacionim tehnologijama što naizgled olakšavaju teret teskobe koji osećaj usamljenosti sobom nosi; time što se komuniciranje, odnosno veliki deo socijalnih kontakata (mada, svakako, ne svi) prevode iz neposrednosti u

---

<sup>8</sup> Maik Fielitz, Holger Marcks, *Digital Fascism: Challenges for the Open Society in Times of Social Media*, PDF, Berkeley Center for Right-Wing Studies, Institute for the Study of Societal Issues, 2019, str. 7. Na stranici: <https://escholarship.org/uc/item/87w5c5gp>, pristupljeno 14. 6. 2020.

<sup>9</sup> Ukratko, u okvirima delovanja nove političke ekonomije, u čijem su sastavu kreativne industrije, ali i sistemi komuniciranja u privredi, te instance kontrole i nadziranja (sektor bezbednosti), „digitalni rad” definiše se na sledeći način: “Digital labour is a concept that has become a crucial foundation of discussions within the realm of the political economy of the Internet (see Burston, Dyer-Witthford and Hearn 2010; Fuchs and Dyer-Witthford 2013; Scholz 2012). The basic argument in this debate is that the dominant capital accumulation model of contemporary corporate Internet platforms is based on the exploitation of users’ unpaid labour, who engage in the creation of content and the use of blogs, social networking sites, wikis, microblogs, content sharing sites for fun and in these activities create value that is at the heart of profit generation (Fuchs 2010b). Online activity creates content, social networks and relations, location data, browsing data, data about likes and preferences, etc.” Christian Fuchs, Sebastian Sevignani, “What is Digital Labour? What is Digital Work? What’s their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media?”, *TripleC, Journal for a Global Sustainable Information Society*, PDF, na stranici <https://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/461>, pristupljeno 14. 6. 2020.

<sup>10</sup> Digitalni rad-igra je, zapravo, onaj rad koji najčešće spada u domen aktivnosti industrije zabave. “This online activity is fun and work at the same time – play labour. Play labour (playbour) creates a data commodity that is sold to advertising clients as a commodity. They thereby obtain the possibility of presenting advertisements that are targeted to users’ interests and online behaviour. Targeted advertising is at the heart of the capital accumulation model of many corporate social media platforms. It is legally enabled by terms of use and privacy policies. In the digital labour debate, the application and development of the Marxian labour theory of value and Marxist labour theories of advertising (Smythe 1977, Smythe 1981, Jhally and Livant 1986/2006) has played an important role.” (Isto)

aktivnosti koje posreduju mediji, usamljenost postaje fenomen koji se usko povezuje s delatnošću i efektima medijske kulture.

Stoga je naš osnovni predmet preispitivanja – a dovešćemo ga u vezu i sa problemom otuđenja sagledanog u eri dominacije medijskih diskursa – upravo ona vrsta usamljenosti koja je u celini generisana ili makar potpomognuta razvojem novih komunikacionih tehnologija, odnosno – uže posmatrano – medijima kao takvim. Ova promena dosadašnjeg istraživačkog fokusa odgovara izmeni konteksta u kome se *usamljenost*, kao poseban fenomen našeg doba, neretko pojavljuje. Rečju, filozofiju medija zanima ona vrsta usamljenosti koja predstavlja „proizvod” medijske kulture, ako takav fenomen uopšte postoji i kao takav se može istražiti.

Uprkos tome što se, terminološki posmatrano, pojam usamljenosti razlikuje od Marksovog koncepta otuđenja, u današnjem vremenu ova dva pojma veoma su povezana jer su oba, kako izgleda, posredovana medijskom sferom delovanja, pa na taj način predstavljaju naizgled različite strane istog procesa medijizacije; 'usamljenost' se, naime, upotrebljava kao oznaka za konkretnog pojedinca i predstavlja prvenstveno njegovo psihološko obeležje. No, ona se kao fenomen može posmatrati i s obzirom na socijalno okruženje i tzv. društveni karakter koji je iz ambijenta proistekao. Primeri ovakvog tretmana usamljenosti – mišljenog, dakle, kao društvenog fenomena – tipični su, recimo, za savremenu sociologiju.

Naime, šezdesetih godina prošlog veka, koje su bile obeležene globalnim studentskim protestima '68, američki sociolog neempirijske orijentacije – Dejvid Risman (Riesman), pišući o trendu transformisanja američkog društvenog karaktera u prostoru od proizvođača do potrošača, s posebnim naglaskom na izučavanju kulture mladih i studentskoj populaciji, te naglom porastu njenih moći što će anticipirati masovni bunt, govori o tzv. „usamljenoj gomili”,<sup>11</sup> pri čemu se u njegovoj studiji usamljenost tretira ne samo kao fenomen što se tiče individualne psihologije, odnosno težnje ka emancipovanju pojedinca i ostvarenju izvesne autonomije u odnosu na (američko) društvo, već kao o „društvenom karakteru”. Taj novoformirani društveni karakter, zapravo, predstavlja produkt svojevrsnog procesualnog nivelisanja i homogenizovanja svega onog što je u jednoj kulturi različito, svođenjem specifičnih razlika na samo jednu bitnu dimenziju – kulturu potrošnje. Kao posebnu karakteristiku ove transformacije Risman pominje i momenat „bekstva od svega”,<sup>12</sup> što je, po našem mišljenju, važan podsticaj

<sup>11</sup> Dejvid Risman, Nejtjen Glejzer, Ruel Deni, *Usamljena gomila*, Studija o promeni američkog karaktera, Mediteran, Novi Sad, 2006.

<sup>12</sup> Isto, poglavlje „Bekstvo od svega”, i dalje; od str. 125.

za usamljivanje, sagledano unutar opšte paradigme američkog potrošačkog društva.

Međutim, *dictum* usamljivanja, kao proces koji neprekidno prati razvoj kapitalizma, ne okončava se, prema našem mišljenju, sveopštim bekstvom od sveta rada zapadanjem u puki konzumerizam, već dobrim delom, što se podudara i sa Rismanovim intuicijama, završava u domenu sveta zabave. Naime, nekada buntovna američka omladina, u pokušaju bekstva od dominantne represivne kulture, prelazi put od otpora do prilagođavanja modelima ponašanja savremenih biznismena; glavni kanal uzmicanja, delujući u simboličkoj ravni, svakako su mediji masovnih komunikacija, dok industrija zabave, tj. njeni produkti postaju jedno od osnovnih merila potrošnje.

Danas bismo rekli da su putanje bekstva u eri ekspanzije novih komunikacionih tehnologija još specifičnije, te da preuzimaju na sebe upravo one forme koje su karakteristične za medije što su za to najpogodniji. Ide se, međutim, i dalje, u pokušajima izbegavanja svih raspoloživih medija (primer: „bekstvo od podkasta”)<sup>13</sup>, što govori u prilog tome da se uočena tendencija ne samo uvećava nego i usložnjava i da se, konačno, zaustavlja u tzv. *offline*-u.<sup>14</sup>

Iako je, zapravo, reč o procesu usamljivanja koji podstiču mediji time što pojedinca izoluju od druge osobe, ili od grupe, ova usamljenička izolovanost može zadobiti i odlike prividne asocijacije s drugim/a, time što se, preko društvenih mreža na primer, individuum uključuje u medijalizovane oblike zajedništva. Tako je moguće tvrditi da on i jeste i nije usamljen – jer njegova fizička distanciranost nije nužno i odsustvo svake participacije u zajedništvu. Štaviše, mreža može da mu posluži kao vid bekstva od zajednice, tj. ono usamljivanje koje transcendirira fizičku izolovanost i pretvara je u formu medijske socijalizacije.

Nasuprot tome, pojam i fenomen otuđenosti, iako odlika pojedinca, zahvata i opštost, odnosno kapitalizam kao sveobuhvatnu društveno-ekonomsku formaciju u kojoj se pojavljuje. Drugim rečima, svi koji participiraju u kapitalističkim proizvodnim odnosima po definiciji su podvrgnuti procesima otuđenja. A kako je u eri visokorazvijenog kapitalizma osnova proizvodnje u velikoj meri transformisana tako da se danas, zahvaljujući medijima i novim komunikacionim tehnologijama, daleko više proizvodi u simboličkoj ravni,

<sup>13</sup> S jedne strane, bekstvo putem podkasta znači udaljavanje od realnosti; s druge, pak, strane, u novim medijima susrećemo mnogo uputstava za izbegavanje određenih podkasta, iz sličnih razloga kao u prvom slučaju.

<sup>14</sup> Vid. „Bekstvo u offline, according to Kristina”, na stranici <https://accordingtokristina.com/bekstvo-u-offline/bekstvo-u-offline-2/>, pristupljeno 4. 8. 2020.

to su procesi otuđenja najupadljivije vidljivi upravo u pomenutim oblastima delovanja.

Preciznije rečeno, u savremenom dobu otuđenje je – iako na prvi pogled zvuči paradoksalno – osnovni oblik komuniciranja; štaviše, ono je i jedini mogući način ostvarenja kakvog-takvog „zajedništva”, jer ga određuju kapitalistički proizvodni procesi i odnosi. Svoјstvo otuđenosti, zapravo, важи za svaki oblik proizvodnje, pa i za mediјsku produkciju, odnosno konzumiranje mediјskih sadržaja. Što se usamljenosti tiče, ona bi, u ovom interpretativnom kontekstu (s obzirom na sveprisutne procese otuđenja) predstavljala onaj pokušaj bekstva koji, posredstvom mediја, тежи reuspostavljanju sociјabilnosti.

Činjenice o usamljenosti i otuđenju nastojaćemo, nadalje, detaljnije da istražimo, a to, kako se čini, nije moguće bez njihove *apriorne* (društveno-ekonomsko-tehnološke) kontekstualizacije; što, u stvari, znači da će baratanje faktografijom ovde koincidirati s apstrakcijama koje valja dovesti do prakse, a ne do pojma, kako je uobičajeno kada je reč o spekulaciji. Dakle, refleksijama će prethoditi kritika, sprovedena ne u polju apstrakcija, već u domenu konkretnih društveno-ekonomskih, odnosno klasnih odnosa, i to globalno uzevši.

Svedoci smo, naime, anticipiranja nove paradigme koju prevashodno ocrtavaju mogućnosti i načini upotrebe savremenih tehnologija, što se odnosi kako na mediје masovnih komunikacija (štampa, radio, televizija), tako i na internet i društvene mreže, kao i na mobilnu telefoniju i ostale telekomunikacione sisteme; ovo tim pre što su nove tehnologije, kako izgleda, gotovo u potpunosti srasle sa transformativnim društveno-ekonomskim procesima, bez obzira na to o kojoj je ideologiji reč; bilo da je u pitanju neoliberalna kapitalistička ili partiјski totalitarizam kineske provenijencije.

Štaviše, a to se naročito odnosi na sistem sociјalnih kredita odnedavno apliciran u pojedinim delovima Kine, stvaranje nove paradigme „normalnosti” u koju spadaju kako narcizam, oslobođen konotacije patologije time što je generalizovan i proširen na celokupni kontekst društvenosti, zatim svojevolјno, a onda i prisilno distanciranje i samoizolovanje (počeci „pandemije” virusa Covid-19)<sup>15</sup>, pa potom i izolovanje od drugih („zaključavanje” i ka-

---

<sup>15</sup> S početka je, recimo, objava pandemije bila praćena apelom Stay (at) home (Ostani kod kuće), koji je često bio upotrebljen kao poruka u medijima – bilo da je reč o televiziјskom sloganu ili pratećoj poruci na jednom broju profilnih slika FB korisnika. Zanimljivo je da je, kod jednog broja korisnika društvenih mreža, osim pomenutog slogana, citiran i Blez Paskal (Pascal), pa i drugi filozofi, koji su tokom istorije „promovisali” stoičko podnošenje sudbine i samoću. Osim Paskalovog gesla: “All of humanity’s problems stem from [one’s] inability to sit quietly in a room alone”, na društvenim mrežama „trijumfovali” su kako stoici, tako i Boetije,

rantin), te, naposletku, nadziranje i, najzad, moralno-političko valorizovanje (nagrađivanje i kažnjavanje) normiranog ponašanja, anticipirani su isprva u medijima (filmovi, serije, i dr.), kolonijalizujući najpre svet spektakla, a nešto kasnije i samu stvarnost.

S obzirom na društveno-ekonomska kretanja koja, rukovođena savremenim naučno-tehnološkim progresom, pretenduju na digitalizovanje gotovo svih oblasti ljudskog života, to odnos koji individuum danas ima prema zajednici uglavnom odgovara relaciji koju društvo nastoji da izgradi prema njemu. To znači da, ukoliko se društvo sveobuhvatno digitalizuje, pojedinac uglavnom odgovara „propisanim” interagovanjem s okruženjem. Jednodimenzionalnost, odnosno istost ovih odnosa uslovljava pojavu jednog specifičnog oblika totalitarizma, koji je u rečniku teorije definisan kao „tehnološki totalitarizam”, odnosno „digitalni fašizam”.<sup>16</sup>

Međutim, kako inteligibilne društvene i mrežne zajednice nužno ne ispunjavaju sva očekivanja i želje pojedinca, pošto je u tzv. digitalnim društvima kolektivitet iznad partikulariteta, to individua, delujuća unutar ovih zajednica, koristeći pritom tehničke mogućnosti savremenih medija, kao granice koje pretpostavljaju nešto drugo, alternativno, različito, istražuje nove mogućnosti odnošenja prema digitalizovanoj društvenoj zajednici. Tragajući za nekom vrstom „zaklona” od svenadiruće tehnologije, pojedinac danas ima mogućnost da „izabere” usamljenost; i to ne bilo kakvu, već onu koja daje obećanje, odnosno koja je na tragu njegovih vlastitih želja i mogućnosti. Pa, iako je za traganja i pojedinačne želje i nade karakteristično da postoje i pre i nezavisno od tehnologije, uklapajući se u visokotehnologizovani svet, potraga za vlastitošću, projektovana željom, završava naposletku u usamljenosti. Shvaćena u ovom smislu reči, usamljenost se može posmatrati kao pokušaj izolovanja pojedinca od uticaja novih komunikacionih tehnologija. No, ta i takva izolacija, u sajberizovanom prostoru, ne znači, u isto vreme, i fizičku izolaciju, već izvesnu distanciranost, koja je takođe uronjena u digitalizovanu matricu postojanja.

Shvaćena u ovom smislu, usamljenost se može tretirati kao rezultat želje, kao deteritorijalizacija vlastitosti, odnosno kao utapanje u neki drugi, takođe virtuelni, ali izabrani svet što ne menja korisničke procedure, ali koji, u isto vreme, subvertira opšta pravila ponašanja, svodeći ih na vlastitu meru,

---

odnosno ona filozofija podnošenja okolnosti u samoći, te traganje za utehom, koji su predstavljali svojevolsni činovi usamljenih pojedinaca što su, putem filozofije, u izolaciji i samoizolaciji, tragali za „normama” življenja.

<sup>16</sup> Dirk Helbing, “Digital Fascism Rising?, Can we still stop a world of technological totalitarianism?”, na stranici: <https://www.theglobalist.com/fascism-big-data-artificial-intelligence-surveillance-democracy/>, pristupljeno 7. 8. 2020.



tj. želju. Mehanizam ostvarenja ovih želja zasnovan je, kako sugeriše Delez,<sup>17</sup> na „linijama bekstva” koje predstavljaju probijanje puteva od kolektivnog ka ličnom identitetu. No, one su, istovremeno, načini funkcionisanja društvenosti, koja se, kao omeđeni prostor delovanja pojedinca u digitalnom dobu deteritorijalizuje – rečju prebacuje iz realnog u tehnološkim sredstvima generisani prostor.

O ovim procesima Delez govori sledeće: „Rekao bih u svom interesu: društvo, jedno društveno polje ne protivureči, već ono što je prvo, to je ono što beži, ono beži najpre sa svih strana, to su linije bekstva koje su primarne (čak iako nije hronološki 'primarno'). Daleko od toga da bude izvan društvenog polja ili da iz njega izlazi, linije bekstva konstituišu rizom ili kartografiju. Linije bekstva su otprilike isto što i pokreti deteritorijalizacije: one ne impliciraju nikakav povratak prirodi, to su tačke deteritorijalizacije u rasporedu želje.”<sup>18</sup>

Dakle, ako su otuđujući procesi društveno-ekonomski kontekst, a usamljivanje ono bekstvo koje može da, putem medija, reuspostavi određeni vid socijalnosti, onda je usamljenost današnjeg čoveka u neposrednoj relaciji sa medijskom kulturom, koja je, ujedno, i širi medijum otuđenosti. A povratak socijalnosti i pokušaj razotuđenja kroz delovanje na internetu i društvenim mrežama, sudeći prema ishodu, daju različite rezultate u zavisnosti od toga o kojim je medijima reč.

Čak i ukoliko se mediji tretiraju kao poseban stalež – a po našem mišljenju, oni su jedna od dominantni kapitalističkog društveno-ekonomskog poretka – otuđenje unutar ovog, tzv. „četvrtog staleža”<sup>19</sup> bitno utiče na gotovo celokupno ponašanje savremenog čoveka. Bez sumnje otuđen, unutar ili koliko-toliko izvan domašaja medijske sfere, on deluje tako što pristaje ili ne pristaje na odnose prema medijima koji mu se nude. Otuda je jedan broj građana svakodnevno upućen na tradicionalne i mas-medije (knjige, štampa, film, radio i televizija), pri čemu je dominantni medij, svakako, televizija, dok su ostali ili korisnici novih medija (internet i društvene mreže) ili se, pak, trude da ne participiraju u ovim odnosima.

<sup>17</sup> Žil Delez, „Želja i užitak” (prev. Darko Markovac), u: *Stvar*, časopis za teorijske prakse, Klub studenata filozofije Gerusija, godina 1, br. 1/2009, Novi Sad, 2009, str. 127–131.

<sup>18</sup> Isto, str. 129.

<sup>19</sup> „Drži se da je interes četvrtog staleža aktivno traganje za informacijama u ime javnog dobra [...]. Mediji svoju verodostojnost i pretenzije na status četvrtog staleža održavaju kroz svoje istupanje na scenu. Rečeno malo drukčije, mediji kao doprinos daju informacije i analize unutar širokog konteksta, u kojem se razni pojedinci i grupe takmiče u interpretiranju stvarnog značenja događaja.” Roland Lorimer, *Masovne komunikacije*, komparativni uvod, Clio, Beograd, 1998, str. 64.



Iz iznetog proističe da su i načini bekstva, bilo da je reč o negiranju celokupnog sveta medija ili o pokušajima da se od kapitalitičke represije pobegne u svet medija, drukčiji. Ova razlika upadljiva je kada je reč o disproportciji u delovanju tzv. medija masovnih komunikacija, s jedne strane, i interneta i društvenih mreža, s druge strane. Na prvi pogled, mehanizmi bekstva u svet medija su identični. Savremeni čovek pokušava da pobegne iz otuđenog sveta rada u polje informacija i zabave koje mu obezbeđuju privid informisanosti i relaksacije (u odnosu na radni proces). Ovaj vid eskapizma publike ili korisnika medija veoma je često kritikovan od strane teoretičara medija, bilo da je reč o filmskoj industriji, rijaliti programima, video-igrama ili društvenim mrežama. Jer, u svim navedenim slučajevima, s obzirom na činjenicu da mediji danas uglavnom deluju na tržištu informacija i zabave, oni podležu, kako smo već istakli, principima otuđenja. Grubo uzevši, ova atmosfera otuđenja, koja je u osnovi kapitalizma, utiče na vladajući osećaj izolovanosti, koji je karakterističan za savremeno doba.

Zanimljivo je, međutim, da konzumerizam koji koincidira s dominacijom medija masovnih komunikacija – nazovimo ga i erom televizije – danas smenjuje globalni trend kreativnosti (čiji je nosilac tzv. kreativni kapital, kreativne industrije i, unutar njih – mediji), u kome primat nad mas-medijima, u posredovanom komuniciranju, postepeno preuzimaju internet i društvene mreže. Mada se potpuna precesija još nije dogodila, može se uočiti da je internet korisnicma medija doneo veliku promenu u odnosu na vreme vladavine televizije. Iako je otuđenost i dalje primarni osećaj vezan za celokupnu sferu medija, interaktivnost društvenih mreža i platformi ipak je dovela do izvesnih novina.

Evidentno je, naime, da je, prilikom korišćenja društvenih mreža, usled mogućnosti interagovanja koje je njihova glavna karakteristika, tzv. korisničko ponašanje drukčije u odnosu na medije masovnih komunikacija, a što omogućava bitno različita struktura medija. Ali ne samo strukturacija, već celokupno ponašanje na mrežama upućuje na *novum*, i kada je reč o usamljenosti, a i pojavi otuđenja. Interesantno je da je, u današnjem vremenu, jedan od značajnih indikatora usamljenosti upravo prekomerni boravak na društvenim mrežama i da je upravo vreme provedeno na njima, kako se tvrdi, pokazatelj stepena usamljenosti. U tom smislu, naglašava se čak da je reč o svojevrsnoj epidemiji usamljenosti.<sup>20</sup>

Štaviše, vladajuće je uverenje da prisustvo na društvenim mrežama intenzivira osećaj usamljenosti koja je, zajedno sa niskim stepenom

---

<sup>20</sup> Vid. npr. članak: Sherry Amatenstein, "Not So Social Media: How Social Media Increases Loneliness", na stranici: <https://www.psychom.net/how-social-media-increases-loneliness/>, pristupljeno 22. 6. 2020.

samopouzdanja, bila povod za uključenje i participiranje dela građana u sajber-prostoru.<sup>21</sup> No, postoje i drukčija shvatanja koja ne negiraju pomenutu epidemiju, ali je i ne vezuju usko za upotrebu društvenih medija; ovakve interpretacije, proistekle, primera radi, iz novijih empirijskih istraživanja sprovedenih u Australiji, ukazuju na to da od načina korišćenja medija zavisi da li će i u kojoj meri doprinositi iniciranju, učvršćivanju ili povećanju osećaja usamljenosti.<sup>22</sup>

Istovremeno, učešće na društvenim mrežama govori u prilog tome da bekstvo od postvarenog sveta rada u usamljenost – kada je reč o društvenim medijima – ne znači da je u pitanju potpuna izolacija, odnosno samoizolacija, već da se društvene mreže delom koriste kao sredstvo socijalizovanja pojedinca; isprva njegovog usamljivanja, a potom uključivanja u komuniciranje u sajber-prostoru. Otuda društvene mreže znače, s jedne strane, put usamljivanja (odnosno, jednu od „linija bekstva”) i, u isto vreme, mogućí način povratka zajednici; pa iako je društvena zajednica virtuelna, a ne realna, već sama participacija na tzv. socijalnim mrežama upućuje na određeni vid „socijalizacije”.

U pogledu otuđenja, a s obzirom na vrstu medija o kojoj se govori, istraživanja, takođe, favorizuju društvene mreže u odnosu na njima prethodeće medije. Način strukturisanja ovih medija ponovo je odlučujući za procenu stepena otuđenja koji proishodi iz njihove upotrebe. Međutim, ovde, naravno, nije reč o pukoj socijalizaciji koja je ujedno i linija bekstva (usamljenost) i povratak u komunikativnu zajednicu, formiranu u sajber-prostoru. U slučaju govora o umanjenom stepenu otuđenja na društvenim mrežama, a u odnosu na televiziju kao mas-medij, na primer, otvara se pitanje rada, tj. besplatnog rada na Mreži, kao i eksploatisanja tog rada.

Zapravo, koncept otuđenja koji je skopčan s naročitom vrstom rada na internetu, odnosno u okviru aktivnosti na društvenim mrežama, razlikuje se od onog vida otuđenosti koji je karakterističan za publiku medija masovnih komunikacija. Jer, kod medija masovnih komunikacija, sa izuzetkom, recimo, interaktivne televizije ili radija, medijski sadržaji prenose se iz medijskih centara (kuća) ka publici – dakle jednosmerno, te je tako publici onemogućeno da povratno reaguje na ponuđene sadržaje. Kako je poznato, publika mas-medija se i praktički i teorijski doživljava kao pasivna, odnosno kao masovni konzument plasiranih sadržaja.

<sup>21</sup> Isto

<sup>22</sup> Vid. članak: Laura Hood, “Does social media make us more or less lonely? Depends on how you use it”, na stranici: <https://theconversation.com/does-social-media-make-us-more-or-less-lonely-depends-on-how-you-use-it-128468>, pristupljeno 22. 6. 2020.

S druge strane, internet, a naročito društvene mreže, svojom su pojavom omogućili dvostruku komunikacijsku spregu, pa tako korisnici ovih medija mogu komunicirati „jedan na jedan” s drugima, odloženo, ali i u tzv. realnom vremenu, što ih bitno razlikuje od publike mas-medija. Dakle, komunikacija je ovde, iako medijski poredovana, personalizovana i interaktivna, te su stoga učesnici u komunikaciji aktivni „konzumenti”, ali, u isto vreme, i kreatori određenih medijskih sadržaja – rečju: „prozumeri”.

S ovim u vezi, jedna od pretpostavki koju je moguće problematizovati tiče se upravo smanjenja stepena otuđenosti na socijalnim mrežama, u poređenju sa medijima masovnog komuniciranja. Iako je posve problematično razmišljati na temu radikalnog razotuđenja u sferi medija, uprkos tome što društvene mreže donose izvesnu dozu socijalizovanja koja je ujedno i socijalna praksa i njen privid i, eventualno, predstavljaju jednu od „linija bekstva” koja je bilo udaljavanje od realne zajednice i sveta rada ili približavanje drugima u virtuelnom prostoru, „prozumerizam” namesto konzumerizma donosi promenu koja se tiče uključenja sveta rada u ovaj prostor.

Očevidno je, naime, da u proizvodnji medijskih sadržaja, kada je reč o mas-medijima, uglavnom učestvuju zaposleni u medijskim kućama, odnosno, u manjem broju – spoljni saradnici. Nasuprot tome, stvaraoci sadržaja na društvenim mrežama su, u najvećem broju slučajeva, sami korisnici tih medija ili mreža (Youtube, FaceBook, Twitter, Instagram...). Oni, u stvari, besplatno, tj. bez finansijske nadoknade, stvaraju ili distribuiraju odgovarajuće sadržaje na mreži, što pasivni konzumenti medija masovnih komunikacija nisu u prilici da čine.

U čemu je ključna razlika? Ono što su kao novinu doneli sa sobom internet i društvene mreže u odnosu na medije masovnih komunikacija jeste, osim interagovanja i prividne socijalizacije, mogućnost da se smanji stepen otuđenosti time što se pasivna publika „prevodi” u aktivne korisnike interneta i društvenih mreža. Nadalje, razlika je i u tome što megakorporacije eksploatišu rad korisnika upravo na temelju njihovih aktivnosti na mrežama i platformama. Jer, tehnički gledano, tamo gde nema interagovanja, nema ni mogućnosti uprezanja publike u procese besplatnog rada na mreži. U vezi s tim, jedna od pretpostavki koja se tiče odnosa medija i otuđenja jeste ta da ono opada ukoliko je eksploatacija korisnika veća. A kako, kada su u pitanju mediji masovnih komunikacija, pasivna publika ne učestvuje u kreiranju medijskih sadržaja, to je, navodno, stepen otuđenosti veći, dok je ista pojava u opadanju kod onih medija čiji korisnici imaju mogućnost da unutar njih besplatno rade, tj. da sami kreiraju i distribuiraju određene medijske sadržaje.

Ovim se, u stvari, skreće pažnja na to da su otuđenje i eksploatacija u vezi, kako je to i kod Marksa bio slučaj, ali da nije svaki oblik otuđenosti

vezan za proces rada, tj. materijalnu proizvodnju i da u slučajevima kada je reč o simboličkoj produkciji – eksploatacija u polju ove vrste aktivnosti uslovljava ne povećanje, već smanjenje otuđenosti korisnika u interakciji. U stvari, izraelski autor E. Fišer (Fisher), koji zagovara navedenu hipotezu, pozivajući se kako na Marksa (otuđenje u sferi materijalne proizvodnje), tako i na predstavnike frankfurtske filozofske škole (govor o otuđenju vezan za rad u domenu simbolizacije, a u kontekstu izučavanja industrije kulture), smatra da besplatni rad korisnika na internetu, odnosno njegova eksploatacija od strane megakorporacija kao što su Google, FaceBook i druge smanjuje stepen otuđenosti korisnika u odnosu na nivo otuđenja publike mas-medija.<sup>23</sup>

Kada bismo sumirali izložene ideje, pokazalo bi se da pojava usamljenosti, kao i otuđenje, u današnjem vremenu doživljavaju promene koje generišu tehnološko okruženje i nove komunikacione tehnologije; u svetu mešavine starih i novih medija kao da postaje ideal usamiti se, pobeći od rada i uroniti u medijsku sferu, a posebno u njen izuzetno razvijeni domen zabave. Ovaj novi model povlačenja kako od rada, tako i od postvarene kapitalističke stvarnosti, okarakterisan je kao neka vrsta „bekstva od slobode” koje može biti pasivne ili aktivne prirode. U prvom slučaju, otuđenje definisano u kontekstu konzumiranja simboličkih sadržaja od strane postvarenog subjekta odlikuje pasivnost, te koncentracija isključivo na potrošnju medijskih sadržaja, dok u drugom, s narastajućim aktivnostima u mrežnom tipu komunikacije, otuđenje, kao i socijalizacija, prema našem mišljenju, prividno opadaju, ali je zato stepen eksploataisanja prozumeru veći. Tako dolazimo do zaključka da otuđenje, a s njim i novi oblici usamljenosti u kapitalizmu, u pokušajima njihovog saniranja, potvrđuju nadalje kapitalističku matricu života i rada, koja samo menja načine i oblike eksploataisanja; u analiziranim slučajevima otuđenje ostaje vodeći oblik odnosa između pojedinaca i društveno-ekonomskog okruženja, s tim što je taj odnos i dodatno medijski posredovan. Osim toga, ovo medijsko posredovanje utiče i na posebne vidove bekstva od kapitalističkih proizvodnih odnosa u polje prividne slobode, koja se definiše u okvirima mrežnih interakcija s drugima. Ali cena ove, makar i virtuelno konstruisane slobode jeste dodatno eksploataisanje od strane onih kompanija koje ubiraju profit od besplatnog kreativnog rada korisnika. I time je kapitalistički *circulus*, unutar sebe, obogaćen i zatvoren u istoj onoj meri u kojoj je pojedinac unutar njega otuđen i usamljen.

<sup>23</sup> Vid. članak: Eran Fisher, “How Less Alienation Creates More Exploitation? Audience Labour on Social Network”, *TripleC*, 10(2), May 2012, na stranici: [https://www.researchgate.net/publication/266168521\\_How\\_Less\\_Alienation\\_Creates\\_More\\_Exploitation\\_Audience\\_Labour\\_on\\_Social\\_Network\\_Sites](https://www.researchgate.net/publication/266168521_How_Less_Alienation_Creates_More_Exploitation_Audience_Labour_on_Social_Network_Sites), pristupljeno: 24. 6. 2020.

## LITERATURA

*How the West Got China's Social Credit System Wrong*, na stranici: <https://quantstreams.com/2020/07/17/how-the-west-got-chinas-social-credit-system-wrong-wired/>.

*Bekstvo u offline, accordng to Kristina*, na stranici: <https://accordingtokristina.com/bekstvo-u-offline/bekstvo-u-offline-2/>.

Usamljenost postala veći problem za zdravlje od pušenja, Dnevni list *Politika*, Beograd, 20. 10. 2019, na stranici: <http://www.politika.rs/sr/clanak/440204/Svet/Usamljenost-postala-veci-problem-za-zdravlje-od-pusenja>.

*Virtuelna realnost (VR) u psihoterapiji – Budućnost je stigla*, na stranici: [https://www.psihocentrala.com/poremecaji/anksioznost-fobije-panika-i-somatizacija/virtuelna-realnost-vr-u-psihoterapiji-buducnost-jestigla/?fbclid=IwAR3b2B9N-tLMmfmxAAuwPcfW9jBBNQUP6\\_VhkEyS9lanhmemP5nwsU6rrVk](https://www.psihocentrala.com/poremecaji/anksioznost-fobije-panika-i-somatizacija/virtuelna-realnost-vr-u-psihoterapiji-buducnost-jestigla/?fbclid=IwAR3b2B9N-tLMmfmxAAuwPcfW9jBBNQUP6_VhkEyS9lanhmemP5nwsU6rrVk).

Sherry Amatenstein, *Not So Social Media: How Social Media Increases Loneliness*, na stranici: <https://www.psychom.net/how-social-media-increases-loneliness/>.

Delez (2009): Žil Delez, Želja i užitak, *Stvar*, časopis za teorijske prakse, Klub studenata filozofije Gerusija, godina 1, br. 1/2009, Novi Sad.

Fielitz, Marcks (2019): Maik Fielitz, Holger Marcks, *Digital Fascism: Challenges for the Open Society in Times of Social Media*, PDF, Berkeley Center for Right-Wing Studies, Institute for the Study of Societal Issues.

Eran Fisher, How Less Alienation Creates More Exploitation? Audience Labour on Social Network, *TripleC*, 10(2), May 2012, na stranici: [https://www.researchgate.net/publication/266168521\\_How\\_Less\\_Alienation\\_Creates\\_More\\_Exploitation\\_Audience\\_Labour\\_on\\_Social\\_Network\\_Sites](https://www.researchgate.net/publication/266168521_How_Less_Alienation_Creates_More_Exploitation_Audience_Labour_on_Social_Network_Sites).

Christian Fuchs, Sebastian Sevignani, What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media?, *TripleC, Journal for a Global Sustainable Information Society*, PDF, na stranici: <https://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/461>.

Dirk Helbing, *Digital Fascism Rising?, Can we still stop a world of technological totalitarianism?*, na stranici: <https://www.theglobalist.com/fascism-big-data-artificial-intelligence-surveillance-democracy/>.

Lorimer (1998): Roland Lorimer, *Masovne komunikacije*, komparativni uvod, Beograd: Clio.

Risman, Glejzer, Deni (2006): Dejvid Risman, Nejten Glejzer, Ruel Deni, *Usamljena gomila*, Studija o promeni američkog karaktera, Novi Sad: Mediteran.

Divna Vuksanović

University of Arts in Belgrade

Faculty of Dramatic Arts

Department for Theory and History

## MEDIA, LONELINESS, ALIENATION

*Summary:* The text, from the point of view of media philosophy, considers the topic of loneliness, as well as the related notion of alienation, bearing in mind the context of media-based capitalism. As a consequence of revolutionary changes in the field of communication technology, the problem of loneliness today has taken different forms – it can manifest itself as a kind of “escape” from the world of work and reality, but also as a kind of choice that involves staying in the so-called *virtual space*. Although research studies suggest that, for example, time spent on social networks is correlated with the intensity of feeling of loneliness, online activities partly contribute to the socialization of lonely individuals, by involving them in the interactions of virtual communities. As far as alienation is concerned, its modern forms are no longer exclusively related to the process of material production; today, they have partially moved into the domain of symbol production, where, when it comes to social networks, consumers of content are at the same time producers and distributors (prosumers); and yet, in relation to the mass media, they are subject to a lower degree of alienation, and greater exploitation by megacorporations.

*Keywords:* loneliness, alienation, mass media, social networks, exploitation.





Predrag Terzić, Graz 12, ugljen na papiru, 70x50cm, 2015.



## ВИРТУЕЛНИ ДРУГИ, ДАЛЕКИ ДРУГИ – ИНТЕРПРЕТАЦИЈА РЕЛАЦИЈА У ТЕХНОЛОШКИ ПОСРЕДОВАНОЈ СТВАРНОСТИ

*Айсиџракџи:* Интернет није само комуникациони медиј. Његова идиосинкратичност се огледа у томе што је омогућио конституисање специфичног простора (кибер) који, иако је технолошки посредован, нуди могућност социјалног умрежавања, комуницирања и самоекспресије. Ипак, чини се да у интеракцији са информационо-комуникационом технологијом очекивања многих бивају изневерена. Наиме, осим чињенице да се њеним посредством лакше и брже комуницира (што узрокује компресију времена и простора), долази и до појаве амбивалентних осећања која се изражавају следећим реченицама: „Технологија гута моје време“, „Технологија нас отуђује“, „Технологија ме троши“. Ипак, и поред увиђања да технологија и сурогати реалног живота (виртуелна комуникација, виртуелне релације, виртуелни Селф) не могу да замене живу реч, додир, блискост, интимност, многи савремени појединци и даље интензивно употребљавају своје паметне справе у циљу задовољења социјалних потреба. Терклова (Теркл 2011) сматра „да се плашимо ризика и разочарања која носе односи са другим људима, те зато очекујемо више од технологије, а мање једни од других“. Дакле, од технологије се очекује да супституише оно што особи недостаје и(ли) за шта нема храбрости у реалном животу. Такође, у савременом друштву влада преваленција садржаја који се опажају чулом вида, те је мото *esse est percipi* постао доминантна парадигма према којој савремени појединци усмеравају своје деловање, као и разумевање себе, света и других. Међутим, то води ка површном и баналном закључивању, као и површним и баналним односима чија је крајња последица осећај усамљености.

*Кључне речи:* интернет, технолошки посредована стварност, умрежавање, виртуелне релације, усамљеност.

### УВОД

Савремено друштво, као ниједно пре, почива на технолошком прогресу. Другим речима, сви важни социјални сегменти – културолошки,

политички, економски, привредни, премрежени су и условљени технологијом. Технологијација стварности и појава дигиталног простора утицали су да јасна демаркациона линија између стварног и виртуелног постане све нејаснија. Примамљивост дигиталног света лежи у томе што је он бременит вештачки произведеним сензацијама. То значи да се у оквиру њега лако могу постићи узбуђења за којима човек природно трага. Међутим, овде треба направити разграничење између, с једне стране, узбуђења која настају као резултат продуктивног начина живота – искоришћавања стваралачких капацитета, талената, успостављања блиских и интимних релација које доприносе обогаћивању човековог персоналног света и пренебрегавању неподношљивих и животу угрожавајућих стања – усамљености и изолованости и, с друге стране, оних узбуђења која се релативно лако постижу, имају кратко трајне ефекте, која су вештачки произведена и којима обилује технолошки посредован свет.

Човек је створен да се удружује са Другим. Другим речима, социјабилност је инхерентно својство човека. Само у односу са Другим, он може да расте и да развија своју човечност, што је, уједно, његов фундаментални задатак. Ипак, у савременом, технолошки устројеном свету који истиче индивидуализам, материјално постигнуће и успех као есенцијалне вредности све мање остаје времена за развијање квалитетних, блиских и интимних односа. Међутим, такав однос савременог човека према себи и другима носи своје бreme: осећај усамљености, изолованости, отуђености, социјалне анксиозности, страха од Другог, депресије... Јер, када се Други перципира кроз призму добро познате крилатице „*homo homini lupus est*”, није зачуђујуће што се јавља стрепња, страх и жеља за дистанцирањем, што неминовно води у усамљеност.

## СПЕЦИФИЧНОСТИ ИНТЕРНЕТА КАО МЕДИЈА

Интернет и нове технологије су у толикој мери постале део свакодневног живота да је многим појединцима тешко да замисле и осмисле живот без њих. Омега принцип комуникацијског друштва гласи: било ко може имати приступ било чему, било где, било кад и било како.<sup>1</sup> Развој информационо-комуникационе технологије (ИКТ) условио је настанак медија који је променио дотадашњи начин конзумирања медијских садржаја – интернета. Удруживањем телефона, телевизора и компјутера настале су интерактивне технологије. Њихова значајна

<sup>1</sup> Ф. Бал, *Моћ медија*, Клио, Београд, 1997, стр. 30.

особеност јесте да се било ком садржају, уз одговарајућу технолошку подршку, може приступити у сваком тренутку и на сваком месту. Поред тога, нове технологије омогућавају двосмерну комуникацију, што је условило трансформацију улоге рецепијената. Другачије формулисано, рецепијенти више не представљају пасивне примаоце, већ постају активни учесници и произвођачи медијских садржаја. Зато се нови медији, за разлику од традиционалних, одређују као дијаложке структуре.

У самом зачетку, интернет су могли да обликују само они људи који су поседовали специјализована, високотехнолошка знања. Међутим, проналазак веб 2.0. технологије је омогућио да свако може постасти креатор садржаја, што из корена мења улогу рецепијената и начин употребе интернета. Наиме, како се омасовљавао, интернет је постајао део свакодневних пракси све већег процента људи. У ствари, не би се много погрешило када би се рекло да је интернет премрежио савремено друштво и да оно без њега више не може. Било да пишу или одговарају на мејлове, играју игрице, крстаре виртуелним световима, гуглају информације (*googling*), гледају Јутјуб садржаје (о шминкању, кулинарству, путовањима...), шерују мимове (смешне клипове), постављају селфије, обављају банкарске трансакције, купују онлајн, животи савремених људи (како у развијеним, тако и у неразвијеним деловима света) директно су или индиректно условљени интернетом и новим технологијама. Такође, с правом се може рећи да у савременом друштву влада технолошки императив. Зато се одређена технолошка достигнућа намећу, промовишу и представљају као неопходност, како би што већи проценат људи развио претензије ка њиховом поседовању. Веродостојан пример је ајфон. Према истраживањима тржишта у јесен 2015. године, две трећине америчких тинејџера је имало ајфон, што је отприлике највеће могуће засићење тржишта неким производом.<sup>2</sup>

Јасно је уочљиво да је интернет изменио перцепцију света претворивши га у „глобално електронско село”, да се послужимо сликовитом Меклауновом формулацијом. Интензитет промена који је изазван појавом интернета и пролиферацијом ИКТ је толико велики да их друштвено-хуманистичке науке не могу испратити и објаснити истим темпом којим се дешавају. Такође, снажан уплив интернета у свакодневни живот великог процента људи утицао је да традиционално схваћени појмови – комуникација, социјалне интеракције и идентитет почну да се евалуирају на другачији начин.

<sup>2</sup> Ц. Твенги, *Интернет генерација. Дезорјентисаност деце у дигиталном добу*, Психополитис институт, Нови Сад, 2018, стр. 10.

Интернет је омогућио конституисање виртуелног простора у оквиру кога се дешавају социјалне интеракције, комуницира без обзира на време и место, прате различити медијски садржаји. Иако интернет у самом зачетку није био замишљен као простор за социјално деловање, временом је то постао. Ово је разумљиво из угла човека као друштвеног бића које, свуда где је то могуће, настоји да задовољи своју генеричку потребу – потребу за социјабилношћу и симболичким комуницирањем. Међутим, још једна важна карактеристика коју је омогућио интернет јесте да се социјалне интеракције, праћење и креирање медијских садржаја могу реализовати било када и било где. То значи да конзумирање садржаја посредованих интернетом није резервисано само за слободно време. Једини предуслов за њихову реализацију је постојање адекватне технолошке опремљености. Уједно, то значи да човек има на располагању већи временски опсег за конзумирање садржаја и спровођење активности посредованих новим технологијама. Према Кацеровој, то подразумева да је потребно навићи се „на сталну промену перспективе између виртуелних простора и нашег физички доживљеног света, као и на чињеницу да на интернету можемо да делујемо анонимно, лишени тела и без правог физичког присуства”.<sup>3</sup> Како је технолошки посредована стварност постала свакодневна и учестала пракса значајног процента људи, она је почела да се све више перципира као природно, а не технолошко окружење. Опасност усвајања овакве перспективе лежи у томе што људи технолошки посредовану стварност почињу да доживљавају као место на коме могу да задовоље своје фундаменталне људске потребе (као што је потреба за Другим).

Популаризација дигиталног простора је довела до тога да је јасна граница између виртуелног и реалног све магловитија. То је проузроковало да се од виртуелног света очекује да супституише оно што недостаје у реалном (комуникација, односи, пажња, емоције, самопоуздање...). Уплив интернета у свакодневни живот све већег броја људи мења начин на који се људи повезују, комуницирају, проводе време... Дакле, интернет је утицао да традиционално схваћени појмови 'комуникација' и 'међуљудске релације' доживе другачије интерпретације и концептуализације. Све наведено је постало још израженије са омасовљењем паметних телефона. „Паметне машине” су постале глобално популарне зато што су лако преносиве и персонализоване. Ту лежи добар део разлога због чега се доживљавају као блиске. У том светлу посматрано, оно што изазива истраживачку пажњу јесте како стварање „интимних

<sup>3</sup> К. Кацер, *Сајбер психологија*, Лагуна, Београд, 2019, стр. 12.

релација са машинама”, да се послужимо формулацијом Терклове, утиче на реални живот особе: да ли она занемарује неке важне активности; на њене међуљудске односе; на њен осећај идентитета. У сваком случају, културне промене које су настале услед експанзије ИКТ у највећој мери су утицале на Ај генерацију (они који су рођени од 1995. године). Међутим, оне нису заобишле ни припаднике осталих генерација.

## „НОВЕ ИНТИМНОСТИ СА МАШИНАМА”

Нове технологије дају прилику савременом човеку да се у сваком тренутку и на сваком месту повеже са другим људима, чиме су срушене временске и просторне баријере. Ипак, истовремено, код значајног процента људи јача осећа усамљености, отуђености и изолованости. У том светлу, питање које се намеће је следеће: Да ли људи интензивно користе своје персонализоване технологије како би пренебрегли осећај усамљености, изолованости и изопштености или се осећају усамљени, изоловани и изопштени зато што их прекомерно употребљавају?

Постмодерно доба је обележено јачањем индивидуалистичке идеологије, што је утицало на слабљење традиционалних веза и улога. Иако је савремени човек у постмодерном добу добио више прилика за самоизражавање и развијање аутентичних диспозиција, истовремено је дошло до повећања осећаја усамљености, изолованости и неадекватности. Наиме, Твенгијева износи запажања да су усамљеност, симптоми депресије, налети јаке депресије, анксиозност, самоповређивање и самоубиства у порасту, углавном од 2011. године.<sup>4</sup> Имајући у виду поменута истраживања, разлоге за омасовљење ових појава (усамљености, депресије, самоубиства итд.) би требало потражити у актуелним друштвеним тенденцијама и глобалном систему вредности који, како се може уочити, нису усаглашени са човековим фундаменталним потребама, што за последицу има омасовљење одређених патологија.

Терклова наводи да компјутери изазивају јака осећања, чак и код оних који нису у директном контакту са њима.<sup>5</sup> Ауторка сматра да компјутери представљају „метафизичке” и „психолошке” машине јер оне утичу на наше мишљење о нама самима.<sup>6</sup> Дакле, однос са машином је

<sup>4</sup> Ц. Твенги, *Инијернеј генерација*, Психополис институт, Нови Сад, 2018, стр. 361.

<sup>5</sup> Sh. Turkle, *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, Twentieth Anniversary Edition, The MIT Press Cambridge, Massachusetts, London, England, p. 19.

<sup>6</sup> Исто, стр. 21.

психолошки јер се рефлектује на човекову перцепцију о себи, свету и другим људима. Тиме се не оспорава чињеница да мобилни телефони и интернет могу да буду изванредне технологије када се ради о брзини, ефикасности и приступу стварима које желимо и које су нам потребне, али истовремено оне могу да буду узрочник стреса, анксиозности, незадовољства и могу да промене начин на који се размишља о приватности, социјалним релацијама и демократским праксама.<sup>7</sup> Према Теркловој, људи са својим персонализованим машинама изграђују интимне релације, те тако настају „нове интимности са машинама”. Она истиче да нам технологија помаже да управљамо стресом у животу, али и сама генерише анксиозност.<sup>8</sup> Многи људи изјављују да би више волели да не постоје друштвене мреже и персонализоване технологије (компјутери, таблети, мобилни телефони...). Они се жале да мобилни телефони изазивају у њима осећај узнемирености, али и да не би могли да замисле свој живот без њих.<sup>9</sup> Дакле, људи осећају извесну напетост у присуству ИКТ, што је углавном последица заузимања става „морам у сваком тренутку да имам приступ својим персонализованим технологијама и да видим шта се догађа”.

Осим тога, друштвене мреже су наметнуле императив социјалне пожељности која се мери бројем лајкова, позитивних коментара, виртуелних пријатеља и пратилаца. Зато није ретко да особа, када постави неку слику или објаву, почиње да стрепи како ће она бити перципирана од стране других корисника. Све наведено утиче на повећање унутрашњег притиска и анксиозности. С друге стране, људи осећају да им време у технолошки посредованом свету клизи, те се јавља жал за продуктивнијим, смисленијим и испуњенијим животом. Ипак, многи од њих, и поред јасних емоционалних сигнала: узнемирености и осећаја да „губе време”, настављају по старом. Са појавом интернета и друштвених мрежа, дошло је до појаве феномена познатог као ФОМО (*fear of missing out*), тј. страха да се нешто не пропусти,<sup>10</sup> који представља још једног узрочника анксиозних стања. Дакле, многе особе када немају прилику да буду упућене у дешавања у дигиталном свету почињу да осећају узнемиреност и напетост. Вајдијанатан каже да „нас Фејсбук заокупља као кесица чипса, нудећи честа задовољства ниског интензитета, не за-

<sup>7</sup> J. Hanson, *How Cell Phones and the Internet Change the Way We Live, Work, and Play*, p. 10, 11.

<sup>8</sup> Ш. Теркл, *Сами заједно*, Клио, Београд, 2011, стр. 330.

<sup>9</sup> J. Hanson, *How Cell Phones and the Internet Change the Way We Live, Work, and Play*

<sup>10</sup> Џ. Твенги, *Инџернеј ѿенераѿија. Дезорјенѿисаносѿ геѿе у дѿиѿиѿалном гобу*, Психополис институт, Нови Сад, 2018, стр. 121.

хтевајући да испољимо критичке способности. Понекад се улогујемо из досаде и сат времена касније се питамо где је пролетело време”.<sup>11</sup>

Терклова и Твенгијева заступају мишљење да корисници према технологији заузимају амбивалентан став. Другим речима, људи имају осећај да би њихов живот без технологије био садржајнији и испуњенији, али да ипак не могу без ње. Твенгијева је након испитивања девојчица тинејџерки извела закључак да оне у исто време и воле и мрзе своје персонализоване машине. Оне сматрају да их јурњава за лајковима ментално исцрпљује и да представља губљење времена, али, ипак, то настављају да раде. Ауторка књиге *American Girls: Social Media and the Secret Lives of Teenagers*, Ненси Џо Сејлс (Nancy Jo Sales), то описује на следећи начин: „Девојчице су непрестано у потрази за лајковима и позитивним коментарима на својим страницама, уз константни притисак да поставе своје секси фотографије, јер такве слике добијају највише лајкова”.<sup>12</sup> Тако се ствара психолошки императив: „морам да се свидим својим пратиоцима”.

Људи имају природну потребу за прихватањем. Човек свој идентитет не изграђује у изолацији, већ у интеракцији са другим људима. Другим речима, битан чинилац који учествује у човековом самодефинисању су повратне реакције које он добија од других. Са појавом дигиталног простора и могућности конституисања дигиталног Селфа, долази до повећања броја оних који партиципирају у формирању нечије самопредставе. Међутим, када индивидуа настоји да сопствену вредност изгради на основу броја лајкова у дигиталном свету, она може добар део времена посветити потрази за њима, што је најчешће науштрб неких других активности. Такође, то је добар начин да се упадне у зависност од осећаја који доносе лајкови. Осим тога, могу се јавити и анксиозна стања услед стрепње проузроковане мишљу: „Шта ако почнем да губим пратиоце или не успем да остварим довољан број лајкова?” У том светлу посматрано, претњу представља зависност од туђих мишљења и одобравања, што води робовању туђим очекивањима, као и занемаривању потребе за развијањем аутентичности, јединствености и блиских односа.

У интеракцији са ИКТ, човек лако може запасти у различите заблуде. Терклова износи запажање да адолесценти почињу да уживају у

<sup>11</sup> С. Вајдијанатан, *Анџигрушћивене мреже*, Клио, Београд, 2018, стр. 47.

<sup>12</sup> Џ. Твенги, *Интэрнејт генерација. Дезоријентисаност геце у диџиталном добу*, Психополис институт, Нови Сад, 2018, стр. 74.



таквом осећају – да никада не морају да буду сами.<sup>13</sup> Наиме, довољно је да се посредством својих технологија конектују на мрежу. Јер, дигитални свет представља место где се у било које доба може пронаћи неко ко је спреман да комуницира, флертује, игра игрице, дели личне тескобе... Међутим, то може водити у илузију да присуство Другог посредством технологије значи и истинско задовољење социјалних потреба. У извесном смислу, имајући у виду развојни период адолесцената, који карактерише осетљивост и несигурност, „осећај да не морају да буду сами” може бити користан. Међутим, уколико они почну да се свакодневно навикавају на такав осећај, настојећи да на тај начин компензују потребе које не могу да задовоље у реалности, то може водити ка сајбер-фиксацији. Америчка психолошка асоцијација је дефинисала проблем зависности од интернета као губитак контроле над временом које се проводи на интернету, упркос томе што то оставља штетне последице на стварни живот, као што је случај са персоналним релацијама.<sup>14</sup> Јанг сматра су најподложнији зависном односу од интернета они који пате од депресије, који се осећају усамљеним, који пате од ниског самопоштовања, несигурности, анксиозности, који нису задовољни емотивним односима, послом који обављају, друштвеним животом, они који се суочавају са раком, или имају трајну инвалидност и они тинејџери који имају осећај да их родитељи не разумеју.<sup>15</sup>

Многим људима персонализоване технологије помажу да када се нађу на неком јавном месту пренебрегну социјалну напетост и анксиозност јер имају могућност да одлутају у дигитални свет. Међутим, овакав начин суочавања са личним баријерама представља ескапистички механизам који не води ка стварном превазилажењу личних тескоба. Ипак, чињеница да се особа осећа сигурније у присуству технологије доводи до њене веће везаности и зависности. На тај начин човек лишава себе могућности да коришћењем сопствених способности превазиђе изазове на које наилази у својој стварности.

Један од највећих изазова, хуманистички промишљаних, који настаје у интеракцији нових персонализованих технологија и човека јесте његово дистанцирање од реалног и настојање да се фундаменталне потребе (као што је потреба за Другим) задовоље у дигиталном свету. Али, како је то описао Големан, „колико технологија увлачи људе у виртуелну стварност, толико их умртвљује за оне који су заиста

<sup>13</sup> Ш. Теркл, *Сами заједно*, Клио, Београд, 2011, стр. 330.

<sup>14</sup> J. Hanson, *How Cell Phones and the Internet Change the Way We Live, Work, and Play*, p. 57.

<sup>15</sup> Исто, стр. 59.

близу”.<sup>16</sup> Јер, ако се има у виду да особа издваја добар део свог времена и енергије на активности у дигиталном свету, јасно је да долази до премештања њеног фокуса са реалног на технолошки посредовано. У том случају, може доћи до значајног осиромашења реалног живота и занемаривања његових важних аспеката. Несумњиво је да технологија помаже људима да се повежу. Ипак, питање да ли су комуникација и интеракције посредоване технологијом „праве” је дискутабилно. Големан комуникационе праксе посредоване технологијом назива „назови” комуникација јер смтра да се на тај начин појачава отуђеност људи једних од других.<sup>17</sup> Нове технологије су омогућиле омасовљење још једног феномена, а то је комуницирање које подразумева писање порука (четовање), што је утицало на смањење потребе за разговором. Наиме, све више појединаца се осећа комфорније када куца поруке него када разговара, што може говорити у прилог дистанцирању људи једних од других.

## УСАМЉЕНОСТ – РАСПРОСТРАЊЕНО СТАЊЕ У ПОСТМОДЕРНОМ ДОБУ

Шери Теркл каже да је технологија заводљива када могућности које она пружа подилазе људској рањивости.<sup>18</sup> То значи да технологија ласка људским слабостима, што подразумева да се људи ослањају на могућности и решења које нуди технологија а да притом занемарују коришћење властитих капацитета у циљу превазилажења одређених изазова. Јер, неупоредиво је лакше и „безбедније” комуницирати са неким иза екрана, када не постоји приступ паралингвистичким аспектима. Међутим, опасност лежи у томе што особа може да се „навуче” на праксе посредоване технологијом и да постане зависна од њихове употребе. Дакле, олакшице које технологија нуди могу особу дистанцирати од суочавања са личним баријерама и тако осујетити њену потребу за предузимањем конкретних акција. А акционо деловање представља једини начин да се особа ухвати у коштац са одређеним проблемом и да га на крају превазиђе.

Људи говоре о приступу нету са својих блекберија као о „месту за наду” у животу, месту на коме усамљеност може бити побеђена.<sup>19</sup>

<sup>16</sup> Д. Големан, *Социјална интелигенција*, Геополитика издаваштво, Београд, 2010, стр. 16.

<sup>17</sup> Исто, стр. 15.

<sup>18</sup> Ш. Теркл, *Сами заједно*, Клио, Београд, 2011, стр. 21.

<sup>19</sup> Исто, стр. 23.

Међутим, овде је кључно питање због чега су они дошли у ситуацију да своје персонализоване машине перципирају као једино место за превазилажење осећаја усамљености. Део одговора се може пронаћи у осврту на капиталистички систем вредности који хиперпотрошњу ставља на пиједестал, чиме се подстичу социјална одмеравања и компетитивни дух – „ко има више?“. Тако се из вида губе основни хуманистички постулати о значају и улози Другог у циљу превазилажења најтескобнијих људских осећања: усамљености и изопштености. Наиме, када однос са Другим постане борба за доминацију, моћ, доказивање и показивање материјалних симбола, онда је врло вероватно да ће се особа осећати усамљеном.

Осим тога, добро позната флоскула „Време је новац“ представља мото капиталистичког система. Тиме се инсистира да се време не сме губити и да се оно мора „паметно“ искоришћавати. А из те перспективе, време се „паметно“ искоришћава када се предузимају активности које доносе новац. То значи да се приоритети постављају на основу новчаних добити, а не према фундаменталним људским потребама. У таквом вредносном систему, где је новац основни мотив, брзина, мултитаскинг и ефикасно проналажење решења представљају високо вредноване категорије. Последице усвајања оваквих перспектива су хектичност и конфузија јер се различити аспекти човековог живота преплићу и губе јасна разграничења. Имајући наведено у виду, није тешко разумети због чега све већи проценат савремених појединаца пати од осећаја усамљености. Јер, када јурњава за новцем, брзина и стрес постану доминантне струје, остаје мало простора за блиске, искрене и аутентичне односе. Оваква стања су за човека психички неподношљива, те он покушава да пронађе одређена решења која су често ескапистичка. Рецимо, многи излаз виде у дигиталном свету, чиме се објашњава популарност виртуелних упознавања и сајтова за ту намену. А како истраживања показују, највећи проценат људи који користи сајтове за упознавање јесу људи за које време представља важан фактор.<sup>20</sup>

Чињеница којој сведочи савремени појединац јесте да је дигитални свет постао интегрални део његове стварности. Другим речима, човекове свакодневне праксе често подразумевају боравак у дигиталном простору. Један од изазова са којим се особа суочава уласком у дигитални свет јесте велика циркулација слика које представљају идеализоване представе о животу, успеху и изгледу. Наиме, дигитални свет је богат „унапређеним“ и „побољшаним“ верзијама сопства које појединци

---

<sup>20</sup> J. Hanson, *How Cell Phones and the Internet Change the Way We Live, Work, and Play*, p. 83.

осмишљавају и презентују другим дигиталним корисницима. То значи да уласком у дигитални свет особа има привилегију да се (само)конституише према пожељним друштвеним стандардима. Међутим, честа изложеност посматрању туђих живота, представљених савршеним фотошопираним и исфилтрираним сликама, које циркулишу дигиталним светом, може утицати на повећање личне несигурности и неадекватности. Не треба занемарити чињеницу да је човекова природна потреба да се компарира са другим људима, што је последица његовог генеричког својства – социјабилности. У случају када особа сопствену вредност не изграђује на основу реализације рођењем добијених потенцијала, она је пријемчивија да усваја идеализоване представе које се дисеминирају посредством медија. Такође, такве особе су подложније да упадну у нека непродуктивна стања као што су осећај личне несигурности и незадовољства, појачане рањивости и усамљености, као последице компарирања са идеализованим представама које циркулишу дигиталним светом и усвајања ставова „нисам довољно леп, успешан, богат”. Џенис Витлок је изјавила: „Ако смо желели да створимо окружење за штанцовање заиста несигурних људи, онда смо успели у томе”.<sup>21</sup> Зато, у данашњем свету где многи људи сопствена тела сматрају недовољно добрим јер их упоређују са супермоделима, бодибилдерима, или са људима који имају беспрекорне физичке карактеристике, комуникација која подразумева дистанцу може помоћи да особа осећа мању рањивост уколико је неко одбије.<sup>22</sup>

Терклова је кроз истраживачку праксу дошла до закључка да се људи из виртуелног света враћају разочарани.<sup>23</sup> Дobar део објашњења због чега људе прати осећај разочараности након боравка у дигиталном свету може се пронаћи у очекивањима која људи имају од технологије. Наиме, од технологије се неретко очекује да ће бити адекватан супститут за оно што недостаје у реалном животу. То значи да људи прецењују моћ, улогу и значај технолошких достигнућа. А као што је добро познато, свака нереална и неутемељена процена резултира исходом испод очекивања и разочарањима. Зато, од технологије треба очекивати оно што она може да испуни, а то значи не прецењивати њене могућности. Свако опчињавање и засењивање води у илузије и заблуде, те се неминовно завршава разочараношћу. Са хуманистичког аспекта,

<sup>21</sup> Џ. Твенги, *Интернет генерација. Дезоријентисаност деце у дигиталном добу*, Психополис институт, Нови Сад, 2018, стр. 128.

<sup>22</sup> J. Hanson, *How Cell Phones and the Internet Change the Way We Live, Work, and Play*, p. 84.

<sup>23</sup> Ш. Теркл, *Сами заједно*, Клио, Београд, 2010, стр. 36.

технолошки посредован свет и интеракције које у њему настају не могу да буду замена за стварне и блиске људске интеракције, које имају капиталан значај у превазилажењу осећаја несигурности и усамљености.

Твенгијева сматра да се, откако су смартфон популарни, повећало време проведено испред екрана и да се тиме увећало осећање усамљености.<sup>24</sup> Терклова каже: „Видели смо младе људе како се, док пишу поруке својим онлајн познаницима, осећају више живо када су повезани, а потом дезоријентисано и усамљено када напусте своје екране”.<sup>25</sup> Дакле, један од хуманистичких изазова који је испливао на површину са популаризацијом дигиталног света јесте атрофирање социјалних способности, капацитета и вештина, што се може довести у везу са повећањем усамљености. Јер, неразвијање социјалне компетентности производи унутрашњи осећај нелагодности и неадекватности, што може резултирати осећањем усамљености. Када особа не развија социјалне вештине, она постаје несигурнија и отуђенија. Технолошки посредоване интеракције нуде привид друштвености и повезаности, док, истовремено, расте осећај персоналне дезоријентисаности и усамљености. Према Твенгијевој, паралелно са масовном употребом мобилних телефона, интернета и друштвених мрежа, долази и до смањења потребе за изласцима и виђањима са пријатељима. Тако је анкета која је спроведена међу америчким студентима показала да су студенти 2016. године (на супрот крају 1980-их) проводили четири сата мање недељно дружећи се са пријатељима, а три сата мање недељно на забавама.<sup>26</sup> То показује да за Ај генерацију комуникација посредством Инстаграма, Снепчета, Фејсбука постаје доминантнија форма комуникације у односу на интерперсоналну. А мањеведеног времена у реалним социјалним интеракцијама значи слађење социјалних вештина, емоционалне писмености, здравог самопоуздања и самопоштовања, повећање рањивости и социјалне анксиозности.

Три студије које су спроведене у оквиру друштвене мреже Фејсбук показале су да што више времена особе проводе уз екран, то су веће шансе да се осете нерасположено. Дакле, ове студије указују на то да постоји корелација између временаведеног уз екран и расположења. Поменуто истраживање је обухватало студенте на једном колеџу,

<sup>24</sup> Ц. Твенги, *Интернет генерација. Дезоријентисаност деце у дигиталном добу*, Психополис институт, Нови Сад, 2018, стр. 123.

<sup>25</sup> Ш. Теркл, *Сами заједно*, Клио, Београд, 2011, стр. 358.

<sup>26</sup> Ц. Твенги, *Интернет генерација. Дезоријентисаност деце у дигиталном добу*, Психополис институт, Нови Сад, 2018, стр. 93.

одрасле особе и случајно одабране становнике Данске. Прве две групе су биле контролне и код њих је мерен степен изложености овој друштвеној мрежи. Резултат је показао у обе контролне групе (студенти и одрасли) да што су више времена проводили на Фејсбук, то је њихово нерасположење било веће. Трећа група је била експериментална (случајно одабрани становници Данске) и она је имала задатак да недељу дана апстинира од употребе ове мреже. Епилог је да су се они који су на недељу дана престали да користе ову мрежу осећали срећнијим, мање усамљеним и депресивним него они који су ишли на Фејс као и обично (и то са знатном разликом – 36% њих је било мање усамљено, 33% их је било мање депресивно, а 9% их се осећало срећнијим). Наиме, према резултатима ових истраживања, млади људи који свакодневно иду на друштвене мреже имају веће шансе да кажу: „Често се осећам усамљено“, „Често се осећам неприхваћено“, „Често пожелим да имам више пријатеља“.<sup>27</sup> Дакле, закључак овог истраживања је да оне особе (пре свега тинејџери) које се слабо излажу социјалним интеракцијама, а доста времена проводе у виртуелним световима, имају веће индиције да се осећају усамљено, несрећно и депресивно. Твенгијева закључује и да је донекле нагли и велики пораст депресије изазван тиме што су тинејџери проводили више времена уз екране својих уређаја.<sup>28</sup>

## ВИРТУЕЛНИ ДРУГИ, ДАЛЕКИ ДРУГИ – РАЗЛОЗИ ПРИВЛАЧНОСТИ ВИРТУЕЛНИХ РЕЛАЦИЈА

Према Томићевој, феномен супституције стварних друштвених веза у корист виртуелних, дистанцираних и емоционално „безбедних“ представља једно од суштинских обележја савремености.<sup>29</sup> Један од основних разлога привлачности ових релација лежи у томе што оне делују необавезујуће и неоптерећујуће, те се перципирају као разбрибрига или као добар начин да се „убије време“. Такође, ове релације носе мањи ризик од емоционалног повређивања, те многим изгледају сигурније и безбедније. Осим тога, особа је свесна да може да напусти интеракцију када осети нелагоду, да има простора и слободу да експериментише са својом сексуалношћу и идентитетом, да може истовремено да „одржава“ више паралелних интеракција или да комуницира са више особа у исто

<sup>27</sup> Исто, стр. 103.

<sup>28</sup> Исто, стр. 140.

<sup>29</sup> З. Томић, *News age*, Чигоја штампа, Београд, 2009, стр. 9.

време. Када су овакве интеракције у питању, особе осећају мању напетост јер имају веће могућности да сакрију или закамouflирају одређене аспекте сопствене личности које сматрају недовољно добрим, што их чини сигурнијим и самопоузданијим. Поред наведеног, овакве релације могу бити у служби превазилажења досаде која је последица рутинизираних и механицистичког начина живота.

Дакле, ове релације не подразумевају осећај одговорности за Другог, као што је случај са блиским и интимним релацијама, изискују мања емоционална улагања и носе мањи ризик од емоционалног повређивања. Овакву перспективу ојачава и доминантна културолошка матрица у оквиру које се бол, слабост и патња третирају као непожељни. У ери у којој се широка палета емоција проглашава недозвољеним и где се инсистира на неприродном оптимизму, чему у прилог говори популаризација учења о позитивним мислима, где је срећа императив а несрећа судбина губитника, страх од емоционалног рањавања постаје све распрострањенији. Зато добар део појединаца настоји да пронађе механизме заштите, што су најчешће конформистичка решења. Другим речима, неизвесност и ризици су неминовност човекове егзистенције, што значи да потпуна сигурност није могућа. Дакле, човек мора да се помири са чињеницом да нема моћ да контролише све аспекте сопственог живота, као и да га бежање од патње неће довести до ослобођења од ње. У ствари, настојање да се дистанцирањем и прибегавањем „сигурним” решењима избегну емоционалне озледе ствара озбиљније последице као што су усамљеност, депресија и очајање. Јер, човек никада не може превазићи своје генеричко својство – социјабилност, а да за то не плати високу цену.

Дигитализована пријатељства која се одигравају преко емотиконских емоција, које саме почивају на брзом одговору уместо на рефлексији – могла би их припремити повремено путем ничег вишег од површности.<sup>30</sup> Међутим, иако у одређеним животним околностима овакве релације могу имати оправдање, важно је имати у виду да, дугорочно гледано, оне не могу да испуне човекову фундаменталну потребу за Другим.

Савремена медијска култура у чијем је средишту категорија посредовања а тиме и категорија стварне и симболичке дистанце, не само да обезбеђује/продукује друштвену атомизацију, него на темељу новог умрежавања и стварања виртуелних, омогућава тиху трансформацију

---

<sup>30</sup> Ш. Теркл, *Сами заједно*, Клио, Београд, 2011, стр. 43.



свих Других у *далеке Друје*.<sup>31</sup> Терклова каже да анализа података из 2010. године од више од четрнаест хиљада студената током протеклих тридесет година показује да од 2000. године млади људи извештавају о драматичном опадању интересовања за друге људе.<sup>32</sup> Један од узрока појаве оваквих тенденција може се пронаћи у усвајању технолошког перспективизма где су брзина, ефикасност и мултитаскинг прихваћени као пожељне особине, иако оне могу утицати на инструментализацију човековог духа. Такође, истраживања су показала да они који „упражњавају мултитаскинг на различитим медијима и уређајима слабије памте, теже схватају и емотивно су раздражљивији и импулсивнији”.<sup>33</sup> Мултитаскинг подразумева подељену пажњу. У том светлу посматрано, важно је сагледати како се такве праксе рефлектују на међуљудске релације јер подељена пажња имплицира и атрофирање емпатичких процеса. Другим речима, способност разумевања нечијег унутрашњег света се смањује када особа спроводи више активности истовремено. Големан је истакао да је један од пресудних чинилаца који играју улогу у алтруизму да се одвоји време и обрати пажња, као и да је наша емпатија најјача кад се до краја усредсредимо на некога и тако успоставимо нашу емоционалну петљу.<sup>34</sup> Дакле, да би се оствариле квалитетне, блиске и интимне релације неопходно је постојање емпатије. Из изреченог се може закључити да усвајање технолошких принципа брзине и мултитаскинга има негативне импликације на квалитет међуљудских релација и да води ка њиховој инструментализацији. Де Флер каже да комуникација која је посредована дигиталним медијима индукује једну значајну карактеристику, која се последично рефлектује и на остале социјалне интеракције, а то је десентизација. Наиме, у технолошки посредованом свету је неупоредиво лакше нанети неке емоционалне бол путем вређања и ниподаштавања, управо из разлога што постоји технолошка баријера. Сажетије формулисано, у дигиталном свету не постоји приступ невербалним аспектима друге особе, те се губи осећај да се неке наноси штета. Кацерава сматра да у дигиталном простору „осећај стида нестаје и да се кочнице губе”.<sup>35</sup> Ово веродостојно поткрепљују многи коментари који циркулишу дигиталним светом а који упућују на „језик мржње”. Овакве праксе су последица тога што се на

<sup>31</sup> З. Томић, *Књија о ђушању*, Чигоја штампа, Београд, 2016, стр. 141.

<sup>32</sup> Ш. Теркл, *Сами заједно*, Клио, Београд, 2011, стр. 394.

<sup>33</sup> К. Кацер, *Сајберпсихологија*, Лагуна, Београд, 2019, стр. 26.

<sup>34</sup> Д. Големан, *Социјална интелијенција*, Геополитика, Београд, 2010, стр. 57.

<sup>35</sup> К. Кацер, *Сајберпсихологија*, Лагуна, Београд, 2019, стр. 43.

Другог гледа као на деперсонализовано и инструментализовано сопство, а не као на људско биће.

## ЗАКЉУЧАК

Виртуелни свет је у односу на реални богатији сензацијама и нуди илузију да особа никада не мора да буде сама. Међутим, присуство Другог не значи и истинско задовољење човекове фундаменталне потребе за Другим. О савременим људима Фром износи следећи закључак: „Ми желимо дистанцу, желимо да се познајемо само толико колико је неопходно да бисмо заједно живели, да бисмо сарађивали, да бисмо се осећали безбедно”.<sup>36</sup> У таквим односима који су површни, деперсонализовани, лако раскидиви и емоционално безбедни усамљеност представља неминовност. У њима не постоји истинска заинтересованост за Другог, већ је циљ задовољење тренутних, егоистичних потреба. Тако Други постаје „далеки Други”, инструментализовани објекат, у кога не треба улагати време, енергију и осећања. Њему се приступа према принципима брзе и ефикасне евалуације која подразумева одговор на питање: Да ли задовољаваш моје тренутне потребе? Емоционална улагања и давања се перципирају као ризична и непотребна, те се, са прагматичног аспекта, не види њихов дубљи смисао. Зато се одстрањују као непотребност и проглашавају застарелим. У основи свега је страх од Другог, који је проузрокован нашироко заговараним конформистичким ставом да емоције треба држати под контролом и да им се не треба препуштати, као и наметнутим социјалним комапарцијама које људе усмеравају ка себи (индивидуализам) а удаљавају од других (алијенација). Имајући у виду да су поменута стања неподношљива, многи спас траже у „безбедном” окружењу – дигиталном свету. Ипак, повећање усамљености, депресије и броја самоубистава не улива наду да је решење за проблеме савременог човека пронађено. Чак, можда је и све даље.

## ЛИТЕРАТУРА

Бал (1997): Франсис Бал, *Моћ медија*, Београд: Клио.

Вајдијанатан (2018): Сива Вајдијанатан, *Анџигрушћивене мреже*, Београд: Клио.

---

<sup>36</sup> Е. Фром, *Умеће живљења*, Нова књига Плус, Београд, 2016, стр. 63.

Големан (2010): Данијел Големан, *Социјална интелигенција*, Београд: Геополитика.

Кацер (2019): Катарина Кацер, *Сајберпсихологија*, Београд: Лагуна.

Твенги (2018): Џин Твенги, *Интернет генерација. Дезоријентисаност деце у дигиталном добу*, Нови Сад: Психополис институт.

Теркл (2005): Sherry Turkle, *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, Twentieth Anniversary Edition, Cambridge Massachusetts, London, England: The MIT Press.

Теркл (2011): Шери Теркл, *Сами заједно*, Београд: Клио.

Томић (2009): Зорица Томић, *News age*, Београд: Чигоја штампа.

Томић (2016): Зорица Томић, *Књига о ћушању*, Београд: Чигоја штампа.

Фром (2016): Ерих Фром, *Умеће живљења*, Београд: Нова књига Плус.

Хенсон (2007): Jarice Hanson, *How Cell Phones and the Internet Change the Way We Live, Work, and Play*, Westport, Conn: Praeger.

Jelena Nikolić

PhD student at Faculty of Culture and Media at Megatrend University

## VIRTUAL OTHER, DISTANT OTHER – THE INTERPRETATION OF RELATIONS IN COMPUTER-MEDIATED REALITY

*Summary:* The Internet is not just a communication medium. The most significant idiosyncraticity of the Internet is reflected in the fact that it has allowed the constitution of a specific (cyber) space, which, although computer-mediated, offers the possibility of social networking, communication and self-expression. However, in the interaction with information and communication technology, the expectations of many people seem to be disappointed. Namely, besides the fact that it is easier and faster to communicate with the support of technology (which leads to reduced space and time), people often have ambivalent feelings, usually expressed with the following attitudes: “technology devours my time”, “technology alienates us”, “technology consumes me”. Nevertheless, despite the fact that technology and real life surrogates (virtual communication, virtual self and virtual relations) can not replace live conversation, touch, closeness, intimacy, many individuals continue to intensively use their “smart” devices in order to satisfy their social needs. Turkle (2011) thinks that “we fear the risks and disappointments of relationships with our fellow humans, and that’s why we expect more from technology, but less from each other”. This means that technology is expected to supersede what is missing in real life. In the modern society visual sensations prevail over all the other sensations; therefore, the motto *esse est percipi* has become the dominant paradigm according to which contemporary individuals direct their actions. However, this leads to superficial and banal thinking, as well as superficial and banal relationships, which lead to the feeling of loneliness.

*Keywords:* Internet, computer-mediated reality, networking, virtual relationships, loneliness.

## LEISTUNG

Ciklus radova koji se zove *Leistung*, jeste nastavak ispitivanja povezanosti sporta i umetnosti iz ranijih ciklusa, poput *Nacionalne Službe* i *Elan Vital*. Dok se kod prethodnih ciklusa vodilo računa o dominantnim igračima koji su svojim karakteristikama promenili dalji tok košarke kao igre, preko singularnog momenta koji biva zabeležen (prvo na lentikularima) intervencijama u prostoru različitih gradova u Srbiji, Crnoj Gori i Poljskoj, u novom ciklusu je vodeća linija okrenuta ka mestu dodira.

Dodir poseduje jaku dobro definisanu ulogu unutar košarke i bez tog segmenta igra gubi na značaju. Drugim rečima, dodir koji se putem digitalizacije svodi samo na mentalnu predstavu, unutar košarke ima posebno mesto i biva mesto spajanja, ne samo kod igrača iz istog tima, već i kod protivničkih igrača koji svojom dominacijom i finalnim dodirom uspevaju da artikulišu svoje mesto i značaj na košarkaškom terenu. Scene koje se pojavljuju na crtežima su uglavnom birane da svojom karakterističnom kompozicijom još više naglašavaju taj istinski trenutak patosa, žrtve ili konačnog dodira koji izgublenu utakmicu dovodi do praga uspeha i ulaska u istoriju košarkaškog sporta.

Većina urađenih scena su dosta vezane ili podsećaju na scene raspeća, gde se može videti doza patosa i odricanja, kao i moć vere, koja je karakteristična za doba renesanse. U crtežima iz ciklusa *Leistung*, osim ispitivanja tela i tretiranja tela do njegovih krajnjih granica gde na kraju dolazi i do pucanja određenih ekstremiteta, može se primetiti borba individue ne samo za svoje mesto na terenu, nego i njegova lična borba da opstane u trenucima koji mogu u jednom trenutku biti i fatalni.

Pokušaj da se takvi momenti prikažu, kao i da se zabeleže na adekvatan način, primarni je cilj ciklusa *Leistung*, sve vodeći računa da se crtež osloni na sam trenutak dodira ili bola koji takav susret može izazvati.

## BIOGRAFIJA

Rođen 1972. godine u Beogradu.

Diplomirao i magistrirao na Fakultetu likovnih umetnosti u Beogradu, oOsek slikarstvo. Doktorirao na Interdisciplinarnim studijama teorije umetnosti i medija na Univerzitetu umetnosti u Beogradu. Predaje na Fakultetu za medije i komunikacije, Beograd.

Nakon završetka magistarskih studija počinje da intezivnije izlaže u zemlji i inostranstvu. Radovi mu se nalaze u više privatnih kolekcija u zemlji i inostranstvu. Izlagao na 15 samostalnih izložbi i više od 30 grupnih izložbi u zemlji i inostranstvu (Nemačka, Slovenija, Belgija, Kanada, Austrija, SAD, Italija, Grčka, BiH, Crna Gora, Švedska, Poljska, Rumunija, Bugarska, Kipar, Turska, Moldavija, Albanija).

Пратећа изложба Међународне научне конференције

ФИЛОЗОФИЈА МЕДИЈА: МЕДИЈИ И УСАМЉЕНОСТ

Јагодина-Београд, 12-14. септембар 2019. године









*Ликовни уредник*  
Доц. мр Милош Ђорђевић

*Ликовни њрилози у Зборнику*  
Проф. др Предраг Терзић (са пратеће изложбе Међународне научне конференције Јагодина-Београд, 12-14. септембар 2019. године)

*Технички уредник*  
Владан Димитријевић

*Лекџура, корекџура и ѡревод резимеа*  
Мср Марија Ђорђевић  
мр Драгана Китановић

*Шџамѡа*  
Сиграф, Крушевац

*Тираж*  
150

ISBN 978-86-7604-197-8

CIP - Каталогизација у публикацији  
Народна библиотека Србије, Београд

316.77:004(082)  
316.472.4:004.738.5(082)  
177.8(082)

**МЕЂУНАРОДНА научна конференција Филозофија медија: медији и усамљеност (2019 ; Јагодина, Београд)**

Филозофија медија: медији и усамљеност : зборник радова са Међународне научне конференције, Јагодина-Београд, 12-14. септембар 2019. године / [уредници Дивна Вуксановић ... [и др.]] ; [ликовни прилози Предраг Терзић (са пратеће изложбе Међународне научне конференције Јагодина-Београд, 12-14. септембар 2019. године)]. - Београд : Естетичко друштво Србије : НВО Млади грашак за уметност, културу, медије и друштвена питања ; Јагодина : Факултет педагошких наука Универзитета у Крагујевцу, 2021 (Крушевац : Сиграф). - 183 стр. : илустр. ; 24 см. - (Едисија Посебна издања / [Факултет педагошких наука, Јагодина] ; књ. 26)

Текстови на срп., хрв. и бос. језику. - Текст ћир. и лат. - Тираж 150. - Стр. 5: Уводна реч / Уредништво. - Biografija P. Terzića: стр.180. - Стр. 179: Leistung / Predrag Terzić. - Напомене и библиографске референце уз радове. - Библиографија уз сваки рад. - Summaries.

ISBN 978-86-7604-197-8 (ФПН)

а) Масовни медији -- Интердисциплинарни приступ -- Зборници б) Друштвене мреже -- Зборници в) Усамљеност -- Филозофија -- Зборници

COBISS.SR-ID 32857609

