



Милан Вучковић

ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА

Београд
2022



**УНИВЕРЗИТЕТ УМЕТНОСТИ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ДРАМСКИХ УМЕТНОСТИ**

**УТИЦАЈ ЕКРАНСКИХ МЕДИЈА НА КРИЗУ
У САВРЕМЕНОЈ КУЛТУРИ**

– Модернизам и нова медијска парадигма –

ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА

**кандидат
Милан Вучковић**

**ментор
др Влатко Илић, ванр. проф.**

**Београд
2022**

UNIVERSITY OF ARTS IN BELGRADE
FACULTY OF DRAMATIC ARTS

DOCTORAL DISSERTATION

Candidate
Milan Vučković

Mentor
Professor Vlatko Ilić, PhD

Beograd
2022

САДРЖАЈ

УВОД	8
1. Теоријска упоришта	23
2. Криза културе од ране модерности до појаве екранских медија	43
2.1. Култура као одговор на ситуацију ране модерности	43
2.2. Унутрашња форма културе – вечито кретање ка измичућем мировању	48
2.3. Култура у развијеној модерности – аутономија развоја света ствари као криза културе	54
2.4. Диференцијација и сукоб културног и индустријског принципа	60
2.5. Екрански медији између датости и могућности	64
3. Телевизија – стварност по принципу индустрије	73
3.1. Непрозирност телевизијског екрана	74
3.2. Естетско и просторно приближавање света	81
3.3. Ријалити као чиста телевизија	86
3.3.1. Иреференцијалност ријалитија	88
3.3.2. Ријалити као чист симулакрум	91
3.4. Темељи екранско-медијске посредованости	94
3.4.1. Превазилажење просторне условности комуникације	95
3.4.2. Стапање различитих садржаја	97
3.4.3. Двосмерно генерисање стварности: од екрана и ка екрану	100
3.4.4. Објављивање приватности	102
3.4.5. Екранско-индустријски принцип	103
4. Интернет – деперсонализујућа интерактивност	105
4.1. Култура на интернету као неплаћени рад	105
4.2. Дигитални маркетинг – култура у служби секуларног догматизма	111
4.2.1. Раздвајање креативности од културе	116

4.2.2. Индуковање доживљаја и појавности кризе	119
4.3. Мултимедија и пасивизација превођења	122
4.4. Феномен инфлуенсера – интериоризација алгоритамске логике	126
5. Приказ технохегемоније и корисништва као дисциплинског механизма у серији <i>Црно огледало (Black Mirror, 2011–2019)</i> – епизода <i>Fifteen Million Merits</i>	134
6. Медијска култура и објективација корисника	155
ЗАКЉУЧАК	173
Литература	184

Апстракт

У раду се бавимо проблемом кризе у савременој култури који доводимо у везу са екранским медијима. Кризу у култури препознајемо с обзиром на теоретизацију културе као ситуационо условљеног модалитета односа човека према свету, који се као такав формира у раној модерности и развија се током секуларизације западноевропске цивилизације. Културу третирамо као процес у којем човек изграђујући свет, изграђује сопствени идентитет. У складу са тим, питање кризе у култури у непосредној је вези са питањем кризе човека који као самосвесно, рефлектујуће биће израста из културе.

Основну хипотезу заснивамо на претпоставци да је кључни предуслов културе уочавање света који се човеку указује као страни ентитет што резултира осећањем недовољне припадности свету. Такав осећај раздвојености покреће културу као идејно и практично ангажовање у смеру приближавања човека и света чиме нараста и осећај припадности свету. Уз претпоставку да је доживљај расцепа између човека и света основни предуслов културе, у раду разматрамо ефекте корисништва екранских медија који се односе на немогућност опажања тог расцепа. У основи корисништва екранских медија јесте перцепција тзв. екранске стварности која се доживљава као стварна стварност, док је заправо на делу један специфични, технолошки условљени облик њене репрезентације. У екранској стварности свет се опажа као блискији човеку чиме слаби доживљај света као другости, чиме се отклањају и предуслови за културу.

Рад се води претпоставком континуитета између модерног и савременог доба који се огледа у слободи човека да самостално и слободно изграђује своја мишљења и уверења неограничен оквирима предмодерне трансценденције. Претпоставка слободе човека да у савременим условима мења себе и свет, се, међутим, у раду преиспитује, што доводи до увида да савремено доба, осим континуитета са модерношћу, поприма карактеристике предмодерне уоквирености човека у дати космички поредак, при чему се умањују могућности да се из њега искорачи.

Кључне речи: култура, криза, екрански медији, принцип културе, принцип индустрије, стварност, перцепција, корисништво.

Abstract

In this thesis, we deal with the problem of crisis in contemporary culture, which we relate to the screen media. We recognize the crisis in culture with regard to the theorization of culture as a situationally conditioned modality of man's relationship with the world that arises in early modernity and develops during the secularization of Western European civilization. We treat culture as a process in which a man builds his own identity while building the world. Accordingly, the issue of the crisis in culture is directly related to the issue of the crisis of a man who, as a self-aware, reflective being, grows out of culture.

We base our main hypothesis on the assumption that the key precondition of culture is the perception of the world that appears to a man as a foreign entity, which results in a feeling of insufficient belonging to the world. Such a sense of division drives culture as an ideological and practical engagement in the direction of bringing people and the world closer together, which also increases the sense of belonging to the world. With the assumption that the experience of a split between a man and the world is a basic precondition of culture, in this thesis we consider the effects of screen media consumption related to the impossibility of perceiving that split. The basis of the consumption of screen media is the perception of the so-called screen reality that is perceived as real reality, while in fact a specific, technologically determined form of its representation is at work. In screen reality, the world is perceived as closer to a man, which weakens the feeling of the world as otherness, which removes the preconditions for culture.

The work is guided by the assumption of continuity between modern and contemporary times, which is reflected in the freedom of a man to independently and freely build his opinions and beliefs, not limited by the framework of pre-modern transcendence. The assumption of a man's freedom to change himself and the world in contemporary conditions is, however, reexamined in the work, which leads to the insight that the our age, apart from continuity with modernity, takes on the characteristics of the pre-modern framing of a man in a given cosmic order, reducing the possibilities to step out of it.

Key words: culture, crisis, screen media, principle of culture, principle of industry, reality, perception, usability.

УВОД

Предмет овог рада јесте стање кризе у савременој култури, које се доводи у везу са појавом и утицајем тзв. екранских медија.

У раду ћемо стога нагласак ставити на она гледишта у оквиру друштвено-хуманистичких наука сходно којима се увиђа веза између одређених аспеката развијеног технолошког окружења, и појединих постулата савремене културе, на начин да их актуелни технологијом предодређен глобални амбијент у различитим видовима свог деловања урушава. Такве теоријске оријентације под културом, углавном подразумевају културу у ужем смислу која се често готово изједначава с уметношћу, иако таквом схватању не приступају увек путем појмова (високе) културе и (традиционалне) уметности, већ и посредством одређених елемената који су им структурално припадајући. Говор о аспектима негативног утицаја развијених технологија на културу може, дакле оперисати појмом културе, али може указати и на угроженост њених битних структуралних одредница, на основу чега се може закључити да је и сама култура у једном, у овом раду посебно акцентованом а важном аспекту у кризи.

Неки од важних елемената културе чија се криза наглашава јесу, на пример: 1) *индивидуалност* и *оригиналност* – „У друштву које је аутоматизовано и стандардизовано, подвргнуто формалним правилима, процедурама и културним обрасцима који асимилију индивидуалност, човек је подложен и губитку личног ја, а са њим и свих оригиналних чинова мишљења, сећања, хтења, жеља”;¹ затим 2) *стваралаштво* – „Савремену масовну културу не интересује сам појезис, то јест њен стваралачки карактер и еминентна онтолошка сложеност естетске структуре са загонетном унутрашњом позадином, него она лакоћа једноставне површности, функционална рационалност и непроблематична рецепција и пријемчивост, умјесто естетски и умјетнички продуховљене чулности и саме супстанцијалне рационалности, која проиходи из највишег трансцендентног узлета”;² 3) *рецепција уметничких садржаја* – „[...] савремени [је] човек, не свом кривицом, лишен

¹ Новаковић, М., „Култура чулности у добу технократије”, у *Естетска култура*, ур. Драшкић Вићановић, И. и др., Београд, Естетичко друштво Србије, 2018, стр. 231–232.

² Ђукић, Б., „Декаданција културе, деструкција естетског и естетика”, у: *Естетска култура*, стр. 65–79, 67–68.

иманентне, да не кажем онтолошке потребе за естетском или елитном уметношћу”;³ као и 4) *ауратска уметност, естетска уобличеност, дубина и истанчаност* – „Нагомилавање естетских дражи и утисака, карактеристичних за савремено доба, у директној је спрези с феноменом нестајања културе. Тиме се оно што је естетско, с једне, и наслеђене културалне форме, с друге стране директно конфронтирају – речју, естетски моменти [културе] раде, у ствари, против културе, односно у контрасмеру у односу на њене традиционалне облике појављивања”;⁴ али и 5) *потискивање високе културе* из медијског простора – „Маргинализацији културе значајно доприноси и медијска политика, иако би требало да буде супротно”;⁵ те, 6) *снага и слојевитост афективно-имагинативног замаха* – „Суштина је у томе да је убрзана рационализација свијета живота проведена успоном природне науке и технике, [...] изазвала умножену и дубоку, незаустављиву кризу културе и свијета вриједности у целини, [...] па самим тим и дубоку деструкцију особене, естетске и умјетничке културе”.⁶

Уз начелну сагласност са гледиштима на која смо у најкраћим цртама овде указали, рад се даље усмерава на проблемско продубљивање теме, трагањем за пореклом и генезом уочене кризе у савременој култури која, као да је проузрокована урођеношћу човека у технолошко окружење чији су важан део екрански медији, а са циљем што јаснијег сагледавања проблема, што би требало да допринесе његовом даљем теоријском промишљању. Оправданост за такво усмерење налазимо у томе што су све наведене претпоставке културе уједно и онтолошке одреднице модерног човека као самосвесне индивидуе која се брине за опстанак свој и своје заједнице, у дословном, али и у аксиолошко-квалитативном погледу.

Проблем културе је тако нераздвојив од проблема човека, јер култура управо и јесте идејно-делатно испољавање такве бриге које уједно утврђује и саму људскост као специфичан облик живота. Хосе Ортега и Гасет (Jose Ortega Y Gasset), на пример, одређује човека као биће у непрекидном настајању које не поседује неку супстанцијалну датост,

³ Петровић, С., „Козметичко улепшавање света и аутентично стварање”, у: *Естетска култура*, стр. 43.

⁴ Вуксановић, Д., „Естетска култура и медијска култура“, у: *Естетска култура*, стр. 98–99. Видети и: Драшкић Вићановић, И., „Принцип хуманизма као темељ естетске културе”, у: *Естетска култура*, стр. 55–64, 56–57.

⁵ Ђукић, В., „Живети без културе: Медији и културна политика у Србији”, *Култура*, часопис за теорију и социологију културе и културну политику, бр. 137, Београд, Завод за проучавање културног развоја, 2012, стр. 12–24, 23.

⁶ Ђукић, Б., „Декаданција културе, деструкција естетског и естетика”, у: *Естетска култура*, стр. 71.

већ задобија себе из процеса присвајања себи потенцијално припадајућих својстава. Такав процес перманентног стварања себе као једине извесности којом човек располаже, а која га уједно одређује у његовој бити јесте уједно и Ортегин концепт самог људског *живота*: „То је, дакле, живот, та парадоксална збиља коју чини одлучивање о ономе што ћемо бити – према томе, бивање ониме што још нисмо, почињање будућим битком.”⁷ Овај концепт живота повлачи и концепт културе у којем се она превасходно не вреднује као упућеност у корпус наслеђених културних вредности, већ као низ опредмећених учинака који происходе из живота. Културна традиција се оспорава као вредност по себи, док се култура као скуп опредмећених сведочанстава живота доводи у најтешњу везу са самом суштином човека: „Док је, раније, вредност живота била подређена вредности културе, нова хијерархија која се данас јавља управља се транспозицији ове везе. Сада је живот надређена вредност, која својим једноставним присуством, потискује остало.”⁸

Криза културе би према томе значила да је и сама визија човека, која се развија од почетака европске модерности до данас, у кризи тј. да су данас, посматрано из филозофско-антрополошког угла, када су у питању начини бриге за опстанак, актуелне врло важне промене. У раду смо издвојили екранске медије као доминантне чиниоце технолошког окружења по питању ефективног утицаја на промене које чине предмет овог рада. Иако се у раду креће од претпоставке да су екрански медији ти који стварају специфичан облик кризе, не бисмо могли да кажемо да се криза у култури први пут јавља због екранских медија. Штавише, у раду ћемо настојати да покажемо да проблем кризе у култури датира од самих почетака рађања самосвесне индивидуалности, што се историјски гледано догађа од настанка западно европске модерности са прото-почецима у ренесанси. Како, на пример, Ива Драшкић Вићановић прецизира, указујући на принцип хуманизма као темељан за *естетску културу*:

„Чувена је теза Јакоба Буркхарта да је ренесанса прва модерна епоха, ново време суштински различито од средњег века, због изразитог развоја самосвести која је окосница препознатљивог атрибута ренесансне културе – принципа

⁷ Ortega y Gasset, J. [Ортега и Гасет, Х.], *Што је филозофија?*, Деметра, Загреб, 2004, стр. 258. Уп.: „[...] Човек, дакле, пре свега не поседује ни духовну ни телесну стварност, он је сам себи програм, дакле оно што још увек није, чему тежи.” Ортега и Гасет, Х., *Размишљања о техници*, Дом културе, Градац, Чачак, 1996, стр. 49

⁸ Livingstone, L., „Ortega y Gasset’s Philosophy of art”, *PMLA*, Vol. 32, No. 5, Cambridge University Press, 1952, str. 609–654, 617.

индивидуалности. Акцент на самосвесној индивидуи, личности, је нешто што повезује модерног човека са човеком ренесансе.”⁹

Феномен самосвесне индивидуалности од тренутка свог ситуативно-епохално условљеног настанка запада у различите видове кризе, што ћемо у оквирима рада и предочити; а будући да је она кључна претпоставка културе схваћене у хуманистичко-модерном кључу, исто би се могло рећи и за кризу при чему кризне ситуације у значајној мери проистичу из иманентно-дијалектичког принципа културе. Адорно (Theodor W. Adorno) и Хоркхајмер (Max Horkheimer) сматрају да је само подвођење скупа духовних творевина под кровни појам културе „коју филозофи личности супротстављају помасовљењу”¹⁰ противно култури, јер се таква пракса темељи на принципу индустријске специјализације: „Данашње естетско варварство допуњује оно што прети духовним творевинама већ све време откад се удружују у културу и неутрализују. Говорити о култури одувек је супротстављено култури. Заједнички именованитељ култура већ садржи оно захватање, каталогизирање, класификовање којим култура ступа у царство администрације.”¹¹ Након аналитичког приказа облика кризе у култури кроз историју, посветићемо се тумачењу кризе у савременој култури, у оном делу у којем се она да довести у везу са утицајем екранских медија, мапирајући тачке континуитета и дисконтинуитета са претходећим облицима кризе.

Наша основна хипотеза јесте да је узрок кризе у савременој култури у недостатку опажања структурално-конститутивне кризе као њеног покретачког елемента, као и да је такво неопажанье доминантно генерисано екранским медијима. Сматрамо да је криза у култури у смислу опадања културног сензибилитета, те скрајнутости културе на периферију личног и друштвеног живота, последица изостанка доживљаја кризе као индивидуалног, иницијалног доживљаја света који покреће културу.

Како бисмо појаснили ово полазиште, неопходно је најпре појаснити шта подразумевамо под два кључна појма – појмом културе и појмом кризе, као и природу

⁹ Драшкић Вићановић, И., „Принцип хуманизма као темеље естетске културе”, стр. 57. Уп.: Берђајев, Н., *Савремена криза културе (крај Ренесансе)*, Дом, Ниш, 1990.

¹⁰ Адорно, Т. и Хоркхајмер, М., „Културна индустрија”, у: *Студије културе*, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 66–99, 75.

¹¹ Исто, стр. 74 и 75, ако делимо ово мишљење, сматрамо да се дијалектичност културе не исцрпљује у говору у култури као посебном сектору, већ да је сам принцип културе подложен преокретању у своју супротност, што ћемо у раду касније образложити.

њихове конститутивно-структуралне спреге, а затим и шта подразумевамо под екранским медијима.

Иако је култура један од честих предмета истраживања у оквирима друштвено-хуманистичких наука, око његове јединствене дефиниције до данашњег дана није постигнута сагласност о чему Дин Дуда (Dean Duda) пише:

„Штовише, унутар сваке поједине хуманистичке дисциплине постоје озбиљни пријепори око тога што се све покрива термином „култура”. Будући да не постоји једнозначна и усуглашена употреба, термин је, тврди Џон Хартли [John Hartley], мултидискурзиван, што значи да може бити „мобилизиран у мноштву различитих дискурза”.¹²

Иако нисмо лишени претензија да што је могуће обухватније дефинишемо културу, свако одређење појма је ипак ограничено, те представља један од могућих приступа самом феномену културе. Аутори на које се претежно ослањамо и чије увиде по питању културе интерпретирамо и контекстуализујемо у оквиру теме рада, јесу Хосе Ортега и Гасет¹³ и Георг Зимел (Georg Simmel).¹⁴ На ове теоретичаре модерности упућујемо, јер су обојица суштину културе видели, уз акцентовање различитих аспеката културе, у превладавању расцепа између света и индивидуе која се у том свету затиче, односно у доживљају егзистенцијалне кризе проистекле из таквог расцепа. Криза не може, уколико се ради о култури, бити превладана пуком социјализацијом, односно успешним прилагођавањем важећим друштвеним нормама већ индивидуалним захватом над објективном стварношћу као отвореним проблемом на који се, како истиче Ортега и Гасет, одговара индивидуалним херменеутичким и стваралачким напорима:

„Све што представља друштвену улогу настало је као стваралачки пут одређеног појединца. Али у томе јесте проблем! Од тог облика живота, који је један човек

¹² Дуда, Д., „Надзирање значења: што је култура у културним студијама”, *Реч*, No. 64/10, Фабрика књига. Друштвено ангажовано издаваштво, Београд, децембар 2001, стр. 235–252, 236.

¹³ Видети: Ортега и Гасет, Х., *Медитације о Кихоту*, Матица српска, Нови Сад, 2000; исти, *Размишљања о техници*; исти, *Што је филозофија?*; исти, *Побуна маса*, Дом културе, Чачак, 1998; исти, *Посматрач*, Слио, Београд, 1998; исти, *The Dehumanization of art and other essays on art, culture, and literature*, Princeton University press, 1968.

¹⁴ Simmel [Зимел], Г., *Контрапункти културе*, Наклада Јесенски и Турк, Хрватско социолошко друштво, Загреб, 2001; исти, *Филозофија новца*, Издавачка књижевница Зорана Стојановића, Сремски Карловци–Нови Сад, 2004.

створио и судбински следио, остало је нешто налик на љуштуру из које је ишчезао делотворни лични садржај.”¹⁵

Сви видови мисаоног и практичног деловања у оквиру расположивих социјалних сфера – уметности, политике, права, философије, науке, књижевности, и др. – подводе се тиме под појам културе, под условом да се кроз сваку од тих области тежи надилажењу дисциплинарне самодовољности ка стваралачкој визији садржајније и богатије стварности у односу на постојећу. Освешћивање себе и света као супротстављених другости у којима је уједно замeтнут потенцијал њиховог измирења јесте доживљај културно покретачке кризе који је уједно и предуслов и саставни елемент аутентичне културе у чему Зимел уочава парадокс:

„Парадокс културе је у томе што субјективни живот којег осјећамо како непрекидно тече и који сам по себи тјера на своје унутрашње довршење, уопће не може до тог довршења, проматрано са стајалишта идеје културе, доћи из самога себе него једино преко оних творевина које су му сада постале посве формално стране и кристализирале се у самодовољне целине. Култура настаје и то је напосто битно за њезино разумијевање тако што се споје два елемента од којих је ни један не садржи сам за себе: субјективна страна душе и објективан духовни производ.”¹⁶

Овакав приступ култури је радикално виталистички, јер се култура схвата не као један од сектора у оквиру друштвене стварности, већ као сам аутентични облик живота који намеће егзистенцијално-епохална ситуација.

Теоретичари на које се ослањамо реферишу на ситуацију модерности, коју одликује отвореност света као хоризонта могућности које нису одраз неког трансцендентног тоталитета, у односу на који се друштво вредносно оријентише, што је, како то истиче Јохан Хујзинга (Johan Huizinga), било карактеристично за средњи век:

¹⁵ Ортега и Гасет, Х., *Посматрач*, стр. 17.

¹⁶ Зимел, Г., „Култура ствари и култура људи”, у: *Контрапункти културе*, стр. 23–50, 27.

„Животне и друштвене облике човек оставља да буду оно што јесу, али иде за тим да их прожме трансцендентним моралом.”¹⁷

Модерни свет, пак, услед стања отворености, уместо да се уподобљава неком замишљеном некадашњем свету, настаје у слободним стваралачким пројекцијама, због чега се култура испоставља као природан, нужан одговор на модерну ситуацију. У ситуационо-респонзивној нужности култура није нешто што се бира или одбацује слободном вољом. То што, међутим, културу нормативно диференцира од неког другог вида животног става и деловања јесте приступ датим околностима као нечему што није постојало одувек, на начин природне датости, већ је створено и због тога подложно сталној вредносној реevaluацији чији исход зависи од субјективног погледа на свет.

Надаље, оно што нормативно разликује културу од пуке социјализације јесте управо конфронтација субјективности са традираним вредностима у којој се оне не узимају као нешто чему се по инерцији уподобљава и на тај начин заузима друштвено легитимна позиција, већ се вредности преиспитују са становишта њихове виталности у времену које тече и сходно променама које доноси.

Могли бисмо стога рећи да култура подразумева рефлексивно бдење над објективном стварношћу које може исходovati проценом да одређени скупови наслеђених културних вредности нису адекватни данашњем духу времена, због чега призивају на реинтерпретацију, реконтекстуализацију и евентуално нове пројекције других друштвено-културних вредности: „Свијет самог себе не објашњава: напротив кад се теоретски нађемо пред њим дат нам је само проблем.”¹⁸ Управо такав доживљај истовременог друштвено-институционалног важења одређених вредности, а уједно њиховог отуђења од живота, генерише осећај кризе, на начин да се друштвено системска регулатива, у коју спада и културна традиција, чини превазиђеном, отуђеном и недовољно респонзивном на дух времена који тражи нове или бар делимично измењене друштвено-вредносне структуре света на шта, у свом тумачењу Ортегиног концепта културе указује Френсис Вебер (Frances Weber).

¹⁷ Хојзинга, Ј., *Јесен средњег века*, Матица српска, Нови Сад, 1974, стр. 48.

¹⁸ Ортега и Гасет, Х., *Што је филозофија?*, стр. 18.

„Култура није пука одвојена и изолована реалност; као дехуманизована област људске егзистенције, она стоји супротстављена појединцу: сваки човек мора имати то у виду, и преобразити је у личну ствар на исти начин на који се односи према природним феноменима и даје им смисао.”¹⁹

Тежња да се ослободи проток духа времена на начин који би подразумевао да се кроз различите врсте људских делатности пројектују нове околности, које би му биле адекватне, јесте процес културе. Притом, да би се тај процес отиснуо потребно је опажање кризе као несасгласја индивидуалних и заједничких потенцијала у датим околностима и оних сегмената тих околности које такве потенцијале спутавају. Овде се, међутим, не ради о апологији дисконтинуитета, већ о узимању у обзир одређених наслеђених културних вредности које се, спонтано у времену, могу препознати као још само по инерцији опстајуће, док у стварности губе на својој виталности и сврсисходности.

Одговарање на кризу није никада потпуно, јер стваралачки нагон никада не може у потпуности одредити сопствени израз. Другим речима, иако се изражавање кроз ствари може разумети као нужност културе, јер проистиче из осећаја страности објективне стварности, те из потребе да се такав осећај превлада, то се ипак, према схватању Зимела у потпуности не постиже са одређеним изразом:

„Вибрирајућем, неуморном животу, на било који начин стваралачке душе, који се развија у безграничност, супротставља се њезин чврст, идејно непромјенљив производ с неугодним повратним дјеловањем фиксирања те животности, што више њезина укрупњавања; често се чини да стваралачка кретања душе умиру у својем властитом производу.”²⁰

Дакле, криза, заправо, никада не може да нестане, што је и чини покретачком силом културе. Конститутивна криза се дакле јавља услед сусрета са светом као нечим страним, утолико што се он указује као нешто још увек неоткривено, те тако призива субјективност на откривање, при чему се такав процес откривања, односно културе, изнова понавља због немогућности тоталног одређења субјективног израза.

¹⁹ Weber, F., „An approach to Ortega's idea of Culture: The concept of literary genre”, *Hispanic review*, Vol. 32, No. 2, University of Pennsylvania Press, 1964, str. 142–156, 149.

²⁰ Зимел, Г., „Култура ствари и култура људи”, стр. 28.

Главну хипотезу, као што смо навели, заснивамо на претпоставци да је опажање такве за културу структурално-конститутивне кризе у ери екранских медија у квалитативном (појединачни корисник екранских медија) и квантитативном смислу (број корисника) у великом интензитету и обиму онемогућено, те да то за последицу има запреку културе у смислу одигравања самог њеног процеса. Другим речима, наше разумевање кризе у култури као ефекта свеprisутности екранских медија, односи се с једне стране на изостанак опажања кризе као иницијалног покретача културе који онда, с друге стране, доводи до специфичне кризе као регресије саме културе. У најкраћем, основну хипотезу бисмо могли да изразимо и на следећи начин: кључни узрок кризе у савременој култури јесте у кризи кризе коју генеришу екрански медији.

Појам екрана у теорији је углавном коришћен у оквиру студија филма и њему сродних жанрова попут, данас све популарнијих ТВ серија.²¹ У складу са тим, појам екранских медија претежно се односи на екстензију студија филма у ужем смислу, како на проучавање наративно и визуелно сличних жанрова – ТВ и WEB серија, видео-игара итд., тако и на трансмедијално трансформисање наративно-визуелних формата премештањем у други жанр и/или променом медијске платформе.

„Шири појам трансмедијалност реферише на трансмедијално приповедање као основни процес творбе свет[ов]а приче постављајући комплементарне појмове проучавања света-као-приче и приче-као-света. Пренос са једне на другу платформу реконструише и мења сам наратив – новом верзијом и у новомедијском руху – који твори мултиверзум тј. универзум састављен из мноштва светова.”²²

Жанровско трансформисање и медијско премештање прича у којем оне превазилазе медиј за који су изворно прилагођене, постаје предмет проучавања студија филма, при чему се у обзир узимају и екрански медији путем којих се одвија процес наративно визуелне екстензије и трансформације.

„Студије филма у епохи нових медија, дакле, анализирају приповедање свет[ов]а приче [storyworld], у којем еродирају границе медија, култура и текстова спајајући

²¹ Видети: Даковић, Н., „Филмски и други екрани”, у: *Студије филма и екранских медија : Србија 3.0*, ур. Даковић, Н., Филмски центар Србије, Београд, 2019, стр. 9–38.

²² Исто, стр. 23.

филмске и ТВ екране, екране компјутера и или мобилних телефона и коначно екран ума [...].”²³

Студије филма (и екранских медија), дакле, приступају екранским медијима као платформама за које се производе и преко којих се пласирају, пре свега, садржаји фикције. Ти садржаји се трансмедијално укрштају у оквиру филмске, телевизијске, *web* и гејминг продукције.

Екранске медије у овом раду третирамо у ширем смислу, доводећи их пре свега у везу са феноменом екранског корисништва и његових социјалних, психолошких и антрополошких последица. Иако је и за овакав приступ екранским медијима, област фикције којом се претежно баве студије филма несумњиво важна, с обзиром да фикција јесте један од заступљенијих видова медијског простора, у раду ћемо се већим делом бавити кориснишвом екранских медија у које не потпада филмска и серијска продукција, већ непосреднији начини употребе екранских медија у сврху информисања, маркетинга и живота на друштвеним мрежама. Фикција ће повремено бити узета у разматрање у мери у којој, заједно са осталим садржајима са којима дели медијски простор, утиче на губљење перцептивног разликовања екранске и екрански непосредоване стварности као и у одабраној студији случаја, где се у анализи телевизијске серије која проблематизује тематику изложену у раду, потцртавају и продубљују претходно изнети увиди.

Атрибут *екрански* односиће се пре свега на уланчаност медија у процес формирања једног комуникацио-перцептивног оквира²⁴ стварности као последице упоредног процеса дигитализације и друштвено-медијске конвергенције.²⁵

²³ Исто.

²⁴ При употреби речи *оквир* овде имамо на уму пресек семантичког слоја појмова екран и оквир. Екран је у материјалном смислу, између осталог, уоквирена површина. У пренесеном смислу реч је о уоквирености екрански приказаног садржаја у режим медијске репрезентације која битно утиче на перцепцију самог садржаја. „Визуелни медији користе блискости појмова екрана, оквира (слике, фотографије, кадра), огледала (медији функционишу као прозор у свет или огледало света) [...]” Исто.

О оквиру као суштински одређујућем структуралном елементу екрана Лев Манович (Lev Manovich) пише: „Визуелну културу модерног доба од сликарства до филма, карактерише интригантан феномен: постојање другог виртуелног простора, другог тродимензионалног света затвореног оквиром и смештеног у нормалан простор. Оквир одваја два потпуно различита простора који некако коегзистирају. Овај феномен је оно што дефинише екран у најопштијем смислу или, како ћу га ја назвати 'класичан екран'.” Манович, Л., *Метамедији*, Центар за савремену уметност, Београд, 2001, стр. 12.

²⁵ Видети: Мартиноли, А., „Конвергенција и дигитализација медија – нове улоге публице и медија”, у: *Медијски дијалози*, Vol. 4, No. 2, Подгорица, Елит – Економска лабораторија за истраживање транзиције, 2011, стр. 7–22.

Како то примећује Ана Мартиноли, савремени процес конвергенције с једне стране односи се на конвергирање традиционалних и нових медија, а с друге на друштвени аспект конвергенције који проистиче из првог:

„Конвергенција медија је синтагма која се све чешће среће у савременим теоријама медија, док сви активно укључени у медијску продукцију схватају да нове технологије доносе нове изазове традиционалним медијима управо кроз укрштање, спајање, стварање једног новог, над-медија.”²⁶

„И док брига о техничко-технолошком аспекту конвергенције подразумева бригу о квалитету слике, брзини преноса података, брзини *download*овања фајлова и слично, много већу бригу и интересовање изазивају друштвени аспекти конвергенције – конвергенција ће изменити начин на који се информишемо, забављамо, користимо своје слободно време, трошимо новац, али и начин на који опажамо нашу околину, друштво, начин на који размишљамо и реагујемо на политику, догађаје, друге културе.”²⁷

Чвориште друштвено-медијске конвергенције, којим ћемо се у раду бавити, јесте поменути комуникационо-перцептивни оквир који детерминише епохално специфичне модалитете савременог односа човека према себи, свету и другима, а који се успоставља различитим видовима екранског корисништва, сходно чему се опредељујемо за причу о екранским медијима уместо, нпр. о екрану као хипотетичком синониму за такав оквир.

У складу са тим, историјски гледано, као први екрански медиј означавамо телевизију, с обзиром да се тек њеном експанзијом примећује ефективан и глобално распрострањен утицај медија на стварност на начин да телевизијска репрезентација стварности није само један у низу могућих модалитета њеног приказивања, већ се сама стварност генерише медијском репрезентацијом. Овакав ефекат телевизије у теоријским круговима је довео до запитаности о могућности уочавања границе између *стварне* и могли бисмо рећи екранске стварности.²⁸ Разлог за разматрање телевизије као првог

²⁶ Исто, стр. 11 и 12.

²⁷ Исто, стр. 13.

²⁸ Видети: Андерс, Г., *Свет као фантом и матрица*, Прометеј, Нови Сад, 1996; Auslander, Ph., *Liveness/Performance in a mediatized culture*, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, 2008; Бодријар, Ж., *Симулакруми и симулација*, Светови, Нови Сад, 1991; Бодријар, Ж., *О Завођењу*, Подгорица, Октоих, 1994; Вуксановић, Д., *Филозофија медија*, Чигоја штампа, Београд, 2008; Илић, В., „Медији –

екранског медија видимо, такође, и у ефектима перцепције телевизијских садржаја које можемо уочити и у корисништву других екранских медија који долазе након телевизије – умрежених рачунара, мобилних телефона и сличних екранских уређаја. Полазимо, дакле од претпоставке да почевши од телевизије, својства екрана, која Лев Манович (Manovich) наводи у свом делу *Метамедији*, нарочито када је реч о перцепцији,²⁹ нису више ефективна само у једном издвојеном временском периоду у којем се екран посматра, већ да се перцепција савремене стварности доминантно одиграва посредством екрана путем масовног корисништва екранских медија, те да корисник данас није периодично, већ перманентно изложен екранским ефектима чиме се екранска слика стварности опажа као сама стварност.

Настојаћемо да упоредо са специфичним видовима корисништва различитих екранских медија, покажемо да они, у мери у којој утичу на другачије саморазумевање човека у савременом технолошки посредованом свету, јесу варијације које на различите начине доводе до истог или сличног ефекта.

За појам – екрански медији опредељујемо се, дакле, из следећа два разлога:

- 1) Различити видови екранског корисништва, проистекли из употребе различитих медија, које анализирамо с обзиром на њихов утицај на савремени друштвено-менталитетски амбијент, условљени су употребом личних уређаја којима је екран основни кориснички интерфејс.
- 2) Друштвено-технолошка конвергенција путем различитих видова екранског корисништва креће се у правцу екранизације, тј. уоквиривања стварности у један комуникационо-перцептивни оквир, због чега су медији *екрански* утолико што генеришу и подупиру овај процес.

безумље – забава”, у: *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, Београд, Естетичко друштво Србије, 2021, стр. 115–129.

²⁹ „Екранска слика стреми потпуној илузији и визуелној пуноћи, док је гледалац замољен да одбаци неверицу и да се идентификује са сликом. Иако је екран у стварности само прозор ограничених димензија, постављен унутар физичког простора гледаоца, овај гледалац би требало да се у потпуности концентрише на оно што види кроз прозор, фокусирајући пажњу на репрезентацију и не обазирјући се на физички простор изван екрана. Екран је пре агресиван него неутралан медиј презентовања информација. Његова функција је да филтрира, заклони, присвоји, чинећи непостојећим оно што се налази изван његовог оквира.” Манович, Л., *Метамедији*, стр. 13.

У раду ћемо настојати да докажемо главну хипотезу рада показујући на које све начине екрански медији одлажу и отклањају доживљај структурално-конститутивне кризе, путем чега ћемо на једном ширем плану мапирати и неке од основних тачака епохално-ситуационе диференцијације савременог доба у односу на доба модерности. С обзиром на изложени предмет рада и нашу основну хипотезу, главне методе које ћемо користити јесу теоријско-спекулативна метода, затим анализа и синтеза, као и компаративни метод, при чему ће посебан део рада бити посвећен темељној анализи једне епизоде серије *Црно огледало*,³⁰ као студији случаја.

У првом поглављу биће наведени теоријски оквири на које рад реферише као и приказ двадесетовековних релевантних теоријских разматрања која су за предмет узимала феномене културе и кризе као међусобно саодређујуће, као и оних теорија масовних медија, нарочито телевизије,³¹ усредсређених на проблем разликовања стварности и медијске слике стварности. У наставку ћемо на основу наведених теорија медија назначити и оквирно интерпретирати друштвено-психолошке моменте који проистичу из савременог екранског корисништва, да бисмо на крају објаснили на који начин примењујемо теорије конститутивне спреге културе и кризе на проблем кризе у култури проузроковане екранским медијима.

У другом поглављу детаљније образлажемо и интерпретирамо референтна теоријска полазишта која се тичу одређења појма културе, крећући се кроз историјски период од почетака европске модерности до времена експанзије масовних медија, пре свега радија и телевизије, мапирајући притом облике кризе у култури. Ово поглавље ће садржати компаративну анализу предмодерних епоха и модерности и биће закључено анализом проблема перцепције медијске слике стварности као природне датости.

Са становишта утицаја на кризу у савременој култури којој се приступа из оквира оцртаних у претходном поглављу, треће поглавље обрађује телевизију као одговарајућу

³⁰ Серија *Црно огледало* је ТВ серија у продукцији платформе Нетфликс која се емитовала у шест сезона у периоду од 2011. до 2019. године. По структури она припада антологијској серији у којој се епизоде не надовезују на претходне, већ је свака од њих засебна целина. Серија припада жанру научно-фантастичне дистопије. Начелно, серија обрађује негативне последице развијене технологије по човека и друштво. Епизода *Петнаест милиона мерита* је друга епизода прве сезоне и бави се укрштањем феномена екрана, контроле, надзора, ријалитија, онлајн идентитета, рада и забаве.

³¹ Као што смо на почетку назначили, телевизију посебно издвајамо као први екрански медиј и то не само у хронолошком смислу, већ и због тога што телевизија производи ефекте опажања екранске стварности као објективне, на начин који увиђамо и у корисништву осталих екранских медија, што ће у раду бити детаљније обрађено.

првој етапи историје екранских медија у којој се кристалишу неки од основних видова екрански посредованог општења и њихових ефеката који претрајавају и у ери интернета и савремених екранских уређаја. Ефекти телевизије биће појединачно наведени и анализирани у потпоглављима, да би се у закључном потпоглављу апстраховали најважнији учинци телевизије који се могу уочити као актуелни и након појаве и експанзије интернета и њиме располагајућих екранских медија.

Четврто поглавље за предмет има интернет и разматра новине у екранском посредовању које доносе различити видови интернет корисништва са тежиштем на дигиталном маркетингу, мултимедији и друштвеним мрежама. Основну нит поглавља чини испитивање утицаја (интер)активног корисништва, затим прикупљања, сортирања и употребе података у сврху конструисања „идентитетски конститутивне” онлајн видљивости а у контексту разматрања кризе у савременој култури.

Пето поглавље посвећено је студији случаја – анализи епизоде *Петнаест милиона заслуга (Fifteen Million Merits)* антологијске серије *Црно огледало (Black Mirror, 2011–2019)*. Епизода је одабрана из два разлога. С једне стране, у њој се у дистопијском маниру обрађује и сликовито показује проблематика коју у раду обрађујемо. Ова епизода приказује свет који архитектонско-регулационом структуром и карактеризацијом његових становника упечатљиво дочарава наличје технологије и екрана, при чему се посебан акценат ставља на технохегемонијску апсорпцију радикалног отпора репресији који се експлоатише као сензационалистички медијски садржај, чиме се учвршћује технократски тоталитарни поредак. С друге стране, уколико *Црном огледалу* приступимо као продукту медијске индустрије, аутоиронијски захват на који указујемо, само додатно потврђује нашу полазну хипотезу.

Шесто поглавље коцентрише се на проблем објективације човека као последице екранско-медијског корисништва. Овде се на основу претходних разматрања ефеката екранских медија сублимира обрађивана проблематика у закључку да је криза у савременој култури у фундаментално-онтолошком аспекту резултат десубјективације човека који престаје да буде онај који опажа, тумачи и ствара свет, градећи уједно тиме и сопствени идентитет, да би посредством корисништва екранских медија постао онај који је надгледан и тумачен чиме доспева у ситуацију својствену предмодерним епохама.

Заједно са закључним разматрањима, рад би требало да доприносе промишљању екранских медија и њихових ефеката на кориснике отварањем нових теоријских перспектива које се надовезују на теоријску традицију у којој се наглашава примат самих медија над њиховим садржајем (Меклуан /Marchall McLuhan/, Китлер /Friedrich Kittler/, Флусер /Vilem Flusser/). На начелној равни то би требало да допринесе саморазумевању човека у глобалним савременим околностима с обзиром на то да су екрански медији њихов важан конститутивни део. У ту сврху теоретизација културе у овом раду, ослања се на ону теоријску традицију у којој се преко појма културе захвата и сам човек, односно људски живот у свом фундаменталном аспекту.

1. Теоријска упоришта

Још од доба ренесансе европска цивилизација кренула је путем прогресивног технолошког развоја који с временом све више добија на замаху. Све убрзанији темпо технолошког напретка и глобалног ширења имплементације високо развијених технологија једна је од најјучљивијих равни континуитета европске и светске историје од почетака европске модерности до данас. Технолошки раст и примена иновација које он доноси постају друштвене чињенице, далеко пре него што се критички испитају могуће реперкусије њиховог уплива на општу корист или штету за поједнице и друштво.³²

Током нововековне европске историје, а посебно крајем деветнаестог и у првој половини двадесетог века, у теоријским расправама се све више разрађују тачке неподударности између напредовања човечанства на технолошком плану и развоја различитих људских потенцијала у технолошки развијеном животном окружењу.³³ У теоријским разматрањима ове неподударности извођени су закључци да технолошки напредак не повлачи аутоматски напредак човечанства, већ то чини само условно, уколико се наспрам технологије заузме критичка дистанца у циљу регулације њене употребе у смеру личне и друштвене сврховитости. Уколико изостане проблемски приступ високо-технолошким феноменима, стварају се, штавише, услови за регресију човечанства, слабљењем когнитивних, афективних и физичких капацитета који атрофирају услед навикнутости на технолошка помагала.³⁴

³² Уп.: Берђајев, Н., *Царство духа и царство ћесара*, Светови, Нови Сад, 1992. и Китлер, Ф., *Оптички медији*, Факултет за медије и комуникације, Београд, 2018.

³³ У теоријској разради ове неподударности истичу се припадници тзв. франкфуртске школе, посебно Адорно и Хоркхајмер. Уп.: Адорно, Т. и Хоркхајмер М., „Културна индустрија”, и Маркузе, Х., *Човек једне димензије*, Веселин Маслеша, Свијетлост, Сарајево, 1989.

³⁴ Позивајући се на Фројда (Sigmund Freud), Фридрих Китлер наводи пропорционално нарастање људских капацитета, уз подршку технолошких апарата, и њиховог опадања онда када се човек поново ослони на своје природне предиспозиције. У наредном наводу Фројд апарате назива „помоћним органима”.

„У спису *Нелагодност у култури* Фројд је изнео веома драстичну формулацију [...] такозвани модерни човек је: 'поставио тако рећи нека врста протетичког бога, заиста величанствен када укључи своје помоћне органе', али такође и веома бедан без њих, будући да они 'нису с њиме срасли'.” Китлер, Ф., *Оптички медији*, стр. 24.

На трагу ових размишљања Николај Берђајев (Николай Бердяев) инсистира на разлици између цивилизације и културе,³⁵ где прву одређује степен технолошке развијености, а другу способност да се према технологији и друштвеним околностима уопште заузме критички однос, што подразумева солидно познавање религијских, филозофске и уметничке традиције на основу којих се може обезбедити стајна позиција за рефлектовање садашњости и пројекције будућности. Хипотетички, једно друштво може бити цивилизацијски напредно, а културно назадно и обрнуто, а може и на оба нивоа бити напредно или слабо развијено.

Један од темељних чинилаца савременог технолошког окружења јесу медијско-информационе технологије чији видови употребе и њихови социјално-психолошки ефекти чине питање неподударности између цивилизацијске и културне развијености актуелним на глобалном плану. У брзини и лакоћи имплементације екранских паметних уређаја у свакодневицу савременог човека и заступљеност њихове употребе могли бисмо уочити наставак давно примећеног тренда заостајања осмишљавања личне и друштвене сврховитости употребе развијених технологија.³⁶

Овај рад у начелу има за циљ да да допринос критичком разматрању оних аспеката ситуације савременог човека у коју нас је поставио утицај који на наш лични и друштвени живот врше екрански медији. Рад би требало да пружи увид за даље промишљање овог проблема, тј. успостављање стајне критичке позиције наспрам корисништва екранских медија у које смо уроњени, са које се могу разматрати алтернативни модалитети употребе медија са становишта њихове користи за појединце и заједницу. Оправданост за такво

³⁵ „Цивилизацијом је потребно означавати више колективно социјални процес; културом пак више индивидуални процес који иде у дубину [...]. Цивилизација означава виши степен објективације и социјализације; култура је пак повезана са личношћу и духом. Култура означава обраду материјала актом духа, победу форме над материјом.” Николај, Б., *О човековом ропству и слободи : оглед о персоналистичкој философији*, Логос, Београд, 2020, стр. 116.

О разлици између цивилизације и културе Френк Рајмонд Ливис (Frank Raymond Livis) пише: „Цивилизација и култура постају супротни појмови. Не само да су данас моћ и ауторитет одвојени од културе, него су и неке од најдобрамернијих забринутости за цивилизацију склоне да, свесно или несвесно, буду крајње неповољне по културу.” Ливис, Ф. Р., „Масовна цивилизација и мањинска култура”, у: *Студије културе*, стр. 43–50, 49.

³⁶ Својевремени доживљај убрзања времена као последицу техничког напретка приметио је својевремено Берђајев уз констатацију да такво убрзање отклања могућност саморефлексије: „Власт технике има још једну, за човека веома тешку, последицу на коју његова душа није довољно припремљена. Долази до страшног убрзања времена и брзине коју човек не може достићи. Ниједан тренутак није вредност за себе, он је тек средство за тренутке који следе. Од човека се тражи невероватна активност од које он не може да дође себи.” Берђајев, Н., *Царство духа и царство ћесара*, стр. 32.

настојање видимо у савременом јачању везаности за екран, које у великој мери онемогућава да екранске медије сагледамо као нама спољашњи феномен са сопственим закономерностима које битно утичу на степен наше аутономије као појединаца и социјалних бића. Дивна Вуксановић, нпр., увиђа проблем немогућности преиспитивања појава у свету медија са становишта традиционалне етике:

„Не само да основна етичка питања, у покушају примене на укупни свет медија, делују анахроно, делимично или потпуно неапликативно, већ је како се чини, етика као теоријска рефлексија индивидуалног (грађанског) морала, постала посве излишна у настојању да протумачи вредности и поруке проистекле из домена појава медијске културе.”³⁷

За потребе мапирања и анализе одабраних својстава екранских медија и ефеката њиховог коришћења, надовезаћемо се на сегменте одређених теоријских промишљања из прве (Георг Зимел, Хосе Ортега и Гасет) и друге половина двадесетог века (Гинтер Андерс /*Gunther Anders*/, Маршал Меклуан, Вилем Флусер, Фридрих Китлер, Жан Бодријар /*Jean Baudrillard*/, Даглас Келнер /*Douglas Kellner*/), која тематизују дијалектички однос између културе и кризе с једне, као и проблем демаркације између света медија³⁸ и стварности, с друге стране.

Иако поменуте теоретичаре културе и медија дели један кратак али у погледу другачијих друштвено-историјских околности значајан временски период и третирање различитих предмета анализе (Зимел и Ортега се у првој половини двадесетог века баве релационо-реверзибилним односом феномена културе и кризе, док се друга група теоретичара у нешто каснијем периоду бави претежно анализом електронских масовних медија и последица њиховог коришћења) сматрамо да њихови увиди у немалом броју ставки кореспондирају, те да се њиховом упоредном интерпретацијом и синтезом може

³⁷ Вуксановић, Д., *Филозофија медија 2, Онтологија, естетика, критика*, Факултет драмских уметности, Институт за позориште, филм, радио и телевизију, Чигоја штампа, 2011, стр. 110 и 111.

³⁸ Појмом – свет медија Влатко Илић именује атмосферски специфично поље у којем се одигравају сложени односи између корисника, медијских садржаја и технологије: „Свет медија би пре требало мислити као поље многоструких односа између корисника медија, али и медијских садржаја, као и технологије саме (оне опажљиве, попут хардвера, али и нематеријалних софтверских операција), затим различитих грана медијске индустрије, те капитала, експерата и тд.” Илић, В., „Медији – безумље – забава”, стр. 118. Илић наглашава да је потребно разумети свет медија као засебан свет што би: „[...] омогућило уочавање веза између разноликих појава, карактеристичних за савремено доба.” Исто, стр. 117.

успоставити полазишна методолошка оптика за проблемски приступ теми овог рада. У наставку ћемо зато указати, у основним цртама, на контекст у коме делују наведени аутори, као и на кључне увиде изложене у њиховим делима.

Време развијене европске модерности³⁹ препознато је у одређеним научним круговима тога времена као доба кризе. Унутар тих кругова поједини мислиоци⁴⁰ третирали су, између осталог, проблем кризе преко промишљања појма културе. Култура овде није тематизована искључиво као култура у ужем смислу која се пре свега односи на традиционалну уметност, мада ни уметност није искључивана из разматрања. Разлог за темељно промишљање културе проистакао је у великој мери из тадашњег друштвеног раслојавања, те поделе на масе и индивидуалистички профилисане елите.⁴¹ Оно чиме се елита легитимисала и диференцирала од маса које тада ступају на историјску сцену, јесте управо култура која се углавном схватала као скуп ваљаних општеприхваћених конвенција друштвеног општења, као и солидна упућеност у културно-уметничку традицију.

Френк Рејмонд Ливис констатује да су штампа, радио и филм довели до опадања укуса и критичких капацитета просечног грађанина у односу на претходне епохе, а да критичари, способни да комуницирају са културно-уметничким тековинама постају мањина чији утицај кроз посредовање између уметничких дела и шире публике све више слаби:

„Можда је неспорно да је радио, као и филм, у пракси углавном средство чисто пасивне разоноде и да активну рекреацију, нарочито активно коришћење духа чини

³⁹ Историјски период европске модерности у ширем смислу траје од ренесансе до постмодернизма, док се у ужем смислу он односи на период друге половине 19. и прве половине 20. века.

⁴⁰ Зимел почетком двадесетог века пише: „Ствари које предметно испуњавају и окружују наш живот, справе, прометна средства, производи, знаности, технике, умјетности неизрециво су култивирани, али култура појединаца, бар у вишим сталежима, нипошто није напредовала у једнакој мјери, што више у много чему је назадовала.” Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 52.

Јелена Ђорђевић закључује да је од почетка модерног доба стање културе која се везује за „оно најбоље што је човечанство створило”, за интелектуалну префињеност и моћ знања који успостављају поредак заснован на правди, грађанском моралу и поштовању разума.” Ђорђевић, Ј., увод у: *Студије културе*, стр. 11–34, 14, из различитих теоријских перспектива препознавано као стање кризе узроковано друштвеним променама које је донела индустријализација. „Све у свему, од почетка модерног времена култура је у кризи. Она, заправо прати промене у самом ткиву друштва. Због тога је култура непрекидно проблематизована, а појам културе постаје нужно аналитичко оруђе за разумевање многоструких промена у савременом друштву.” Исто, стр. 16.

⁴¹ Видети: Ортега и Гасет, Х., *Побуна маса*.

тежом. [...] критична, зрела публика је, дакле, заиста малобројна: они су незнатна мањина, способна да се стара сама о себи [...].”⁴²

Културна елита се, дакле препознаје као супротност „необразованој” маси коју карактерише, елитистички гледано, конзумација плитких, забавних садржаја који се за масу производе, креирајући кроз процес производње и потрошње масовно, непросвећено друштво.⁴³

Иако, према увидима Ортеге и Гасета, масе јесу симптом кризе европског друштва, основ за овакво разумевање маса не почива на претпостављеном недостатку оних знања и друштвених конвенција који су својствени елитама, већ у природи става према сопственим животним околностима. Проблем држања према сопственом друштвеном и културном окружењу не огледа се превасходно у ниском степену познавања тековина тзв. високе културе, нити у нпр. експертском знању из неке специфичне области.⁴⁴ Стога, нису само масе те које испољавају симптом кризе, већ то могу бити и нпр. интелектуалне елите које само номинално носе епитет културног грађанства. Поменуто пожељно држање према животним околностима које се састоји у отворености и вољи за њихово непрекидно преиспитивање, што Ортега између осталог у свом делу *Посматрач* објашњава на примеру разлике између аутентичног интелектуалца и интелектуалца као друштвене улоге, и интелектуалним елитама суштински недостаје.

„Интелектуалац о коме ће се овде говорити није „писац”, нити „научник”, ни „професор” ни „филозоф”. Све су то називи занимања, односно професија, то јест

⁴² Ливис, Ф. Р., „Масовна цивилизација и мањинска култура”, стр. 53–50, 47 и 48.

⁴³ Уп: Арнолд, М., „Култура и анархија”, у: *Студије културе*, стр. 37–43. Напомињемо да су неки аутори неговали сасвим другачији приступ по питању тзв. масовне културе, попут рецимо Мишела де Сертоа (Michel de Certeau) који у потрошњи види модел отпора капиталистичком систему. Уп.: Де Серто, М., „Проналазак свакодневног”, у: *Студије културе*, стр. 232–246. Треба такође нагласити и начелну теоријску оријентацију Студија култура, у основи усмерену на критику критике масовне културе. Уп.: Ђорђевић, Ј., увод у: *Студије културе*, стр. 11–37.

⁴⁴ У својој анализи Ортегиног дела *Побуна маса*, Џефри Клајв (Geoffrey Clive) пише: „У скалду са чињеницом да термин 'маса' готово непоромењиво надилази социо-економске границе, Ортега у својој *Побуни маса* види човека-масу као психолошког типа који се ништа мање не појављује међу физичарима и уметницима него међу руководиоцима, техничарима и неквалификованим радницима.” Clive, G. „Revolt of the Masses' by Jose Ortega y Gasset”, *Daedalus*, Vol. 13, No. 1, Twentieth – Century Classic Revisited, 1974, str. 75–82, 76 i 77.

друштвених улога, јавних профила које појединац прихвата и који човеку док их обавља не гарантују ни најмању аутентичност неспутане интелектуалне вокације.”⁴⁵

Сходно оваквом полазишту Ортега истиче како „Интелектуалац стално, хтео он то или не, руши и поново ствара све што се налази у његовом окружењу [...] сваки пут присуствује рађању ствари и први им даје благослов да буду оно што јесу. Он иде из изненађења у изненађење. Његова свакодневица сачињена је искључиво од изненађења.”⁴⁶

Претпостављена културна супериорност елитâ је, сходно томе, у великој мери резултат легитимације диференцирања од маса, док у погледу сврховитости поседовања знања и културне сензибилности, а када је реч о промишљању, очувању и евентуалном преображавању друштва и света у ком се партиципира, оне остају слабо или нимало искоришћене. Потенцијал културе је тиме сведен на алатку класног диференцирања, без друштвено виталистичке функционалности. Другим речима, а сходно схватању Ортеге и Гасета, с једне стране се налазе масе незаинтересоване за културу, а с друге стране културно сензибилисане елите којима је култура превасходно у функцији сопственог статусног самоодржања.

Свеукупно гледано, општи утисак о европском друштву који је код многих мислилаца оног времена преовладавао, јесте да је без обзира на то да ли се ради о масама или елитама, дошло до слабљења виталности европског човека у смислу његове сензибилисаности за свет у коме живи.⁴⁷ Свет се, на извештан начин, опажа као запостављен, било услед незаинтересованости маса заробљених у рутини у којој се смењују рад (углавном физички у оквиру индустријских погона) и забава у слободно време,⁴⁸ било од стране грађанских индивидуалаца који делују у дисциплинарно раздвојеним подручјима фондираним специјалистичким знањима не преиспитујући њихову општу сврховитост и смисао. У таквим приликама познавање високе културе остаје самосврховито класно обележје, уместо да подстиче на проактивно држање у

⁴⁵ Ортега и Гасет, Х., *Посматрач*, стр. 17.

⁴⁶ Исто, стр. 23.

⁴⁷ Један од врло утицајних мислилаца који је писао на ову тему јесте Фридрих Ниче (Friedrich Nietzsche). Ниче, Ф., *С оне стране добра и зла; Генеалогичка морала*, Дерета, Београд, 2003.

⁴⁸ „Забава је продужетак рада у у словима позног капитализма. Забаву тражи онај ко жели да путекне механизованом радном процесу да би му изнова дорастао.” Адорно, Т. и Хоркхајмер, М., „Културна индустрија”, стр. 78.

сопственим околностима зарад одржавања, уређивања и преображавања животног амбијента у циљу проточније и плодније друштвене комуникације и доприноса добробити за појединца и друштво.⁴⁹

Индустријализација и усавршавање машинско-производних технологија створили су нове услове, сходно којима се организовао друштвени живот у односу на доба које претходи модерности, док се култура третираола као област привилегованих слојева недовољно или сасвим неусредсређена на реконтекстуализацију живота у новонасталим околностима. У основи критике културе, као рубно-декоративне сфере друштва о којој је овде реч, је утисак о недовољној виталности и ефикасности културе у модерности, што се да довести у везу и са поимањем тога шта култура јесте. Темељно преиспитивање самог значења појма, почивало је на уочавању и теоретизацији међуусловљености између историјских контекста и културних артефаката, путем праћења настанка историјски контекстуализованих творевина културе што је у исходу имало различито схватање тога шта културе јесте, у односу на оно што се, у то време, под културом претежно подразумевало.

Обрт на који указујемо у приступу култури као предмету теоријског разматрања по страни је остављао класификацију објеката (као културних производа), сходно којој би се поједини од њих прогласили вредним, а други искључили из поља културе. Наместо тога, тежиште се ставља на културу као процес, пре свега индивидуалних рационално-афективних кретања и на специфично држање према животним околностима.⁵⁰ На подручју уметности, као интегралног дела културе, код Ортеге и Гасета, на пример, теоретизације су уместо естетичког, пре социолошко-антрополошког карактера, те је

⁴⁹ Због све дубљег урањања европских наука у сопствене епистемолошке оквире, које због недостатка самокритике губе везу са пулсирањем света и живота, Едмунд Хусерл (Edmund Husserl) изриче чувени позив за враћање самим стварима, а Ниче увиђајући испражњеност културе од виталне енергије каже: „Најпре ми поклоните живот, па ћу вам ја из њега, такође, створити културу.” Јевремовић, П., „Хришћанство и култура”, у: *Источник*, часопис за веру и културу, год. 11, бр. 41, Књижевно друштво Писмо, Земун, Сремски Карловци, 2002, стр. 38.

⁵⁰ Видети: Зимел, Г., *Контрапункти културе* и Ортега и Гасет, Х., *Медитације о Кихоту*. Теорија културе Ортеге и Зимела у аспекту ситуативно условљеног личног одговарања на сопствене околности умногоме је блиска егзистенцијалистичкој филозофији Карла Јасперса (Karl Jaspers). Уп.: Јасперс, К., *Филозофија*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци, 1989. и Копривица, Ч., *Филозофија ангажовања*, Завод за уџбенике, Београд, 2014.

повремена анализа одређених уметничких дела рађена, између осталог, у сврху огледног доказивања теоријских претпоставки о култури као таквој.⁵¹

Овакав теоријски интерес за културу имао је за крајњи циљ разумевање порекла уочене кризе. Наиме, претходно уобичајен однос према култури за собом је повлачио пасиван, неделотворан став у погледу изналажења начина за надилажење кризе. Уместо заштите и неговања наслеђених, канонизованих културних вредности, правац за излазак из кризе, сходно наведеним теоријским оријентацијама, требало би тражити у оригиналном, стваралачком одговору на кризу унутар светскоисторијских околности, где културно наслеђе треба да послужи као подстицај и оријентир, а не да буде само себи циљ. Због тога се инсистира на кризи као неизоставном структурално-конститутивном покретачком чиниоцу културе, који услед субјективног осећаја света као извора nelaгоде и стрепње, генерише потребу за његовим преуређивањем, преображавањем и рекреирањем. Кризу која се опажа стога треба схватити као подстицај, а не као препреку за стварачко деловање у култури.

Инсистирање на значају анти-конформистичког става који се формира посредством повратне спреге између рефлексивне над датим околностима и афективног опажања кризе као основног предуслова културе, јесте разлог нашег надовезивања на ове теорије, с обзиром да је наша хипотеза да у савременом контексту управо корисништво екранских медија ствара конформистички уподобљавајуће-социјализујући менталитет у неупредиво јачем интензитету него што је то био случај у модерно доба. Социјализујуће прилагођавање екранским видовима општења које се наизглед догађа спонтано, с обзиром на приручност мобилних телефона у данашњој популацији од најранијег узраста, удаљава нас од могућности успостављања стајне тачке са које би се екрански медији могли промишљати као један засебни феномен. Уместо тога, остаје се у границама екранског корисништва, са малим изгледима да се те границе уоче и превазиђу. Инертно урањање у екранску стварност које притом често има стимулативни ефекат, јер нуди сталну могућност прибежишта из непосредног окружења у свет забавне екранске интеракције,

⁵¹ Уп.: Ортега и Гасет, Х., *Медитације о Кухому*; Livingstone, L., „Ortega y Gasset's Philosophy of art”; Shin, Un-Chol, „Ortega's Concept of Artist”, *Journal of Aesthetic Education*, Vol. 20, No. 3, University of Illinois Press, Fall 1986, str. 19–29; Weber, F., „An approach to Ortega's idea of Culture: The concept of literary genre”; Ayala, F., „Ortega y Gasset, Literary critic”, *Critical Inquiry*, Vol. 1, No. 2., University of Chicago, 1974, str. 395–414.

одвија се спонтано, без претходне одлуке да се испрати неки конкретан садржај. Потрага за конкретним стимулишућим садржајима често долази након посезања за екранским уређајем. Екранско корисништво, не само да одвраћа од непосредног окружења изван екрана, већ отежава разликовање света медија и спољног света који се, према Фредрику Џејмисону (Fredric Jameson) стапају у хипер-простор: „Хипер простор”, сходно Џејмисоновом мишљењу, као такав „превазилази моћи људског тела да се лоцира, опажајно организује непосредно окружење и когнитивно мапира место у спољњем свету које се може мапирати.” Заводљивост екрана и његово стимулативно дејство одређује како проводимо наше слободно време, у којем би се услед изостајања конкретне заокупљености радом могло контемплирати о себи у датим околностима, чиме нас удаљава од могућности уочавања кризе, па самим тим и културе.

Експанзија медија масовне комуникације, пре свега радија и телевизије, током друге половине 20. века, увела је у теоријске расправе додатна питања, при чему су поједини теоретичари изводили закључке о радикалним променама човечанства на културно-антрополошком нивоу, претежно изазваним ефектом електронских масовних медија. Тежиште промишљања културе се, са претпостављеног контаминирајућег снажног уплива маса с једне стране, и високе културе као пуког дистинктивног обележја виших класа, с друге, помера на проблем диференцијације саме стварности од медијски посредоване стварности. Стварност се у све већој мери доживљава као већ интерпретирана путем медија, чиме се додатно увећава проблем мисаоног, афективног и делатног окретања ка медијски посредованом свету, што би, према претходно наведеним теоријским увидима било фундаментално усмерење културе. Проблем изостанка рационално-виталистичког захвата над стварношћу, препознат у модерности пре експанзије медија масовне комуникације, пре свега радија и телевизије, бива потиснут проблемом препознавања саме стварности и раздвајања њеног медијски фабрикованог одраза, о чему су писали Андерс и Бодријар (Jean Baudrillard). Уз то, екранским медијима посредована стварност појављује се као улешанија и пријатнија чиме се смањује субјективни отпор према свету.

Са технолошким развојем и појавом нових платформи које називамо друштвеним мрежама, медији почињу да се препознају као нешто много више од средстава

комуникације,⁵² што је изворно била њихова намена, док се у културно-антрополошком кључу уочава њихов снажан утицај на људску природу, те антиципацију симбиотичког срастања човека и медија, што можемо на ширем плану посматрати као вид срастања машина и људи чију хибридну структуру Дона Харавеј (Donna Haraway) назива киборгом: „Сви смо ми на крају двадесетог века, у нашем митском времену, постали привиђења: теоризовани и исфабриковани хибриди машине и организма: укратко постали смо киборзи”.⁵³ Упућеност, на пример, на телевизију, која како то каже Андерс, испоручује фабриковану стварност у кућу,⁵⁴ услед близине и сугестивности за последицу има пробијање мембране субјективности, чиме на извешан начин постаје део ње, онемогућавајући успостављање дистанце према медијима као нама спољашњем феномену који се као такав дâ критички перципирати. Маршал Маклуан сликовито описује медије називајући их људским продужецима: „[...] the personal and social consequences of any medium – that is, of any extension of ourselves – result from the new scale that is introduced into our affairs by each extension of ourselves, or by any new technology.”⁵⁵ Са појавом и равојем интернета до данас, маклуановски речено, срастање човека и медија попримило је неупоредиво веће размере.

Песимистички теоријски увиди подстакнути деловањем телевизије често су имали карактер прогностичке спекулације, доводећи често до пароксизма антиципиране последице деловања медија који у реалности можда и нису били толико опипљиви и очигледни. Ипак, изведени закључци, проистекли из темељне анализе тада актуелног стања ствари, послужили су као основа будућег теоријског занимања за медије. Гинтер Андерс, рецимо, експлицитно назива свој приступ антрополошком разматрању човека у доба треће индустријске револуције, када радио и поготово телевизија заузимају централно место, прогностичком херменеутиком,⁵⁶ наглашавајући тиме да је његов рад великим делом усмерен на оно што ће на основу тренутне ситуације тек наступити у будућности.

⁵² Уп.: Manovich, L., „The Practice of Everyday (Media) Life”, www.manovich.net, приступљено 17.11.2008.

⁵³ Харавеј, Д., „Манифест за киборге”, у: *Студије културе*, стр. 604–640, 606.

⁵⁴ Видети: Андерс, Г., *Свет као фантом и матрица*.

⁵⁵ McLuhan, M., *Understanding media/ The extensions of man*, The MIT Press, London and New York, 1994, стр. 9.

⁵⁶ Андерс, Г., *Застарелост човека*, Нолит, Београд, 1985.

Маклуанова опсервација о медијима као продужецима људских чула, мада се интенционално није односила на будућност већ на актуелност, можда и није могла бити толико очигледно разумљива у случају нпр. телевизије, али данас, када се људи физички – визуелно, аудитивно и тактилно не одвајају од тзв. паметних телефона, она не звучи више као суптилна метафора изведена из истанчаног теоријског промишљања већ као очигледна, опипљива чињеница.

Одавно се говори о млађим генерацијама као о дигиталним домороцима⁵⁷ који стасавају уз технолошке уређаје и често, од најранијег узраста, паралелно са учењем матерњег језика овладавају вештином коришћења дигиталних алатки. Неуролошке последице и психосоматски процеси⁵⁸ који се јављају услед фреквентног коришћења различитих опција које нуде тзв. паметни уређаји, како код млађих тако и код средњих и старијих генерација, увелико су предмет научних проучавања.⁵⁹

Гравитирање ка екрану на који су људи упућенији него на друге људе, са развојем и експанзијом интернета посебно добија на интензитету, захваљујући све развијенијим модалитетима мрежне егзистенције.

На пример, још осамдесетих година прошлог века Андерс говори о заводљивости тзв. *ТВ лица*, водитеља забавних програма и звезда телевизијских сапуница, која због свог неубичајеног начина полустварног, а полуимагинарног, а могли бисмо рећи *екранског* присуства у кућама гледалаца назива „фантомима”,⁶⁰ као о узроку породичних конфликта насталих због упада чланова породице у простор и време које је један од њих резервисао

⁵⁷ Видети: Palfrey, J., Grasser, U., *Born Digital: understanding the first generation of digital natives*, Basic books, New York, 2008.

⁵⁸ Позивајући се на Вирилија (Paul Virilio), Дивна Вуксановић и Драган Ћаловић наводе медицински појам *пикнолепсије* који означава стање ума слично оном које се јавља током епи-напада, углавном карактеристично за доба детињства и адолесценције, „а симптоме ове болести чине многобројни, краткотрајни прекиди свести што се понављају по стотинка пута у једном дану”. Вуксановић, Д. и Ћаловић Д., „Критичке референце: један поглед на индустрију забаве и производњу досаде”, у: *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, стр. 157–165, 164. Вуксановић и Ћаловић доводе пикнолепсију у везу са савременим медијским корисништвом: „Ова врста напада, односно упада несвесног у стандардни ток (само)свести као да представља ону спону свести и несвесног која је, у ствари, резултат медијског посредовања и схематизовања; поготово у домену забаве детињег и адолесцентског типа.” Исто. Видети: Ferguson, C.J. (Ed.), *Adolescents, Crime, and the Media, A Critical Analysis*, , Springer-Verlag, New York, 2013.

⁵⁹ Видети: Ferguson, C.J. (Ed.), *Adolescents, Crime, and the Media*.

⁶⁰ „Као што смо пронашли, остаје оно нешто човеку у кућу емитовано онтолошки тако двозначно да нисмо могли да одлучимо о питању да ли треба да га огласимо за присутно или одсутно, за стварно или за сликовно. Ми смо том двозначном због тога да ли сопствено име и назвали га 'фантомом'”. Андерс, Г., *Свет као фантом и матрица*, стр. 72.

за пријатно „дружење” са својим омиљеним фантомом.⁶¹ Додатно, Даглас Келнер увиђа могућност да ће захваљујући самодовољности стимулације телевизијским садржајима, људи сасвим остати по страни од друштвено-политичких збивања, која се по природи ствари одигравају изван приватног животног простора. Говорећи о медијима Келнер наводи да „и само њихово постојање може да исцрпи политичку енергију, и доведе до тога да људи остају потпуно затворени у свом кућном свету забаве, далеко од разуздане гомиле и средишта политичке акције.”⁶²

У периоду о којем је овде реч, дејство „малих екрана” већ је имало ефекат компензације за социјални живот гледалаца унутар „њихова четири зида“. Међутим, по изласку из куће људи су ипак били слободни од екрана. Данас се, било да се човек налази код куће или у јавном простору, преко екрана мобилног телефона неупоредиво чешће комуницира и то не само унилатерално, као што је углавном био случај са нпр. телевизијом, већ и интерактивно, непрестаном разменом и дељењем мултимедијалних садржаја путем профила на друштвеним мрежама, уз сталну везаност и заинтересованост за „живот” својих умрежених онлајн налога. Сусрети уживо постају нераздвојиви од онлајн комуникације, или бар теку паралелно са њом. Чак и ако неко нема креиране профиле на друштвеним мрежама, екран стално привлачи кориснике као извор најновијих информација и за њим се посеже независно од тога да ли је корисник тренутно сам или у друштву.

Уколико је замајац технолошког напретка, између осталог, довео теоретичаре културе и уметнике до запитаности над тим шта је стварније, оно што се, на пример, емитује на телевизији или сама стварност – чини се да је данас јаз између реалности посредоване и непосредоване медијима све теже и уочити. Констатација да се поједини видови учешћа и општења у умреженом медијском простору или комуникације осећају „стварнијима” у односу на модалитете бивања у свету уживо, данас губи призив преурањеног и пренаглашеног препознавања света као технолошки развијене дистопије.⁶³

⁶¹ Видети: Андерс, Г., *Свет као фантом и матрица*.

⁶² Келнер, Д., *Медијска култура : студије културе, идентитет и политика између модернизма и постмодернизма*, Слио, Београд, 2004, стр. 27.

⁶³ Позивајући се на Аусландера (Philip Auslander), Влатко Илић наводи његов појам живост (liveness), преко којег се успоставља дистинкција позоришта у односу на сличне технологијом детерминисане уметности попут ТВ драме. *Живост* подразумева доживљај који се ствара у непосредном технолошки посредованом

Новоуспостављен језик – *прегледи* и *лајкови* на популарним друштвеним мрежама, попут инстаграма и тик-тока, коментари и расправе поводом мултимедијалних објава на интернет порталима, стална доступност и могућност одабира најразличитијих садржаја у сваком тренутку, повлаче читав један агрегат људских потенцијала – афективних, мисаоних, стваралачких, који се проживљавају једнаким, ако не и израженијим интензитетом као и у ванмрежној, тј. *офлајн* сфери. Удобна и безбедна позиција скривености иза екрана омогућава ону врсту обраћања која се у непосредном разговору уживо уопште или ретко кад користи.

Савремени човек као да симултано води паралелну *онлајн* и *офлајн* егзистенцију, уколико је такво раздвајање још увек могуће направити, пошто је приметна све заступљенија пракса да се активности које се одигравају ван мреже документују и објављују на зидовима или у причама мрежних налога. Сада већ опште позната изрека да се нешто није ни догодило ако није било на телевизији, данас би се могла преформулисати на следећи начин: ако се одређена активност није документовала, фотографисала, снимила у видео или аудио формату или речима описала, а потом поделила на друштвеним мрежама, као да је није ни било. Стална брига о садржајности нашег зида; о документованој потврди да смо нешто радили или нечему присуствовали, намеће питање да ли су многе активности које обављамо, макар у одређеној мери, ресурс за медијски садржај којим се легитимишемо у онлајн простору.

Пишући о односу театра и нових медија односно извођења уживо и медијатизације извођачких уметности,⁶⁴ Влатко Илић наводи гледиште Аусландера који „овај однос идентификује као однос ривалства, и то неравноправног ривалства, пошто медијски

присуству извођача и публике. Технолошки напреднијим предиспозицијама нових медија долази, међутим до проширења концепта живости, тј. могућности технологије да „прикрије” своје посредништво и директније учествује у размени са публиком.

„Стога, чак, и спрам медијатизације критички оријентисан дискурс Ерике Фишер Лихте [Erika Fischer-Lichte], условно речено, антиципира могућност представе у којој технологију не затичемо између извођача с једне, и гледалаца, с друге стране, већ у којој се, услед постојања повратне спреге (макар она била и слабог интензитета), размена наизглед одиграва између људи и виртуелних ентитета, односно технологије саме.” Илић, В., „Дигитални театар: уметност позоришта и индустрија забаве”, у: *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, стр. 167–190, 182.

⁶⁴ „[...] Аусландер на трагу Шекнера [Richard Schechner] и у духу америчке теоријске мисли о извођачким уметностима, разматрајући извођење уживо у обзир узима и музичку индустрију, спорт, као и нпр. суђења.” Илић, В., „Дигитални театар: уметност позоришта и индустрија забаве”, стр. 175.

амбијент препознаје као данас доминантан контекст културне продукције, указујући на то како и друге форме, попут позоришне представе, теже сопственој медијатизацији.”⁶⁵

На основу све заступљеније медијатизације оних друштвено-уметничких догађања која су се раније структурално диференцирала по технолошки непосредованом, непосредном присуству „извођача” и публике и настајала у њиховој повратној спрези, можемо уочити потребу да се изађе у сусрет новим перцептивним навикама публике, створених учесталим корисништвом екранских медија.

Овакво гравитирање ка екрану, уочено још у доба телевизије а пре експанзије интернета, друштвених мрежа и екранских уређаја, а данас, захваљујући њима вишеструко интензивирано у квалитативном и квантитативном погледу, са собом повлачи пропорционално слабљење непосредне међуљудске комуникације.⁶⁶ С обзиром да се човечанство данас перманентно налази на два места паралелно, „на мрежи” и у реалном простору,⁶⁷ очекивана последица таквог стања јесте слабљење пажње према чиниоцима непосредног окружења. Одржавање свог онлајн присуства супституише бригу за себе у односу са светом у смислу преиспитивања сопствене егзистенције у датим околностима. Оно што постаје примарно и што уједно постаје препрека уочавању културно покретачке кризе, јесу активности у вези са налозима у онлајн простору, док сам смисао таквог одржавања, често остаје нерелевантан. Закупљеност собом у онлајн сфери која се мора изнова потврђивати било у приватне или пословне сврхе,⁶⁸ потискује закупљеност собом

⁶⁵ Исто.

⁶⁶ Shyam Sundar, S., *The Handbook of the Psychology of Communication Technology*, Wiley Blackwell, Chichester, 2017.

⁶⁷ „Неке новије спекулативне теорије, попут популарне хипотезе о постојању „мултиверзума” говоре у прилог томе да тзв. виртуелни простор преузима примат над физичким, а њихова радикализација тежи ка идеји да се читав космос интерпретира као један виртуални универзум, док би тзв. физички простор био само једна од манифестација тог виртуелног 'мултиверзума'.” Вуксановић, Д. и Илић, В., „Простори – медији – уметност – забава”, у: *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, стр. 47–64, 52.

⁶⁸ Године 2008. Лев Манович је приметио прогресивну путању употребе друштвених мрежа и констатовао да је употреба друштвених мрежа у 21. веку својеврсни наставак конзумације производа културне индустрије у 20. веку о чему су писали Хоркхајмер и Адорно. Публику конзумента комерцијалне и популарне културе из прошлог века, сада су заменили прозументи (prosumer). Кованица прозумент означава корисника који уместо да само конзумира садржаје, он их и производи и пласира на друштвене мреже, с тим да је производња омогућена радом професионалаца који корисницима обезбеђују приступ и алатке, делегирајући на њих „посао” креирања садржаја. Кориснички „посао” који се доживљава као забава управо јемчи опстанак и развој друштвених мрежа у власништву компанија, што поново актуализује Адорнову и Хоркхајмерову мисао изнету у *Дијалектици просветитељства* да је забава продужетак рада:

„Is the replacement of mass consumption of commercial culture in the 20th century by mass production of cultural objects by users in the early 21st century is a progressive development? Or does it constitutes a further stage

у рефлексивном односу према себи и сопственим животним околностима, у које спада и само екранско корисништво.

Режим „социјалног дистанцирања” изазван пандемијом ковида 19 (COVID 19) довео је до још веће, принудне упућености човека на екран и онлајн комуникацију. Не улазећи у проблем евентуалне интенционалности одређених појединаца и група које поседују финансијску и друштвену моћ у погледу креирања друштва отуђености, намеће се закључак да је у свом исходу отуђујући ефекат корисништва био припрема за правно обавезујуће социјално дистанцирање. Фактичкој ограничености слободе кретања у циљу превенције ширења заразе и нужности онлајн комуникације у таквим околностима, претходи везаност за екран на глобалном нивоу и у редовним животним условима који подразумевају слободу кретања. Скрајнутост непосредно доживљеног окружења, добила је у условима пандемије своју емпиријску потврду због чега нов поредак, назовимо га овде *изолационистичким режимом*, не морамо посматрати као радикалну светскоисторијску новину, већ као емпиријски опазиво појављивање једног већ успостављеног режима отуђености и психо-физичке дистанцираности.⁶⁹

Питања проузрокована временски све учесталијим и модалитетски разноврснијим личним и друштвеним животом у екранској стварности, која опседају како академске тако и неакадемске кругове, у великој мери се тичу опстанка људске аутономије у односу на технологију у таквим условима. Један од кључних разлога за овакву забринутост почива

in the development of 'culture industry' as analyzed by Theodor Adorno and Max Horkheimer in their 1944 book *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception?* Indeed, if the twentieth century subjects were simply consuming the products of culture industry, 21st century prosumers and 'pro-ams' are passionately imitating it. That is, they now make their own cultural products that follow the templates established by the professionals and/or rely on professional content.” Manovich, L., „The Practice of Everyday (Media) Life”, www.manovich.net, приступљено 17.11.2008.

⁶⁹ На основу истраживања феномена селфија Марко Ђорђевић, Добривоје Станојевић и Тамара Ђорђевић закључују: „Све већа доступност информација и окренутост младих ка употреби нових информационо-комуникационих технологија и медијски посредованих облика комуникације, парадоксално је довела до све израженије отуђености и осећаја бесмисла и усамљености.” Ђорђевић, М. М., Станојевић, Д. Ж., Ђорђевић, Т. С., „Трагедија селфија”, у: *Филозофија медија: медији и усамљеност*, Београд, Естетичко друштво Србије, НВО „Млади грашак” за уметност, културу, медије и друштвена питања, Јагодина, Факултет педагошких наука, 2021, стр. 63–71, 68.

Драган Таловић упућује на резултате истраживања „[...] под насловом, *Loneliness and Facebook Motives in Adolescence: A Longitudinal Inquiry Into Directionality of Effect* (Teppers, Luycx, Klimstra, Goossens 2013), спроведеном на узорку од 256 адолесцената просечне старости 15,88 година, које указује на везу између усамљености и коришћења Фејсбука у циљу стварања утиска о остваривању интерперсоналних контаката, као облику компензације. Исто, стр. 55.

на чињеници да су све наше онлајн активности, независно од њихове врсте, облика и интенција због којих их упражњавамо, уједно и ресурс експлоатације. Умрежавање и подложност информатичком прорачуну се, притом, не односе само на људе, већ и на ствари попут тзв. паметних зграда или аутомобила.⁷⁰ Са становишта протока информација као врховне вредности,⁷¹ међу људима, другим живим бићима и стварима постоји само квантитативна разлика која се мери капацитетом за давање информација.

Иако један од кључних, проблем изложености човека алгоритамском прорачуну путем медијског корисништва свакако није једини разлог за запитаност о последицама корисничких пракси. Сами видови екранске зависности, не само психолошке и социјалне природе, већ и с обзиром на то да су онлајн праксе често неизоставни део рада као предуслова за одржање егзистенције у елементарном смислу, чак и без осврта на алгоритамско прикупљање и сортирање података које се догађа приликом употребе интернета, довољан су разлог за дубљу проблематизацију екранских медија.

Ослањајући се на Меклуанову мисао „медиј је порука”, сматрамо да није довољно расправу сузити на поље медијских садржаја, већ да она пре свега мора захватити саме екранске медије као специфичан технолошко-оперативни полигон и преиспитати његову подобност и за оне медијске садржаје који се по себи чине смисленим и друштвено корисним, за разлику од неких других који могу изазвати згражавање и непосредни утисак културне регресије.

Као што смо већ сугерисали, у оквирима овог рада, настојаћемо да укажемо на повезаност кризе у култури са слабљењем ефективности деловања посредством екранских медија, чак и онда када их привидно употребљавамо у сврху промовисања сопствених светоназора и идеолошких уверења, ма каква она била. Циљ овог рада је стога да

⁷⁰ „Наиме, свеопшта умреженост прозумера и ствари [...] као и чињеница да у дигиталном свету нема заборава, за последицу имају незауостављиво гомилање информација које постају водећи ресурс тржишне експлоатације.” Илић, В., „Медији – безумље – забава”, стр. 126.

⁷¹ Јувал Ноа Харари (Yuval Noah Harari) уводи појам датаизам који дефинише као савремену религију. Основна „заповест” ове „религије” јесте слободни проток информација који има примат у односу на слободу човека. Уколико би човек слободном вољом одлучио да не партиципира у умреженом простору, или да не дели одређене информација са интернет заједницом, то би са становишта датаизма етички неприхватљиво: „Не смемо ниједан делић свемира да оставимо неповезан с великом мрежом живота. И обрнуто, највећи грех је ометање протока података, Шта је смрт, ако не стање у коме информације не протичу? Зато датаизам уздиже слободу информација у највише добро.” Харари, Ј. Н., *Homo Deus*, Лагуна, Београд, 2015, стр. 469.

спекулативно-теоријским приступом укаже на неке од начина на које екрански медији својом сугестибилношћу преусмеравају и изневеравају интенционално трасиране токове разних видова њихове употребе, да би се подигла свест о природи екранских медија на које смо у сводневном животу све више упућени и, услед својеврсног срастања са њима онемогућени да их критички промислимо.

У многим токовима унутар философских традиција европске модерности – егзистенцијализму, философској антропологији и философији живота, било да се се у њима сусрећемо са појмом културе или се он на експлицитан начин не уводи у разматрања – провлачи се једна доминантна нит, а то је захтев за активним одношењем према сопственим животним околностима. „Ја јесам ја и моја околност”⁷² каже Ортега и Гасет, истичући тиме да човек себе ствара из корелације са својим животним окружењем *овде* и *сада*. Ова мисао се да сагледати и у контексту другог њеног аксиома, који је једна од окосница егзистенцијализма Жан-Пол Сартра (Jean-Paul Sartre), а то је да је човек оно што још увек није: „Човек је биће чија суштина није у ономе што већ јесте, већ у ономе што још није, дакле, човек се састоји из онога што још није.”⁷³ У овом исказу језгровито је изражен став да егзистенција претходи есенцији, која се ствара у индивидуалној коегзистенцији са светом, тако што појединац селекцијом и интерпретацијом њему сагледивих светских феномена улази у непрекидну повратну спрегу самокреације и рекреације света. Такав процес се не окончава, већ непрекидно траје, као пројектовање себе у свом будућем модалитету егзистенције. Човек се затиче у незауостављивом току времена, у ком се изнова пројектује и ствара, а таквим принципом је, по природи ствари, као људски феномен захваћена и култура.

Под претпоставком непрекидног само-стварања човека као његовог суштински одређујућег својства, предуслов културе јесте с једне стране растерећеност од наслеђених естетичких канона са којима се култура доводи у везу, и с обзиром на које се поједини објекти легитимишу, а други одбацују као припадајући области културе, а са друге усмереност на актуелне друштвено-историјске околности. Уместо тога трага се за

⁷² Ортега и Гасет, Х., *Медитације о Кихоту*, стр. 18.

⁷³ Ортега и Гасет, Х., *Размишљања о техници*, стр. 49. Уп.: „Човјек ће постићи егзистенцију само ако јест оно што намјерава да буде.” Sartre, J.-P. [Сартр, Ж.-П.], „Егзистенцијализам је хуманизам”, у: Вејновић, Н., *Повијест филозофије*, Школска књига, Загреб, 1968, стр. 278.

скривеним културним потенцијалима актуелних друштвених феномена, од којих се ни један априори не одбацује на основу унапред усвојених, чврсто структурираних вредносних система. Ниједна пракса сама по себи не спада у културу, и све оне потенцијално могу бити култура, у зависности од исхода рефлексивног захвата над друштвеним појавама са становишта њихове релевантности за тренутно стање друштва и света и потенцијалима њихове реконтекстуализације у правцу користи за појединца и заједнице.

Један од разлога надовезивања на овакво модернистичко схватање културе у проблемском разматрању екранских медија јесте у њеној отворености по питању предмета анализе, што је уједно и предуслов да би се неки феномен диференцирао и препознао као потенцијално припадајући сфери културе. Другим речима, уместо да се поједине медијске праксе и садржаји одбацују или прихватају као елементи културе на основу већ изграђених етичко-естетичких критеријума, медијима приступамо феноменолошки у циљу истраживања њихових технолошко-комуникационих својстава и видова употребе и могућности одређених културалних пракси да адекватно пренесу у њима садржану поруку путем екрана.

Став о активном односу према актуелним појавама у савременом свету без њиховог сврставања у већ изграђене категорије или образце тумачења, не значи и игнорисање културне архиве.⁷⁴ Архива, напротив, треба да послужи као путоказ за држање у савремености, али не на начин да се одређене друштвене, политичке или уметничке праксе из прошлости садржински и формално репродукују у садашњости, већ би оне требало да подстакну на изналагање моделитета слободног стваралачког одговора на дато време и дате околности који потенцијално подразумева и нове форме, жанрове и средства, када је, на пример, реч о уметности.

Теоријске радове на које се ослањамо одликује успостављање општег теоријског оквира који се тиче културе у начелу, на основу којег се потом спроводе анализе

⁷⁴ Под културном архивом подразумевамо материјално и нематеријално сачувано културно наслеђе пред којим се ново време сваком легитимише, али не као враћање старим вредностима, већ као успостављање референтног полазишта за преиспитивање савременог друштвено-историјског контекста. Атрибутом „културна” означавамо потенцијал архиве као смернице идејно-делатних пракси, односно „живе” културе. У том смислу у контексту рада, архива је *културна* онда када подупире стваралачко-пројективна усмерења којима се одговара на ситуираност у датим околностима. Видети: Groys, B., *Under suspicion/A phenomenology of media* (Columbia themes in philosophy, social criticism, and the arts), Columbia University Press, 2012.

поједачних културних феномена.⁷⁵ Одређени културни артефакти настали пре модерности, попут књижевних дела на пример, анализирају се са становишта тек установљене теорије културе, Општи оквир оцртан је, међутим, с обзиром на тадашње епохалне прилике, из потребе да се у одређеном времену и сходно одређеним приликама понуди одговор на питања шта јесте и шта данас може бити култура. Иако су, дакле, увиди о култури општег карактера, рефлексивна је условљена специфичним приликама у западноевропској модерности, те се и они такође могу посматрати као културна архива западноевропског света.

С обзиром на промене које су се одиграле од времена у коме настају теорије европске модерности до данас, као и на њима иманентно схватање културне архиве као скупа потенцијалних смерница за анализу актуелних друштвено-културних феномена, ослонићемо се на поједине увиде који на степену општости захватају културу као предмет свог испитивања, што ће уједно чинити оперативну културну архиву за потребе овог рада. Оправданост за овакав приступ налазимо пре свега у томе што је и поред неспорних промена које су наступиле од 19. и 20. века до данас, са европском модерноћу, ипак у многим тачкама задржан континуитет. Подударност на коју овде посебно стављамо акценат јесте ондашњи и садашњи вид кризе у култури. Она се, чини нам се, пре свега препознаје у темељно измењеном доживљају тога шта би култура могла или требало да буде, како у модерности тако и данас – услед утицаја екранских медија.

Као што су у модерно доба измењене друштвено-историјске прилике, настале пре свега због индустријализације и технолошког напретка, покренуле промишљања културе у којима она настоји да се редефинише с обзиром на нове околности, тако и данас екрански медији намећу потребу да се постулати културе успостављени у модерности преиспитају у околностима свеprisутног медијског посредовања.

Сматрамо да се култура, ипак и даље у великом делу јавног мњења схвата у модернистичком кључу. То се можда најбоље огледа у актуелном позиву на слободно

⁷⁵ Зимел се нпр. у контексту своје теорије културе бави феноменима моде и накита, а Ортега и Гасет феноменом лова. Видети: Зимел, Г., *Контрапункти културе* и Ortega y Gasset, H., *Meditations on hunting*, Charles Scribners Sons, New York, 1972.

изражавање своје индивидуалне креативности, оригиналности и иновативности, итд. што је својствено парадигми модерног доба. Поставља се, међутим, питање колико је ту реч о слободи, с обзиром да се корисништво екранских медија, путем којих нам се најчешће испоставља захтев за креативним изражавањем, у све већој мери експлоатише од стране медијских индустрија. Наша намера стога није да дамо одговор на питање шта би данас била култура, а када би, на пример, било речи о псеудо-култури. Уместо тога, настојаћемо да преиспитамо како с обзиром на свакодневну окруженост екранима и корисништво екранских медија, стоји ствар са културом схваћеном у модернистичком кључу, и у којој мери су у савременом технолошком окружењу очувани услови за њен опстанак.

С обзиром да култура, у смислу у којем је овде тематизујемо, произилази из једног начелног држања човека у односу на секуларизивани свет модерног доба, те је на тај начин и диференцијална одредница хуманости у епохалним условима модерности, разматрање стања у култури у савременој окружености екранским медијима дотицаће и сâмо питање хуманости, третирано кроз компаративну анализу предмодерног, модерног и савременог доба.

2. Криза културе од ране модерности до појаве екранских медија

2.1. Култура као одговор на ситуацију ране модерности

Доба европске модерности у најширем смислу, наступа након средњег века, односно паралелно с почецима европске секуларизације. Како бисмо приказали ситуативно-епохалну разлику између предмодерних доба и модерности, најпре ћемо дати кратак осврт на неке од основних елемената предмодерне епохалне ситуираности.⁷⁶

Космички поредак предмодерних европских епоха био је установљен трансценденцијом. Постојао је вертикални систем узорности у односу на који се свет разумевао и легитимисао. Такав свет доживљавао се као једини могући и нису постојали ни начин ни жеља да се он промени, већ су људско мишљење и деловање тежили приближавању трансцендентном узору. О постојаности светског поретка у предмодерним временима који ишчезава у европској модерности, посебно у 19. и 20. веку Карл Јасперс пише:

„Било је времена у којима је човек осећао да је његов свет постојан, какав је био онај између ишчезлог златног доба и краја света који долази од божанства. Он се смешта у њему не желећи да га мења. Његово деловање било је усмерено на побољшање властите ситуације у приликама које су по себи биле неизменљиве. У њима се он осећао збринут, обавезан земљи и небу. Свет је био његов, чак и кад је у целини био ништаван, јер је он биће видео у трансценденцији.”⁷⁷

Било да се у животу заједнице античког полиса или средњовековног града живело и деловало у складу са тим узорностима или супротно њима, координате су биле чврсто успостављене, а њихов фундаментални значај, као извора уређења живота у друштвеној

⁷⁶ Видети: Тејлор, Ч., *Доба секуларизације*, Службени гласник, Београд, 2011; исти, *Болест модерности*, Чигоја штампа, Београд, 2002; Делимо, Ж., *Страх на западу : (од XIV до XVIII века) : опседнути град I–II*, Књижевна заједница Новог Сада, Нови Сад, 1987; Хојзинга, Ј., *Јесен средњег века*.

⁷⁷ Јасперс, К., *Духовна ситуација времена*, Књижевна заједница Новог Сада, Нови Сад, 1987, стр. 7.

заједници, неупитан. Спорови су могли настати као борба за интерпретацију – да ли је овакво или онакво деловање ближе или даље узору; ко због одређених настојања и пракси припада бићу и поретку, а ко из њега искорачује, али нису се доводили у питање сами узор, или ако и јесу, то је било на нивоу истанчаних теолошких расправа. Могло се расправљати о томе да ли Света Тројица произилазе из Божанске суштине, или суштина проиходи из односа Свете Тројице, али није се могло оспорити утемељење света у хришћанско-библијском поретку.⁷⁸

Често се може чути како је у средњем веку не бити религиозан било незамисливо, што је последица урођености средњовековног човека у поредак библијског наратива. Сматрамо, међутим, да ова тврдња није најпрецизније формулисана. Наиме, могућност религиозности настаје тек у свету који више није чврсто утемељен у трансценденцији. Само увођење појма религиозности имплицитно подразумева да је могуће и не бити религиозан. Религиозност, дакле, представља једну од могућности коју нека група или појединац слободно или присилно усвајају, а којом се настоји да се у догматском систему веровања интенционално успостави одређени однос према свету; образац одређеног начина живота. Тиме, заправо, појединац или група покушавају поново да успоставе принцип легитимисања света у односу на трансценденцију, у свету у коме оријентација ка трансценденцији није више природно стање. У средњем веку се није питало о религиозности. Религиозност, ако ретроактивно применимо овај појам, била је ситуација средњовековног човека, па самим тим појам који експлицитно означава прихватање једног система веровања није био могућ, јер не постоји неко напоредно неприхватање таквог

⁷⁸ Христо Јанарас (Χρῖστος Γιανναράς) пише да се овакве расправе нису водиле само у теолошким круговима чији су припадници познавали хеленску философију и оперисали њеним апаратом у теолошким расправама, већ и међу тзв. једноставним народом: „Са тог разлога нам је врло тешко да схватимо како је било могуће да су, у доба светих Отаца, једноставни људи на улицама и у магазиама расправљали о *Једносуштном* и *Троипостасном* Богу или о разлици између *суштине* и *ипостас*.” Јанарас, Х., *Азбучник вере*, Беседа, Нови Сад, 2000, стр. 46.

Грчки појам *ипостас* у преводу на српски гласи *лице*. Хришћански Бог према учењу цркве има једну суштину, а три ипостаси тј. лица – Оца, Сина и Светог духа: „Бог црквеног искуства Један је и Тројичан. За разумевање истине о Једном Богу Црква користи философски појам једне суштине, а за одређивање тројичности Бога користи појам трију ипостаси или Лица. На тај начин, Бог је за Цркву Једносуштан (једна суштина) и Троипостасан (три ипостаси или Лица).” Исто, стр. 47.

система. С обзиром на такве околности, можда би тачније било рећи да у средњем веку није било могуће *бити* религиозан.⁷⁹

Оно што је карактеристично за свет који се базира на трансценденцији јесте, да се свет појми као целина, тоталитет. Та целина се успоставља телеологијом општеважећег, у европском случају хришћанског, библијског наратива. Свако деловање вредносно се мери његовом подобношћу есхатолошкој предодређености. Од уметности до ратова, све задобија свој смисао у односу према будућем догађају свеопштег васкрсења. Сваки обичај, стратегија, дужност; свака друштвена пракса произилази из управљања према спасењу, помоћу тренутно расположивих светских (овоземаљских) ресурса. Свака делатност; судска, занатска или војна, добија своје оправдање из њене сврховитости за оно што тек следи, а то је други Христов долазак. Тиме је креиран друштвени амбијент у коме се свака пракса која закупља људску делатност – занатство, трговина или свештенство обавља као део једног јединственог, телеолошки структурисаног организма, који је у спрези са другим његовим деловима. Појединац је ситуиран у интегрални, етичко-онтолошки дефинисан космички поредак, у коме своју функцију у тој целини оправдава тиме што следи нерикосновени светоназор.⁸⁰

За разлику од антике и средњег века, у раној модерности започиње процес дистанцирања свести од поретка установљеног трансценденцијом виђеног као природни поредак. То постепено доводи до ступања религије пред оптику свести као једног елемента објективне реалности, чиме она полако губи свој ранији квалитет једине могуће стварности. Религија је даљим кретањем европске историје све мање живот, а све више религија: партикуларна област живота која ступа у преговоре са осталим објективним нивовима, које, према нахођењу појединаца или група, са више или мање успеха тумачи и према којима се односи у свом вредносном кључу. Религија тако постаје део традиције који се може тумачити као културна архива. Она и даље садржи потенцијал вредносног путоказа деловању појединачне и групне свести, али тек након што се свест, која се најпре

⁷⁹ Чарлс Тејлор у свом делу *Доба секуларизације* пише: „Питање на које желим да одговорим може се поставити на следећи начин: зашто је у нашем западном друштву 1500. године било дословно немогуће не веровати у Бога, а 2000. многи од нас сматрају да је то не само лако, већ и неизбежно? Део одговора несумњиво јесте то што је тада свако веровао, па је алтернатива изгледала сасвим необично [...]. Важан део слике лежи у томе што су многе особине њиховог света говориле у корист вере и божије присуство чиниле готово непобитним.” Тејлор, Ч., *Доба секуларизације*, стр. 35.

⁸⁰ Уп.: Тејлор, Ч., *Доба секуларизације*.

уочава на хоризонту животних околности, усвоји као светоназор. Религија више није *већ* усвојена. Чим се у свету хришћански есхатолошки наратив укаже не као сам живот већ као један од светоназора, који паралелно егзистира са атеизмом или агностицизмом, а с обзиром на пораст легитимитета и присуства једног и другог усмерења кроз историју, човек ступа у ситуацију да се опредељује, или, уколико се у оквиру своје уже или шире заједнице, породице или друштва васпитава у религиозном духу, па је његов индивидуални избор ограничен, да се касније суочава са друкчијим могућим погледима и светоназорима. То што се човек налази пред објективним потенцијалима који се налазе на њему видљивом хоризонту, заправо значи да је он упућен на то да их тумачи, упоређује, присваја или одбацује. То даље значи, да се човеку свет више не даје одмах, као већ устројен, са успостављеним поретком где би његово искушење било само у томе да евентуално изневерава тај поредак. Исход таквог изневеравања као одступања од поретка могао је резултирати кривицом и кајањем или пак стратегијом да се тај „прекршај” оправда као правилно поступање које заправо следи аутентичне догматске аксиоме, док су институције власти које га санкционишу заправо у заблуди, не схватајући његову ваљаност.

Од почетака секуларизације, индивидуална свест постаје фактор који конституише свет тако што перципира, тумачи, рашчлањује и распоређује актуелне светске околности да би на основу њих пројектовала телеолошке системе, што посебно долази до изражаја у 18. веку. Чарлс Тејлор у свом делу *Болест модерности* пише о етици аутентичности као захтеву за слободним промишљањем света који настаје тек у европској модерности 18. века:

„Етика аутентичности је нешто релативно ново и особено за модерну културу. Рођена крајем осамнаестог века, она се ослања на старије облике индивидуализма, као што је Декартов индивидуализам ослобођене рационалности који поставља захтев да свака личност самоодговорно размишља за себе, или Локов политички индивидуализам који покушава да личност и њену вољу претпостави друштвеној обавези.”⁸¹

⁸¹ Тејлор, Ч., *Болест модерног доба*, Чигоја штампа, Београд, 2002, стр. 29.

Ако је у средњем веку функција свести била у томе да се свако конкретно друштвено деловање оправдава у његовој функционалности за већ установљени поредак, према компатибилности са тим поретком, она сада бива препозната као свест која саму себе уочава и која се пита о самој извесности једном за свагда успостављеног света.⁸² Свет није више одмах дом; није завичај који се може напуштати и у који се може враћати, већ он поприма карактер туђине, изискујући идејно-делатну интервенцију субјективне свести не би ли постао завичај.⁸³ Таква изложеност света као недовршеног хоризонта субјективности јесте догађање кризе, а одговор субјективности на ту недовршеност јесте догађање културе. „И свет, као објекат, постаје материјал, на коме се развија стваралачка снага субјектова. С тим цепањем идентитета субјекта и објекта, с тим губљењем раја, с тим јављањем супротности, почиње сазнање, стварање, култура.”⁸⁴

Симптоматично је да се појам културе у теорији први пут самостално користи, без конкретног предмета на који се односи тек у модерности, док је њена прва позната употреба у генитивној конструкцији као култура нечега, забележена у антици у пољопривредној делатности.⁸⁵ Појам се на српски језик преводи као гајење или узгајање (неке биљне врсте): „Једно од њезиних изворних значења јесте 'пољодјелство' или одржавање природног раста.”⁸⁶ У том смислу може деловати парадоксално да се глаголска именица „гајење” уопштељава без ближег одређења које обавештава о томе шта се узгаја. Језичко осамостаљење појма, међутим, одвија се напоредо са проширењем његовог предмета, а то је сам човек у ситуацији њему доступне светскоисторијске стварности:

„Култура се најприје у цијелости одређивала као материјални процес, да би се њезино значење потом метафорички пренијело на бављења духа. Ријеч на тај начин својим семантичким развојем прати сам повијесни помак човјечанства од руралне

⁸² Уп.: Декарт, Р., „Расправа о методи”, у: Вејновић, Д., *Повијест филозофије*, Школска књига, Загреб, 1986, стр. 182–189.

⁸³ У интерпретацији текста Милана Кангрге „ријеч о завичају”, у којем се Кангрга критички осврће на национализам, Хрвоје Јурић наводи Кангрину мисао у којој он завичај и човека не дефинише као унапред дате ентитете већ као оне који се успостављају у процесу реверзибилног непрекидног настајања „јер човјек је”, како Кангрга каже „по својој најдубљој природи повијесно биће које јест то што јест тиме што постаје”, а „тим његовим постојањем постаје или настаје тек оно што се назива властитом кућом, домом, завичајем, етникумом, домовином, народом итд.” Јурић, Х., „Кангрин ријеч о завичају”, *Филозофска истраживања* 94–95, Хрватско филозофско друштво, Загреб, 2004, стр. 757–762, 758.

⁸⁴ Ђурић, М., *Проблеми филозофије културе*, Књижарница Рајковића и Ђуковића, Београд, 1929, стр. 23.

⁸⁵ Видети: Eagleton [Иглтон], Т., *Идеја културе*, Наклада Јесенски и Турк, Загреб, 2014.

⁸⁶ Исто, стр. 7.

до урбане опстојности, од свињогојства до Пикаса, од обрађивања тла до растављања атома.”⁸⁷

Културу бисмо, дакле, могли, имајући у виду осамостаљење појма у модерности, дефинисати као рационално и афективно узгајање човека и његовог света у условима неизвесности њиховог исходишта.

Када се ради о схватању културе у модерности, не постоји неки јасно препознатљив претходно успостављени изворишни тоталитет који пребива у сећању као свест о завичају којем се с обзиром да се из њега искорачило у актуелну, у односу на њега ефемерну стварност, тежи поново вратити. Такав тоталитет пројектује се имагинацијом која реферише на актуелност као скуп недовршености који своје утеловљење добија рефлексивно-синтетичким радом имагинације као замишљени пројекат. Осећај света који губи свој постојани узор у сећању на праизвор из којег све потиче, из чега се искорачило у стварност и у који се треба поново вратити, јесте догађај кризе који се генерише из сусрета са светом као непознаницом с обзиром да он није више одраз неког идеалног претходног поретка, већ, како то каже Леон Ливингстон (Leon Livingstone), сирова грађа, скуп отворених могућности који си позивају имагинацију на њихово разоткривање и испуњење: „На ову сирову животну грађу, човек реагује активирајући свој интелектуални апарата који је изнад свега његова имагинација и ствара културу – 'светове' математике, физике, религије, морала, политике и поетике.”⁸⁸

2.2. Унутрашња форма културе – вечито кретање ка измичућем мировању

Култура схваћена као узгајање упућује на то да је реч о трајању, тј. да је култура процес, и то потенцијално бесконачан процес. Кад кажемо *потенцијално* бесконачан, овде још немамо у виду спољашње околности које би могле да се испрече култури, а такав потенцијал, по нама, имају управо екрански медији, већ иманентну логику кретања и развоја културе. Култура се генерише одговарањем на затеченост у свету који се не

⁸⁷ Исто, стр. 8.

⁸⁸ Livingstone, L., „Ortega y Gasset’s Philosophy of art”, str. 622.

препознаје одмах као свој, тј. доживљавањем кризе као још увек непробивања у завичају, а испољава се као стваралачко-уређивачка активност сопственог светскоисторијског окружења.

Преуређивање сопствених животних околности не мора нужно бити детерминисано хуманистичким погледом на (пројектовани) свет, тј. може циљати на корист појединца или групе, а не на опште благостање. Овде треба нагласити да та произвољност не настаје нагло, историјским резом од периода ренесансе, већ да су, према нашем схватању тада постулирани услови за могућност такве произвољности, пре свега на идејном плану, која кроз постепени историјски развој прелази у фактичка стања. Када опада владајућа, опште важећа инстанца која усмерава, ограничава и санкционише, отвара се нужност појединачног тумачења актуелне ситуације, као и историјско менталитетског наслеђа једног животног простора, на основу којег се трасира будуће деловање арбитрарног карактера у зависности од исхода такве интерпретације.

Чак и ако бисмо замислили да у историји, једном, завлада опште благостање, тада култура, условљена модерном ситуираношћу, вероватно не би била доминантни вид односа према свету, будући да би наступио крај за културу иницијално-конститутивне кризе, као осећања непотпуне удомљености у свету, а с обзиром на његово идеално уређење, које је генерисано апсолутном компатибилношћу са сваком индивидуалном егзистенцијом која би у таквом утопистичком свету партиципирала. Другим речима, ако нестане конфликт између човека и света, култура губи свој покретачки импулс. Овде наглашавамо да одређење културе које преузимамо није засновано на радикалном индивидуализму у смислу необавезаности појединца за заједницу у којој живи и вредносне постулате на којима она почива. Ортега и Гасет наглашава да простор слободе треба схватити као могућност ре-апсорбовања сопствених околности⁸⁹ које с једне стране детерминишу оквир индивидуалног мишљења и деловања (попут језика на пример), а са друге бивају подложне стваралачким интервенцијама конкретне индивидуе путем којих се одвија процес релационог развоја човека и света.⁹⁰ Могли бисмо стога рећи да су околности –

⁸⁹ „Човјекова судбина је реапсорбирање околности, људски живот је драматичан сплет слободе и фаталности.” Ортега и Гасет, Х., *Што је филозофија?*, стр. 1.

⁹⁰ О односу између индивидуалне слободе за идејно и практично преобликовање света с једне стране и детерминисаности те слободе конкретним просторним, историјским и културолошким условностима с друге стране, Ортега и Гасет пише „За мене се животно свијет у сваком тренутку састоји од могућности. С друге

језик, нација, локална заједница, културно наслеђе, уметност, град, држава, друштво, обичаји итд. – стављени пред човека као потенцијали, при чему је и човек сам потенцијал који и себе и њих, својственом индивидуалношћу изнова преуређује, градећи на тај начин самог себе.

У свом делу *Медитације о Кихоту* Ортега одређује човека исказом: „Ја јесам ја и моја околност”,⁹¹ у којем друго *ја* означава човека у живом односу са својим околностима, а прво Ја резултанту таквог односа као живота који добија супстанцијално испуњење из индивидуалне перцепције конкретних временски и просторно условљених околности. Дало би се стога закључити да је индивидуализам присутан као уважавање посебности сваке индивидуалности, схваћене као сфера из које се могу генерисати стваралачке пројекције и њихове реализације. Индивидуалност у култури не може бити незаинтересована за савременост, нити за компаративни увид у савременост познавањем онога што је савремености претходило преко културне архиве, јер „у повјести свако надвисивање подразумева асимилирање: ваља прогутати оно што ће се надмашити, у себи носити управо оно што желимо напустити.”⁹² Индивидуална заинтересованост за заједницу и вредносно-регулативне услове на којима се та заједница темељи, повлачи и заинтересованост за друге припаднике те заједнице као оне са којима ће се у индивидуално пројектованом преуређењу животних услова заједнички партиципирати. У одбрани од примедби да је егзистенцијалистичко становиште засновано на негативно конотираном индивидуализму, као незаинтересованости за другог, Жан Пол Сартр пише: „Ако кажемо да човјек бира самог себе, стварно мислимо да сваки од нас мора бирати самог себе; али тиме такођер мислимо да у бирању за себе самога он бира за све људе. Што бирамо увијек је оно боље, а ништа не може бити боље за нас, ако није боље за све.”⁹³

стране те могућности нису неограничне – у том случају не би биле конкретне могућности, већ пука неизвјесност, а у свијету апсолутне неизвјесности, у којем је све једнако могуће, човјек се не може ни за што одлучити.” Ортега и Гасет, Х., *Што је филозофија?*, стр. 258.

⁹¹ Ортега и Гасет, Х., *Медитације о Кихоту*, стр. 18. Уп.: „Прво „Ја” (у исказу „Ја јесам ја и моја околност“) односи се на „мој живот” и укључује мене и моје околности. Лична слобода је за Ортегу, динамично узајамно дејство између другог „ја” и „мојих околности”. Kilgore, W.J., „Freedom in the perspectivism of Ortega”, *Philosophy and Phenomenological research*, Vol. 32, No. 4, International Phenomenological Society, 1972, str. 500–513, 501.

⁹² Ортега и Гасет, Х., *Што је филозофија?*, стр. 165.

⁹³ Сартр, Ж.-П., „Егзистенцијализам је хуманизам”, стр. 277.

Опажање кризе увек је и опажање кризе другог, а индивидуалност је носилац специфичног опажајног сензибилитета, која, стварајући самог појединца кроз процес културе, потенцијално ствара и свет који, да се претпоставити, у већој мери омогућава добробит другог која је уједно и добробит мене самога.

Ако смо кризу препознали као условност која покреће културу, при чему се криза опажа као неусаглашеност света и индивидуалности, сада указујемо на проблем немогућности њиховог потпуног усаглашавања које културом иницијално жели да се постигне.

Наиме, према Зимеловом схватању култура почива на релацији између два њена основна чиниоца, човека и ствари: „Оне објективне духовне творевине [...] умјетност и морал, знаност и сврсисходни предмети, религија и право, станице су које субјект мора проћи да би стекао посебну властиту вриједност која се зове његовом културом.”⁹⁴ Тежња човека да свет учини својим, одвија се на начин да он своју контемплацију, имагинацију и осећајност опредмеђује у стварима или тако што их интерпретира, преиспитујући и себе у односу спрам њих. У чину опредмеђивања, или како то Берђајев назива – објективације⁹⁵ никада се у потпуности не испуњава субјективни налог за опредмећењем субјективне рационално-афективне динамике у стварима. До потпуног испуњења не долази због фундаменталне разлике између човека и ствари која се огледа у (само)свести као специфично људском својству које ствари не поседују, тачније због оне димензије свести коју бисмо могли назвати временском протетичношћу. Реч је о субјективној перцепцији времена у којој оно није тек пуки хронолошки след догађаја, већ се из садашњости протеже на пројектовану будућност, а у кретању ка тој пројекцији изнова интерпретира прошлост. Пишући о перцепцији времена као о основној разлици између човека као живог бића у односу на свет неживих ствари у контексту теорије културе, Зимел наводи:

⁹⁴ Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 27.

⁹⁵ Као и Зимел, Берђајев сматра објективацију, односно опредмеђивање субјективности нужношћу културе, уједно одричући могућност да се сфера субјективности потпуно изрази објективацијом, што показује на примеру стваралаштва: „Постоји неподударност између стваралачког акта, стваралачке замисли и стваралачког производа. Стваралачки акт, стваралачки пламен, налази се у царству субјективности; продукт културе, пак налази се у царству објективности [...]. Но потпуно је нетачно поистовећивати реализацију творачког чина са објективацијом. Објективирани свет само је стање света у којем стваралац мора да живи.” Берђајев, Н., *О човековом ропству и слободи : оглед о персоналистичкој философији*, Књижевна заједница Новог Сада, Нови Сад, 1991, стр. 124 и 125.

„Док све неживо напросто посједује само садашњи тренутак, оно живо протеже се на неупоредив начин преко прошлости и будућности. Сва душевна кретања типа хтијења, дужности, позива, надања, духовни су продужени темељне одредбе живота: да у својој садашњости садржи своју будућност.”⁹⁶

Укупност субјективних рационалних и афективних кретања која проистичу из перцепције времена условљене временски протетичном свешћу Зимел именује и појмом животност.⁹⁷

За разлику од човеку својствене животности на основу које би се о њему, сходно схватањима Ортеге и Сартра, могло говорити о бићу које *јесте оно што још (увек) није*, за ствари би се могло рећи да управо *јесу то што јесу*, будући да им животност није својствена. Култура, међутим, настаје тако што животност добија свој видљиви облик у стварима, али то не прекида њен то, већ пре бисмо могли рећи, делимично, одражава једну фазу тог тока, путем њеног материјалног уобличења.

„Тако субјект себе види насупрот умјетности и праву, насупрот религији и техници, знаности и моралу – не само сад привучен сад одбијен њиховим садржајем, сад стопљен с њима као с дијелом својега ја, сад им туђ и недодирљив, него је ријеч о форми чврстоће, кондензираности, устрајале егзистенције којом се дух, тако постао објектом, поставља насупрот животности која тече, унутарњој самоодговорности, измјеничним напетостима субјективне душе. Усред тог дуализма пребива идеја културе.”⁹⁸

⁹⁶ Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 24. У контексту разликовања критичко-утопијске естетске свести која трага за алтернативама постојећег поретка и идеолошке свести која прихвата и брани актуелни поредак, Срђан Мараш пише: „Садашњост уосталом не означава тек пуку садашњицу лишену прошлости и будућности, већ она садржи у себи прошлост као једну прошлу садашњост и будућност као садашњост која ће доћи.” Мараш, С., „Естетика култура као еманципована чулна култура у друштвеном медијуму технике и умеетности”, у: *Естетска култура*, стр. 185–199, 193.

⁹⁷ Иако ово није кључни појам Зимелове теорије културе, већ га он употребљава на свега пар места у делу *Контрапункти културе*, њега ћемо користити у даљем току рада у контексту разматрања различитих облика кризе у култури од модерног до савременог доба. То чинимо зато што овај појам, према нашем схватању, адекватно описује својство човека да, у историјском контексту модерног доба, себе непрекидно ствара из односа са сопственим окружењем. С обзиром да се ради о (само)стварању човека као специфично људском облику живота, појам животност нам се чини прикладним за означавање човеку својственог нагона за самостварањем који намеће ситуација модерног доба. Видети: Зимел, Г., *Контрапункти културе* и Ортега и Гасет, Х., *Размишљања о техници*.

⁹⁸ Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 23.

Култура се, дакле, према Зимеловом мишљењу не може догађати изван света ствари. Посредством обликовања ствари, по диктату животности, човек тежи нивелацији дуализма између себе и света. Динамиком животности, он, међутим, изнова доживљава себе и свет као поља нових, још увек неостварених могућности, што обнавља потребу поменути нивелације путем нових опредмећења животности у стварима. На основу тога бисмо могли рећи да немогућност потпуног опредмећења животности, иако такво настојање покреће процес опредмећивања, чини културу вечитим, самообновљивим процесом који се не може зауставити због: „те дубоке формалне супротности: између субјективног живота, који је неуморан, али временски коначан, и његових садржаја који су, једном створени, непокретни, али временски ваљани”.⁹⁹

Иако бисмо појмом животност о којем Зимел говори у друштвено-историјском контексту модерног доба могли означити карактеристично људску перцепцију времена својствену и предмодерном човеку,¹⁰⁰ овај појам у раду уводимо управо с обзиром на околности модерног доба. Наиме у предмодерном раздобљу животност се ограничава на мисаоно и практично деловање унутар, могли бисмо рећи, затвореног космоса утемељеног на поретку који се доживљава као вечан и неподложен променама. Жан Делимо (Jean Delumeau) пише како су у средњем веку промене биле доживљаване као оне које нарушавају поредак због чега су изазивале страх: „У наше доба новина је парола која се исплати. Некада је напротив изазивала страх.”¹⁰¹ У складу са таквом перцепцијом света човек, мада у својој садашњости опажа и своју прошлост и своју будућност, уједно је и самерава у односу према већ успостављеном светском поретку. У модерно доба, међутим, животношћу се захвата и осмишљавање алтернативног светског поретка у односу на постојећи, да би се потом деловало у складу са таквом субјективном пројекцијом. Тиме се додатно подупире самообновљиви процес културе, будући да ствари губе стабилну симболичку вредност у оквиру постојаног светског поретка и изнова се редефинишу и интегришу у субјективне пројекције алтернативних светских поредака. Како то примећује Тери Иглтон (Terry Eagleton), свест о томе да историју стварају људи, а не неки њима надређени ентитет чији налог они следе, легитимише проблематизацију историје као и

⁹⁹ Исто.

¹⁰⁰ Видети: Августин, свети, *Исповести*, Београд, Ne & Vo; Панчево, Vukur-Book, 2002.

¹⁰¹ Делимо, Ж., *Страх на западу I*, стр. 62.

слободни наставак њеног стварања без нужне обавезаности традираним вредностима: „Грађанство XIX века открило је да 'људи праве повијест', чиме је себе лишило трансцендентних означитеља који су му омогућавали да је прогласе законитом.”¹⁰²

С обзиром на измицање потпуног остварења индивидуалних пројекција света, интерпретирајући мисао Ортеге и Гасета, Мек Армстронг (Mass Armstrong) истиче да људску егзистенцију у највећој мери одређује непрекидна тежња да потпуно оствари своје замисли, иако је такав исход ове тежње немогућ: „Људска егзистенција почива на труду који проналази испуњење у самом себи, а не у свом резултату, тако да универзална историја показује човеков неисцрпни капацитет за измишљање неостваривих пројеката.”¹⁰³

У том смислу, доба модерности могли бисмо назвати историјском прекретницом која се сходно Делимоовом схватању огледа у другачијем доживљају промене човека и света у односу на премодерно раздобље. У модерном добу промена постаје ситуативно наметнута нужност и добија обрнути вредносни предзнак. Она више не изазива страх од исклизнућа из поретка, већ постаје природан исход трагања човека за собом који проналази своје место у свету уједно мењајући и сам свет.

2.3. Култура у развијеној модерности – аутономија развоја света ствари као криза културе

Тежња човека да преко објеката оствари своје потенцијале, доводи до неупоредиво бржег умножавања света ствари у односу на свет људи. Један писац на пример, након што напише књигу, ретко кад доживљава свој унутрашњи порив за стварањем заувек испуњеним у том једном опредмећењу. Он углавном наставља да пише нове књиге. Тако се ствари нижу једна за другом као последица предметног уобличавања неуморне и динамичне животности. Ствари нарастају убрзаним темпом и позиционирају се као друштвено-културне чињенице са неупоредиво већим капацитетом трајања у односу на

¹⁰² Eagleton [Иглтон], Т., „Марксизам и деконструкција”, у: Бекер, М. (прир.), *Сувремене књижевне теорије*, Свеучилишна наклада Либер, Загреб, 1986, стр. 353–362.

¹⁰³ Armstrong, М., „The philosophy of Ortega y Gasset”, *The philosophical quarterly*, Vol. 2, No. 7, Oxford University Press, 1952, str. 124–139, 127.

генерације у којима су настале – институције трају неупоредиво дуже од појединаца и друштава који су их стварали као реализацију сопственог одговора на затеченост у свету у циљу његовог бољег уређења, а уметничка дела надтрајавају своје ауторе. Овај темпо умножавања ствари је утолико појачан уколико је ослабљена „онострана” инстанца која га може ограничити са становишта смисла за општи поредак. На крају крајева и различите идеје друштвеног благостања, које се усменим или писаним путем преносе до својих читалаца или слушалаца, представљају један вид стварања, тј. фундирања света ствари. Као резултат нужности кретања културе, настаје умножавање и фрагментирање низова и поднизова друштвене стварности, што постаје на друштвено-историјском плану први пут уочљиво у развијеној модерности. То животност, односно културу ставља пред једно ново искушење, а то је немогућност апсорпције света од стране субјективности, као предуслова њеног култивисања.¹⁰⁴ С обзиром да претходно није легитимисано неким чврстим системом вредности, попут библијског наратива, све што у свету настане постаје потенцијални предмет животности односно грађе за културу.

Модерна ситуација стога с једне стране даје слободу индивидуалном рефлексивно-осећајном апарату да самостално трага за смислом, значењима и потенцијалима ствари за реверзибилну (ре)изградњу човека и света, а са друге, том слободом оптерећује због тежине прегледности мноштва ствари које су увек потенцијално важне с обзиром да се као такве могу легитимисати тек филтрацијом индивидуалног херменеутичког сензибилитета.

Култура као превладавање дискрепанције између субјекта и света, подразумева сагледавање света као јединства. Она подразумева уочавање појединачних чланова стварности као интегративних деоница једне целине, које, мада различите, одређене третманом различитих предмета, ипак међусобно кореспондирају и надопуњују се из перспективе истог светоназорско-менталитетског упоришта. То не значи да такво упориште није подложно преиспитивању, као што је био случај у предмодерним епохама. Оно може бити подвргнуто субјективној рефлексiji и проблематизацији, те евентуалним пројекцијама нове и боље светоназорске доминанте, с тим да би се такво деловање

¹⁰⁴ Фредерик Џејмсон, нпр. говори о могућности виђења јединственог света од стране јединствене личности као о предуслову модернистичке естетике: „Модернистичка естетика [је] на неки начин органски повезана са концепцијом личног јаства и личног идентитета, јединствене личности индивидуалности, од које се може очекивати да створи јединствено виђење света [...]” Џејмсон, Ф., *Крај уметности или крај историје*, Art press, Београд, стр. 22.

субјективности ослањало на актуелне фундаменталне поставке једног животног окружења.

Сходно виђењу света као интегралне целине, култура се може догађати или као ангажовање субјективности које захвата све расположиве сфере животне стварности или као ангажовање у једној или у више њих, с тим да у оба случаја то ангажовање задобија своју оправданост из сагледавања користи за свет као тоталитет. Први принцип би био универзалистички принцип, сходно чему су историјске личности које су биле дубоко верзиране у различита дисциплинарна подручја биле називане универзалистима. Други принцип би био партикуларни, с тим да се та партикуларност односи на приступ тоталитету преко једног од његових саставних делова, а не као што би се можда у први мах могло претпоставити на ограниченост једне перспективе која се легитимише из ње саме, док њена сврховитост за тоталитет није предмет заинтересованости.¹⁰⁵

Насупрот томе, сама субјективност која следи један или више сопствених афинитета, који се везују за једну или више области – за економију, пољопривреду или уметност, увек тежи, уколико се ради о култури, да кроз развој једног од расположивих потенцијала обухвата могли бисмо рећи тоталитет људске личности у којој су интегрисани сви индивидуални потенцијали. Интегрисано поље индивидуалних потенцијала Зимел назива „душеним средиштем”, чији развој путем односа према чиниоцима објективне стварности, сматра основним условностима културе:

„И ту се напослетку исказује увјетованост културе, због чега она представља рјешење једнацбе између субјекта и објекта. Њезин појам ускраћујемо ондје гдје се перфекција не осјећа као властити развој душевног средишта; али он се не може примјенити ни ондје гдје она наступа само као такав властити развој којему нису потребна никаква објективна и вањска средства и станице.”¹⁰⁶

Уколико „душевно средиште” не учествује у модалитетима општења са објективном стварношћу, онда се, према Зимеловом схватању, не ради о култури, већ о

¹⁰⁵ Зимел у контексту дисциплинарног, аутореферентног вредновања наводи примере уметности, религије и привреде, да би потом поентирао: „Сви ти низови теку у затвореност чисто унутрашњег законодавства и да ли се и с каквом вриједношћу могу употријебити у [...] развоју субјективних душа, то се уопће не тиче њихова значења мјереног посве предметним и само за њих ваљаним нормама.” Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 35.

¹⁰⁶ Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 26.

развоју фаховских вештина и учинака. У култури се једно специфично деловање на једном специфичном подручју легитимише из пресека увида у целовитост како света тако и сопства.

Са становишта начелног усмерења, култура је увек окренута добробити и благостању човека у његовој свеукупности; могли бисмо рећи удомљавању човека у свету, а њена окренутост ка објективном, као незаобилазној инстанци њеног кретања, представља специфичну форму такве бриге којом се она диференцира од осталих домена људског деловања.

Култури је, међутим, својствена противречност, јер сопственим напредовањем које нужно резултује убрзаним умножавањем ствари, доводи до тога да поредак ствари намеће друкчију логику развоја независно од интереса и потреба човека, услед чега се ангажују и развијају појединачни људски потенцијали на уштрб осталих (просветитељска научна рационалност која занемарује осећајност, на пример), што се потврђује у друштвеном амбијенту развијене модерности.

Акумулирано знање у оквиру појединачних области, на пример, поставља субјективност која их потенцијално преузима као грађу културе, пред тежак изазов усвајања и организације таквог знања да би се оно могло адекватно примењивати у сврху културе. Све већа акумулација знања доводи до застајања на партикуларном подручју, које се све теже може сагледати као део веће целине, већ, како то примећује Чарлс Тејлор, ствара утисак целине саме, што за последицу има фрагментацију модерног друштва:

„Модерно друштво нам намеће атомизам и инструментализам тиме што под датим околностима отежава ограничавање таквих односа, као и генерисањем става који их прихвата здраво за готово, као универзални стандард.”¹⁰⁷

На тај начин културна средства прерастају у циљеве. Животни потенцијали бивају експлоатисани од стране фрагмената стварности, тако што се чежња за остварењем одвија на суженом пољу које све више, сходно сопственим утемељујућим постулатима ограничава и трасира деловање субјективности.

¹⁰⁷ Тејлор, Ч., *Болест модерног доба*, стр. 93.

Ангажовање за свет као тоталитет опазиве стварности супституише се ангажовањем у специјализованим областима. Додуше, неке од тих области могу у већој мери реферисати на актуелно светскоисторијско окружење него неке друге. Уметност, могло би се рећи, садржи већи потенцијал апсорпције и интерпретације стварности него нпр. индустрија аутомобила. Ипак, обе ове области напредују и нарастају унутар сопствених постулата, чиме се све више суочавају са професионалним изазовима, преиспитивањима и иновацијама, све мање реферишући на друге сегменте стварности и њихову интеграцију са њима у један тренутни или пројектовани облик животне заједнице. На тај начин субјективни потенцијали постају средства за напредовање ствари, независно од човекове потребе за тим напредовањем, а често и супротно њој. О модернистичком функционализовању субјективних потенцијала за потребе развоја отуђених специјалистичких области, које не погађа сам развој субјективности у целини њеног склопа, али и о пореклу тог феномена из саме природе културе чија је последица прогресивно умножавање ствари проистекло из нужности културе у којој се субјективност утемељује и развија преко преобликовања и стварања објективних елемената стварности, Георг Зимел пише:

„Читава прекомјерна специјализација, на коју се данас тужи на свим подручјима рада, чији даљни развој ипак као с демонском неумољивошћу присиљава на покорвање њезину закону, само је посебан облик оне опће коби елемената културе: да објекти имају властиту логику својега развоја и по њезиној конзеквенцији скрећу са смјера на којему би се могли уклопити у особни развој људских душа.”¹⁰⁸

Као један од најочитијих примера изостанка увида човека у културну сврховитост свог производа, Зимел наводи пример радника у фабрици: „Активношћу различитих особа настаје неки културни објект који као цјелина, као јединство које постоји и дјелује на специфичан начин нема произвођача, није произишао из одговарајућег јединства душевног субјекта.”¹⁰⁹

¹⁰⁸ Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 46.

¹⁰⁹ Исто, стр. 42.

Сходно овом схватању могли бисмо рећи да се читава ситуација развијене модерности парадигматично огледа у подели рада на индустријској траци. Ако радник у фабрици обавља једну специјализовану радњу, немајући при томе увид у целину финалног производа, могли бисмо рећи да се такав принцип у развијеној модерности шири на читаву стварност, тако што се човек са становишта свог увида, односно недостатка увида у крајњи исход учинака свог рада у односу на општу сврховитост, у оквиру све аутономнијих низова друштвене стварности, принципијелно не разликује од радника на траци. Као што радник у извесном смислу опслужује машински погон као незаустављиви ток производње који се непрекидно креће ка њему недогледном крају, тако и модерни човек у начелу служи специјализованим огранцима своје компетенције, немајући могућност комплетног увида у последице свог деловања. У оваквим околностима пред културу се поставља задатак интегрисања фрагментираних и диференцираних стварности, односно задатак поновног успостављања регулације поретка средстава и циљева. Испуњење овог задатка испоставља се као проблематично, јер би то подразумевало да култура селективно пропушта неке од објективних чињеница у домен своје пажње, док би неке одбацивала као за њу ирелевантне. Према схватању Зимела, култура, међутим, не садржи овакав селективни потенцијал, већ све што је подложно погледу субјективности; све што сачињава нечији хоризонт, улази у круг заинтересованости човека као грађа за културу,¹¹⁰ те „тако настаје типичан проблем модерног човјека: осјећај да га ти безбројни елементи културе гуше зато што их не може ни изнутра асимилирати ни једноставно одбацивати, јер они потенцијално припадају његовој културној сфери”.¹¹¹

Дало би се закључити да овај вид кризе у култури, који Зимел уочава на пољу модерног друштва, произилази из сталне потребе да се животност изнова опредмеђује што доводи до умножавања ствари, те фрагментације друштва. У том смислу да се закључити да култура сама креира друштвену структуру која се, у погледу интеграције

¹¹⁰ Зимел чак наводи да нека уметничка дела који могу имати мању естетичку вредност могу имати већи културни потенцијал с обзиром да отварају простор реципијенту да употпуњује његове недостатке, те тако интезивирају однос реверзибилног развоја човека и света који га окружује: „Тако се ни на значењу духовног дјела, ма колико високо или ниско оно било у својем властитом низу, не може препознати што то дјело може допринјети развоју културе. Тај допринос може бити обрнуто пропорционалан властитој или иманентној вредности дјела. Постоје човекова дјела највишег ступња довршености, према којима баш због те потпуне заокружености не можемо наћи приступа или која због тога немају приступа до нас.” Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 36.

¹¹¹ Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 73.

фрагментираниог света, испоставља за њу неповољним тлом. С једне стране у култури се тежи успостављању света у којем се формирају споне између отуђених партикуларности, а са друге, као резултат те тежње настају ствари које будући да немају фиксирано место у стабилном поретку, подупиру процес фрагментације. Ово кретање културе у смеру супротном њеним интенцијама Тери Иглтон објашњава на следећи начин: „Култура је на тај начин симптоматична за подијелу коју настоји надићи. Као што је скептик примијетио за психоанализу, она је сама болест за коју нуди лијек.”¹¹²

У том смислу могло би се рећи да је изневеравање синтетичко-интегративне интенције културе, управо оно што чини културу вечито недовршеним, али због тога и вечито живим процесом.

2.4. Диференцијација и сукоб културног и индустријског принципа

На овом месту указаћемо на једну равну принципијелне разлике између културног стваралаштва¹¹³ и индустријске производње. То чинимо како бисмо објаснили један распрострањен принцип односа човека према свету у доба тзв. треће индустријске револуције¹¹⁴ који је према нашем схватању и данас свеprisутан и у великој мери условљен екранским медијима. Наглашавамо да када говоримо о индустријској производњи ту није реч о принципу који је својствен искључиво индустрији као једној специфичној области, већ о парадигматичном виду одношења према свету који се од треће индустријске револуције прогресивно шири на читаву стварност.

Наиме, умножавање ствари које настаје културним стваралаштвом, а које произилази из непрекидног обнављања расцепа између човека и света и жеље да се тај расцеп превлада, доводи временом до застаревања одређених ствари насталих у том процесу. У стваралачким интенцијама у којима животност тежи свом опредмећивању присутна је

¹¹² Иглтон, Т., *Идеја културе*, стр. 42.

¹¹³ Под културним стваралаштвом подразумевамо сваки вид одговора на културно конститутивну кризу који се испољава као опредмећење животности у стварима.

¹¹⁴ За периодизацију индустријских револуција видети: Rosado-García, M.J., Kubus, R., Argüelles-Bustillo, R., García-García, M.J., „A New European Bauhaus for a Culture of Transversality and Sustainability”, *Sustainability* 13, Basel, 2021, приступљено 10.11.2022.

жеља за трајношћу ствари у којима се она опредмећује. Њихово застаревање и настајање нових ствари последица је увиђања нових могућности, те непрекидног обнављања стваралачких порива, што је резултат деловања животности у ситуацији модерног доба.

Супротно томе, према Гинтеру Андерсу, у индустријској производњи се свесно тежи ка што бржем застаревању производа и обнављању производње. У свом делу *Застарелост човека* Андерс пише:

„Принцип репродукције у данашњој индустрији не изражава само то да су производи, изграђени у серијском процесу трошни и пролазни, не само то да ће они, као и делови ранијих генерација производа, једног дана, на жалост, од старости пропасти, него и да пате од сасвим својеврсне смртности, од смртности чија карактеризација звучи управо теолошки: наине да треба да умру, да су намењени пролазности.”¹¹⁵

За разлику од културног стваралаштва где ствари настају из потребе усаглашавања човека и света, у индустријској производњи производи настају из потребе да се производња настави без обзира на то колико сами производи могу бити корисни по питању таквог усаглашавања. Штавише, уколико би производи ефикасно одговарали на људске потребе, то би успорило наставак производње нових производа чиме би и сама производња била угрожена.¹¹⁶ Због тога производња осим самих производа мора производити и потребе за њима.¹¹⁷

За разлику од индустријске производње која тежи сопственом одржању путем понуде изнова нових, брзо застаревајућих производа, могли бисмо рећи да културно стваралаштво, уколико се води поривом за смањењем отуђености између човека и његовог

¹¹⁵ Андерс, Г., *Застарелост човека*, стр. 39. Поднаслов овог дела гласи: *О разарању живота у доба треће индустријске револуције*. Једна од основних нити дела јесте теза да индустрија и технологија, радикално мењају човека у његовој суштини што се очитује управо у трансцендирању што брже производње и потрошње са саме индустрије на свеприсутни потрошачки менталитет који задире у однос човека према себи, стварима, другима и свету. У складу са тезом да се производи како он каже „рађају за умирање” Андерс заључује: „Човечанство које свет третира као 'свет за одбацавање', третира и себе као 'човечанство за одбацавање'.” Исто, стр. 43.

¹¹⁶ Андерс објашњава супротност интереса производње и трајног производа преко алегоричког примера пекара (произвођач) и трајног хлеба (трајни производ): „Да поседујемо неко средство (рецимо, некакав трајан хлаб из бајке) које би се, не трошећи се, могло свакодневно и даље употребљавати, онда би ово парче својине принудило пекара да затвори радњу.” Исто, стр. 46.

¹¹⁷ Као најочитији пример произвођења нових потреба, сходно којима се се одбацују производи које поседујемо, зарад куповине нових који би адекватно одговорили на нове потребе Андерс наводи рекламу: „Свака нас имплицитно позива да се одрекнемо објекта које већ поседујемо; да их одбацимо као пропале, дакле да будемо беспопштедни. Свака реклама је апел за разарање.” Исто, стр. 43.

окружења, не садржи у себи захтев за новим, учесталим опредмећивањима животности како би се одржавао сам стваралачки процес. Напротив, у стваралаштву долази до ангажовања људских потенцијала у циљу њиховог што потпунијег одраза у објективираној форми, што углавном захтева проток времена у ком се стваралачки процес одвија док не дође до коначног опредмећења.¹¹⁸ Могла би се можда у великом броју случајева уочити пропорција дужине стварања неког дела и трајности тог дела. У стваралачком ангажману тежи се, могло би се рећи што савршенијем и трајнијем „производу”, при чему стваралаштво није само себи циљ већ модалитет преобликовања света који се доживљава као отуђен, док се у индустријској производњи тежи одржању саме производње фреквентном сменом производа намењених за брзо трошење и заборављање. На основу разлике у погледу сврхе опредмећених форми културног стваралаштва и индустријских производа могли бисмо извести два супротстављена парадигматична односа човека према свету. Први ћемо назвати принципом културе, а други индустријским принципом.

Најопштије речено разликовање индустријског принципа и принципа културе очитује се у томе што први почива на коришћењу света као ресурса зарад одржања производње, а други на залагању индивидуалних рефлексивних и афективних потенцијала за свет.

Уколико смо културу дефинисали као процес превладавања дискрепанције између субјективности и света, који пропорционално потискивању трансценденције као регулационог наратива ослобађа свест нужности реферисања на онострано, што за последицу има генезу појединачних скупова релација човек-свет и њихово непрекидно настајање, онда и саму индустрију можемо тумачити као производ културе, тј. као нечију пројекцију начина преображавања света, помоћу одређених средстава, у циљу нечијег благостања. Индустрија, такође обликује свет као и култура, у циљу његовог постајања бољим, човеку прилагођенијим местом за живот, са разликом што она наставља са том праксом вођена императивом сопственог опстанка, мимо запитаности о опстанку света. Реч опстанак се овде може разумети и условно, као опстанак будућег света као доброг

¹¹⁸ О дужини стваралачког процеса који се окончава у делу, а који може подразумевати дуг период осамљивања и одсуства ствараоца, Борис Гројс пише: „Период одсуства је могао потрајати данима, месецима, годинама, а каткад читавог живота [...]. Другим речима, креативни рад је рад који подразумева десинхронизацију стваралачког рада и излагања резултата тог рада, створене ствари.” Гројс, Б., *У току*, Службени гласник, Београд, 2020, стр. 187.

места за живот, али и дословно као опстанак света у пуком материјалном смислу, као опстанак планете. За пример који указује не само на деструкцију сопствених производа од стране индустријске производње, него и на уништење света индустријским производима Андерс наводи пример атомске бомбе: „Спектакуларно средство за производњу о којем говорим је наравно, оно које је човечанство први пут довело у стање да произведе своју властиту пропаст, дакле, атомску бомбу.”¹¹⁹ Производња атомског наоружања можда на најочигледнији начин сведочи о разлици индустријског принципа у коме се производња не сме зауставити ни по цену свеопштег уништења и хуманистичко-алтруистичког принципа културе. Парадоксално, принцип индустрије је такав да производња не сме бити заустављена нити ограничена ни према критеријуму вероватноће њеног сопственог уништења од стране њеног сопственог производа, у чему се огледа његов ирационални моменат.

Иако би се, дакле, могло закључити да индустрија проистиче из културе као модалитет одговарања на ситуацију европске модерности, напретком технологије и развојем капиталистичког поретка долази до преокрета где индустријски принцип захвата и саму културу. Адорно и Хоркхајмер¹²⁰, као и Гинтер Андерс, говоре о секторисању културе која уместо одраза синтетичко-интегративне контемплације и праксе којима се промишљају и изграђују човек, свет и међуљудски односи, другим речима уместо одраза живота самог, постаје један отуђени сегмент фрагментиране стварности.

„Ни један појединачан сектор није култура; већ је то стил целог живота, стил који само секундарно утиче и на производе. Онај ко наглашава да негује „сектор културу” (као што се то већ догађа у називима извесних одељења на радију и телевизији) легитимише се као *варварин* зато што негује „сектор културу”; и зато што тим изоловањем сектора показује да претпоставља да је људски живот нешто примарно преткултурно.”¹²¹

С обзором на то да брза потрошња пропорционално унапређује производњу, Андерс закључује да време у којем се производи троше, јесте нужна препрека за производњу, те да би идеални облик производње захтевао моментално трошење производа, тј.

¹¹⁹ Андерс, Г., *Застарелост човека*, стр. 20.

¹²⁰ Видети: Адорно, Т. и Хоркхајмер М., „Културна индустрија”.

¹²¹ Андерс Г., *Застарелост човека*, стр. 258.

максимално скраћење времена потрошње: „Тај идеал би могла да оствари само кад би нас могла навести да своје производе неодложно ликвидирамо употребом; јер тим ликвидирањем она би била принуђена да сместа производи и продаје нешто ново.”¹²²

Индустрија се овом идеалу према Андерсовом мишљењу приближава путем радија и телевизије где „емисија између онога ко емитује и онога ко прима не добија статус засебног предмета у времену између производње и потрошње [...]. Овај је предмет потрошни предмет који, пошто се сместа троши, намеће потребу да се одмах потом испоручи још једна емисија; и тако *ad infinitum*.”¹²³

У даљем току рада ћемо, међутим, показати да је индустријски принцип присутан не само у телевизијској продукцији и рецепцији, већ и у многим видовима корисништва других екранских медија, те да као принцип супротстављен принципу културе јесте важан аспект стварања кризе у савременој култури, условљене кориснишвом екранских медија.

2.5. Екрански медији између датости и могућности

У промишљању културе, у оквирима овог рада, важну улогу игра претпоставка да је култура производ апсорпције статичних, мирујућих ствари од стране динамичне покретљиве субјективности. Ова динамика субјективности произилази из њене темпоралне структуре коју смо одредили појмом – животност. Овај појам одабран је сходно традицији схватања културе која је доводи у везу са концептом живота у оквиру филозофије живота. У претходним излагањима смо се дотицали и субјективне пројекције ствари као једне од битних димензија културе. Култура почиње детекцијом расцепа између субјекта и света, да би се потом пројектовала будућност као хармонична пројекција усклађивања ова два различита, изворно супротстављена ентитета. Ортега и Гасет ову пројекцију назива животни пројект.¹²⁴ Животни пројект представља структуралну схему самог концепта живота. То је идеја о стварима које нас окружују, а настаје на основу њихове специфичне појавности. Могло би се рећи да је по среди неки

¹²² Исто, стр. 52.

¹²³ Исто, стр. 54.

¹²⁴ Видети: Ортега и Гасет Х., *Што је филозофија?*; исти, *Размишљања о техници*.

вид обрнутог платонизма, пошто ствари нису одблесци вечних идеја, већ се идеје управљају и настају из онога што се затиче на хоризонту појавности. Као што ствари, према Платоновом схватању, никада не могу достићи савршенство идеја, тако ни културна факта остварена на путу ка реализацији животног пројекта не могу потпуно остварити идеје благостања, тј. животног пројекта. Живот је према Ортеги субјективна пројекција ствари (околности), док су објекти културе скуп оваплоћених низова проистеклих из такве пројекције. Култура се у складу са таквим њеним разумевањем не може просто наследити као одређени контингент створеног, већ увек подразумева општење са стварима на начин да оне ступају у живот синтетизоване са временском растељивошћу животности, пошто их она инкорпорира у визију њихове и сопствене будућности. Животност представља потенцијал живота, односно културе, који прелази у живот и културу у додиру са стварима.

Култура је дакле као одраз живота¹²⁵ увек упућена на садашњост, или можда је боље рећи на до-садашњост, јер садашњост подразумева свеукупну акумулацију историјско-културне грађе чији су делови потенцијално на снази у нечијем презенту, у зависности од њихове импрегнације животношћу, из које се управља ка будућности.

Схватање културе као технологије живота, подразумева критику културног наслеђа као из прошлости наслеђеног скупа канонизованих вредности, сходно којима се регулише живот. У зависности од оваква два приступа – преузимању наслеђених културних канонизованих дела и вредности, са једне стране, или њиховом разумевању као грађе за културу у настајању с друге, можемо говорити и о *неаутентичној* и *аутентичној* култури. Једно фиксирано поље вредности, попут, на пример, канонизованих уметничких дела, етичких норми, религијских догми, итд., чини културну архиву, односно, део до-садашње стварности који улази у опсег разматрања животности, ситуиране у тој стварности и управљене ка њеној будућности. Делови културне архиве се, надаље, потенцијално преузимају из дијалога са савременошћу, са циљем њеног култивисања. Уколико се, човек

¹²⁵ Зимел у контексту теорије културе наглашава важност разлике између човека као живог организма и ствари као неживих на пољу перцепције времена својствене човеку у којој су прошлост, садашњост и будућност истовремено присутне у свести: „Док све неживо напросто посједује само садашњи тренутак, оно живо протеже се на неупоредив начин преко прошлости и будућности. Сва душевна кретања, типа хтијења, дужности, позива, надањам духовни су продужени темељне одредбе живот: да у својој садашњости садржи своју будућност, у посебној форми чији је опстанак садржан управо само у животној процесу.” Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 24.

међутим, ескапистички, без обзира на савремену ситуацију или из антагонистичког односа према њој и њеним актуелним феноменима који сачињавају друштвену стварност, склања у статични комодитет традираних вредносних канона, и у оквиру њега делује, то онда, у складу са тим што смо идентификовали као индустријски принцип, представља само једну варијацију ангажовања у сфери партикуларног самоодовољног дела стварности који не комуницира са њеним остатком. Оно што се у оваквој пракси често губи из вида, јесте историчност традираних културних вредности. Оне се доживљавају као универзалне, те као потенцијални коректив технолошког прогреса. Оно што се, међутим, превиђа јесу прилике настанка културне архиве, као својеврсног одговора животности на њене тадашње светскоисторијске услове. Такво превиђање је у основи превиђање историјског прелаза скупа створеног у скуп датости. Оно што је некада створено као резултат нечијег животног пројекта, а што увек подразумева одговор животности на садашњост, преузима се као скуп наслеђених постулираних вредности чије важење не зависи од историјских промена, при чему се таква пракса уједно именује културом.

Надаље, дистинговирање „културног” и „некултурног” врши се према критеријуму нечије посвећености културној архиви и упућености у њен домен, где би културно било оно што произилази из познавања „високе културе”¹²⁶ и што се као такво одређује према наслеђеном високо-културном коду, при чему је заинтересованост за савремене трендове скрајнута због своје претпостављене профаности, баналности или деструктивности. Некултурно би насупрот томе било оно што безрезервно прихвата и усваја савремене токове, без упитаности о њиховој ваљаности и сврховитости, по принципу аутоматизоване социјализације. Наведено често имплицира незаинтересованост за „културу”, као и неупућеност у сферу високе културе философији живота, те овакво дистинговирање не погађа истинску границу између културе и некултуре.¹²⁷

Оно што је са становишта философије живота проблематично у оваквом приступу, јесте схватање начина ангажовања животности у сопственом времену. Могли бисмо рећи да је у околностима различитих објективних могућности, чија вредносна хијерархија није већ успостављена неком вишом трансцендентном инстанцом, ангажованост животности у

¹²⁶ Под високом културом подразумевамо пре свега западно европску уметничку традицију, сликарство, вајарство и књижевност, која се похрањује у музејима и временом добија статус тзв. класичне уметности.

¹²⁷ Уп.: Weber, F., „An approach to Ortega's idea of Culture: The concept of literary genre”, str. 142–156.

извесном смислу сама по себи разумљива. Та саморазумљивост огледа се управо у нужности животности да сама, у одређеној мери, успоставља такву хијерархију и да се према њој одређује. Тако би и малопре поменуто опредељење за високу културу, где њено наслеђе представља један од низова објективних чинилаца стварности, било један од начина ангажовања животности у сопственом историјском тренутку. Исти је случај и са занемаривањем високе културе као партикуларитета, и окретања ка ономе што спада у масовну културу.¹²⁸ Ни један ни други вид ангажовања животности није, међутим, још увек довољан да бисмо то ангажовање препознали као културно ангажовање. Оно што у оба случаја недостаје, јесте управо комуникабилност културне архиве и савремених токова, које се испоставља као императив животно-културног деловања животности. То подразумева да се нити културна архива нити садржаји масовне културе не могу посматрати као датости, већ као проблеми – као саставни делови још неуобличеног, неуређеног света, које животност тек треба да уобличи и присвоји. Култура би стога подразумевала поглед на традиране вредности из садашњости. Тим погледом обухваћени делови архиве тумаче се као витални или превазиђени у односу на ту савременост, са аспекта њихове потенције за њено култивисање. Другим речима, нешто се препознаје као животно-културна грађа из компаративног увида у садашњост и у тековине прошлости. То, надаље, имплицира нужност усмеравања пажње животности ка доступној, текућој стварности. Овакав вид ангажовања животности Ортега и Гасет назива рацио-витализмом.

Рацио-виталистичко становиште почива на претпоставци да се без обзира на степен развијености цивилизације, при чему се та развијеност првенствено препознаје као моћ технике да уштеди људске напоре у задовољавању различитих потреба, свет увек човеку указује као проблем. Оно што рацио-витализам уочава као узрок неуочавања света као проблема, јесте управо утисак релаксираности проистекао из техничких олакшица које стварају привид благостања. У том смислу је, на пример, „примитивни” човек,¹²⁹ као и човек који се затиче у условима друштвене кризе, у извесном смислу у предности у односу на човека ситуираног у околностима комфора и стабилности.

Живот је, као такав, вечити бродолом. Бити бродоломник не значи давити се. Људско биће, осећајући да тоне у бездан, покреће руке како би остало на површини. Ово

¹²⁸ Уп: Адорно, Т. и Хоркхајмер, М., „Културна индустрија”, стр. 66–99.

¹²⁹ Примитиван у смислу историјске ситуираности у прапочецима цивилизације.

кретање руку које је реакција на његово сопствено уништење јесте култура-пливачки замах. Када култура није више од овога, она испуњава своју функцију. Али десет векова културног континуитета доноси са собом, међу многим предностима, огромну ману, да се човек осећа сигурним, губи осећај бродолома, и његова култура наставља да га оптерећује као паразитска и флегматична твар. Зато мора уследити извесни дисконтинуитет, да би човек био у стању да обнови свој осећај опасности, супстанције његовог живота. Читав његов живот-безбедоносна опрема мора пропасти. Он не сме имати ништа на шта би се ослонио. Тада ће се његове руке поново, искупљујуће покренути.¹³⁰

Суочен са природним опасностима у почецима цивилизације, или са урушавањем цивилизацијских постулата у технички развијенијим епохама који су неко време одржавали један релативно стабилан период, човек бива на интензивнији начин увучен у идејно-делатно усмерење животности према уздрманом свету, у циљу поновног успостављања стабилности. На тај начин амбијент друштвене кризе може бити подстицајан за културу, као што обратно, привид благостања може довести до атрофирања животности као покретача културе.

Оно што је карактеристично за савремени, технологијом посредовани свет, у чему посебно издвајамо посредовање екранских медија, јесте перцепција стварности као привидно непроблематичне.¹³¹

Општењем са стварношћу преко екранских медија, који ефектно супституишу стварност као такву, укида се осећај стварности као неистражене сфере, која тек треба да се разуме и сходно разумевању преиначи. Другим речима, савремено коегзистирање човека са технолошким направама, посебно са екранским медијима растерећује човека од осећаја културно-конститутивне кризе. Поглед везан за екран смешта кориснике у

¹³⁰ Ortega y Gasset, J., *The Dehumanization of art and other essays on art, culture, and literature*, str. 136, 137.

¹³¹ Влатко Илић уочава сличност између ефекта илузије у перцепцији уметности и у перцепцији света медија. Он сматра да је – као што је својевремено Данто (Danto) наглашавао потребу да свет уметности, који би се препознавао на основу његове специфичне атмосфере, буде идентификован као онај који се разликује од стварног света, а у циљу избегавања мешања сфере уметности и стварности изазваног илузионистички ефектом перцепције уметности – потребно теоријски промишљати свет медија као такође атмосферски диференцирану сферу, у циљу. разграничења света медија од стварног света. Идентификовање света медија треба да омогући анализу појединачних медијских феномена као припадних свету медија. С обзором на неразликовање уметничког и стварног, Илић тврди: „Исто неразликовање уочљиво је и данас, пошто се медијске опсене у све већој мери опажају попут самог, односно технологијом не посредованог живота.” Илић, В., „Медији – безумље – забава”, стр. 115–129, 116.

позицију публице која посматра и мање или више интерактивно учествује у већ готовој, екрански дистрибуираној стварности, ослобађајући их позива да је сами промишљају и (ре)креирају.

Према рацио-виталистичком становишту, екрански медији се као данас готово свачије непосредне животне околности не могу заобићи у питањима живота односно културе. Као неодвојиви и свеprisутни део савремености, они захтевају рефлексију животности. Овај захтев се, међутим, испоставља као врло изазован и комплексан, с обзиром на природу самих медија, чију специфичност уочава Маршал Меклуан својим двама опсервацијама, које су готово незаобилазне референце у промишљању медија, о томе да је медиј порука и да су медији продужеци људских чула.

Ако је наше основно полазиште да су основне претпоставке културе препознавање субјективности и света као два различита ентитета чији се расцеп тежи надићи културом, већ ови Меклуанови увиди указују на потешкоће расуђивања при одговору на питање да ли су екрански медији уопште светски феномени, делови наше субјективности или пак нешто између тога двога. Можемо ли јасно препознати себе наспрам екранских медија, да бисмо уопште могли да говоримо о њима као о светским околностима?

Оваква питања произилазе из саме структуре екранских медија конституисане из два кључна слоја, технолошко-материјалног и емисино-садржајног. Да би се анализирао потенцијал медија као свеprisутног потенцијалног културног ресурса, неопходно је узети у обзир оба поменута нивоа. Медији су с једне стране апарати, материјални носиоци медијских садржаја, а са друге сами емитовани садржаји. Кључна питања овог рада у основи су подстакнута високом ефикасношћу медија да својим видљивим слојем, односно медијским садржајем, прикривају свој дубински структурни механизам, који омогућава и предодређује њихов површински, видљиви слој. То се већ може увидети на примеру посматрања неког садржаја који се појављује на екрану, при чему се у току посматрања или читања перципира оно *шта* екран као материјални слој носи, док он сам остаје неопажен. Оваква ситуација није специфична само за екранске медије, већ и за сваки вид комуникације преко одређеног медија, књиге, штампе, слике, скулптуре итд. Оно чиме се екрански медији у овом аспекту битно разликују од неекранских медија, јесте њихов потенцијал и ефикасна реализација таквог потенцијала да апсорбују, и како ћемо касније

видети, фабрикују знатно већи део стварности, те да га масовније, брже и непосредније емитују, при чему условљеност медијског садржаја медијском апаратуром остаје прикривена. Последица тога је заобилажење упитаности о медијима као посреднику стварности, што се односи на њихов дубински, носећи слој, те утисак о сусрету са непосредованом стварношћу преко екрана.

Легитимација незаустаљивог прогреса о чијој смо епохално-ситуационој генези раније говорили, у случају медија се испољава као материјализација пројекта бржег и обимнијег информисања о светским збивањима. Таква материјализација прегнантно је одговорила на овакву аспирацију. Ипак, оно што је том приликом у великој мери остало ван круга пажње, осим у пољу теорије, јесте питање о природи средства које тако успешно удовољава захтеву за информисаношћу, што је уједно и упитаност о природи такве информисаности. Оно што желимо овде да нагласимо јесте да заобилажење питања о медију као средству, није узроковано мањком нечије рефлексивности, већ управо структуром самог средства, његове моћи да усмерава токове живота у сфери јавног и приватног, независно од воље субјективности, чак је у великој мери рашчињавајући. Делотворност такве моћи произилази из ефективног прикривања дубинског слоја апаратуре медијским садржајем на њеној површини који се указује као светски хоризонт који мобилише пажњу гледаоца као потенцијално релевантна сфера за његово култивисање.¹³²

Уколико се вратимо на радио-виталистички принцип животног пројекта као императива рефлексивности над стварима које нас *сада и овде* окружују, без чега нема историцистичко-виталистички схваћене културе, испада да су медији резултат нечијег

¹³² Манович на пример истиче да је компјутерски екран настао као пројекат војне индустрије намењен надзору и контроли: „Развијајући генеологију компјутерског екрана, он наводи да се његова 'повијест' не може повезати са забавом (за разлику од филма или направама који њему претходе), већ прије свега с војним надзирањем.” Илић, В., „Како пишемо уметност”, *Филозофска истраживања* 120, св. 4, 2010, стр. 635–648, 644.

Позивајући се на Пола Вирилиа, Фридрих Китлер види брзину информација, те њоме омогућене контролу и надзор, што се да препознати као једна од суштинских функционалности интернета, као изворно војну предност у односу на непријатеља, а уједно и као основни мотив за технолошки развој, како их он назива оптичких медија: „Други аргумент Вирилиа гласи да стратешки интерес за бржим информацијама – ради контроле и управљања властитим трупама, контроле и осматрања непријатељских, а нарочито контроле и управљања властитим, ако је могуће тренутним реакцијама на непријатељске акције – представља кључни покретач за експлозивни успон оптичких медија током последњих педесет година.” Китлер, Ф., *Оптички медији*, стр. 39.

пређашњег животног пројекта, који је наишао на масовну употребу у виду готово неизбежне обичајности свакодневног живота. Такав пенетранти уплив медија у историју праћен је масовним утиском о медијима као о датостима; као о нечему што је природно, а не наслеђено као оваплоћење нечијег одговора на његове или њихове некадашње животне околности.

Овај утисак у случају медија произилази из двослојне структуре медија с једне и сугестивне само-прикривајуће моћи њиховог садржајног површинског слоја с друге стране. Као што смо раније навели, ослањајући се на Зимела и Ортегу, за однос према стварима, а у циљу њиховог и сопственог култивисања, што претходно подразумева стајање пред стварима као пред проблемима а не датостима, потребно је имати увид у њихову интегрисаност у перспективу једне целине светско историјске стварности. Медији нас, међутим, постављају у проблематичну ситуацију која диктира слабе изгледе за сагледавање њихове јединствености у склопу целине, на начин да њихов видљиви слој прикрива њихов невидљиви слој. Ово само по себи не би било посебно проблематично уколико говоримо, рецимо, о традиционалном уметничком делу где појавност видљивог такође прикрива увид у материјални слој, мада га овај условљава. У случају екранских медија ствар је, међутим, доста сложенија.

Ако смо раније, сходно схватању Зимела, говорили о проблему дезинтеграције стварности која у модерно доба постаје скуп међусобно отуђених, аутореферентних области, могли бисмо и медије препознати као једну такву издвојену област. Медији се, међутим, успостављају као једна специфична област на доста суптилнији, свеобухватнији и ефектнији начин. Наиме, они прикривају своју сингуларност тако што репрезентују целину апсорбујући је у свој технолошки режим приказивања. Привид неутралности ове репрезентације је по више ставки проблематичан, али то се може преиспитивати у оквиру теоријске рефлексije док у самом чину перцепције медијског садржаја и активног партиципирања у медијском простору, као у случају друштвених мрежа, није прозирно.

Екрански медији, као ни један други сегмент стварности, располажу могућношћу репрезентације псеудо-целине која се у перцепцији или њеном фундарању од стране корисника не указује као креирана и предодређена материјално-технолошким медијским слојем, односно спрегом овог и површинског видљивог слоја. Тако медијски површински

слој оптерећује животност, не као један од ентитета стварности који се сагледава као парцијалност у оквиру целине, већ као сама стварност. На тај начин медији узрокују трансгресију усмерења животности са њихове целине на њихов површински слој, тако успешно креиран управо захваљујући предиспозицијама свог технолошко-материјалног слоја, којег померају из видокруга животности. Откривајући „стварност” медији прикривају себе као ствари подложне рефлексији у оквиру стварности.

Проблем непрозирности целине због концентрације на њен хипостазирани део, у случају медија постаје непрозирност дела због концентрације на њиме репрезентовану, а заправо ефектно симулирану целину. Управо оваквим ефикасним само-прикривањем своје партикуларности, медији своде деловање субјективности у домен њиховог технолошког устројства, чиме се субјективност делимично, а можда и више него делимично развлашћује, што умањује и могућност културе. Ако је раније проблем разликовања могућности и датости, тј. разоткривања карактера проблематичности наслеђених ствари које се привидно указују као датости још и могао бити зависан од интенције и воље животности за рефлексијом, разоткривање медија у овом погледу показује се као беспредметно, јер је поглед животности увек већ преусмерен са самих медија на медијску стварност као стварност по себи. Оно посредовано се заобилази, тако што се перципира као поље објективно стварног са којим се онда саопштава и према коме се одређује. Медији тако експлоатишу чежњу субјективности за култивисањем света, тако што је оптерећују својим површинско-садржајним слојем којим се ефикасно приказују као сам свет, док истовремено ускраћују погледу субјективности себе у својој целовитости, односно техничко-технолошкој парцијалности и ограничености. Информишући, они ускраћују информације о себи, о својој још увек страности, која је с обзиром на њихову свеприсутност у савремености уједно и позив животности на њено разоткривање.

Културно онтолошка криза узрокована занемаривањем медија као животних околности, што претходно подразумева њихово неосвешћено узимање као датости уместо као проблема, резултат је завођења медија који опчињавају собом, скривајући истину о себи.

3. Телевизија – стварност по принципу индустрије

Глобалном распрострањеношћу и снагом свог ефекта који погађа људску егзистенцију, за телевизију се може рећи да је екрански медиј. Хронолошки гледано, телевизији претходи филм који би се по структури такође могао сврстати у екранске медије, као што би се уосталом и сви медији са којима се сусрећемо као са садржајем унутар неког оквира могли дефинисати као екрански, у шта спадају и правоугаоно оивичени штампани медији на пример. Видови екранског утицаја на суочење човека са својом стварношћу који са интернетом постају комплекснији, снажнији и обухватнији могу се први пут јасније идентификовати у перцепцији телевизијског програма. У ефекту телевизије могу се уочити извори екранског утицаја на човека и културу из којих се касније гранају, развијају и усложњавају облици корисништва екрана и њихових последица које доноси интернет и на њега ослоњени екрански уређаји, на шта ћемо настојати да укажемо у овом поглављу и кроз цео рад.

Телевизија се данас, с обзиром на доминацију интернета, сматра готово застарелим медијем. Ово поглавље, међутим, посвећујемо телевизији, не из разлога неслагања са општеприхваћеним ставом да данас интернет односи превагу у нашем односу са стварношћу, већ из разлога сагледавања ефективног, континуираног утицаја екранских медија, што нам омогућава јаснију прегледност генезе екрана чији се утицај од телевизије до данас начелно може дефинисати као, Зимеловски речено, задржавање човека и света у затвореном јединству, ефективном симулацијом развијеног јединства: „Култура је пут од затвореног јединства кроз неразвијено мноштво до развијеног јединства.”¹³³

Задржавање у неразвијеном јединству подразумева управо неосвешћивање кризе као позиционираниости себе наспрам света која се превазилази културом, не би ли се стигло до стадијума развијеног јединства као, мада никад потпуног, укидања дуалности субјективитета и њему опазивих светских околности. Континуитет у деловању

¹³³ Зимел, Г., *Контрапункти културе*, стр. 25.

телевизијског екрана и осталих, савременијих екранских уређаја видимо у задржавању човека у неразвијеном јединству са екранском стварношћу. Она се у перцепцији доживљава као већ наша, блиска стварност коју према томе нема потребе активно преуређивати и егзистенцијално присвајати, већ се човек у изложености екрану, аналогно реактивно-анималном бићу, које се будући лишено момента само-рефлексije прилагођава датом природном окружењу без могућности да то окружење прилагоди себи, адаптивно односи према екранској стварности, некритички је усвајајући и репродукујући.

3.1. *Непрозирност телевизијског екрана*

До појаве телевизије и масовности њене гледаности, принцип индустрије продире у појединачна, диференцирана подручја људских делатности у оној мери у којој оне напредују унутар себе, према сопственим захтевима и сходно сопственим постулатима како би себе одржавале, без погледа изван себе ка свету и њиховој сврсисходној интеграцији са њим. У околностима заклањања стварности једним њеним делом, ствари губе посредничку улогу у односу човека и света, прерастајући у циљеве. Индивидуални потенцијали и иницијативе се ограничавају и постављају у функцију нарастања света ствари окренутих ка сопственом аутономизованом самоодржању кроз перманентни прогрес.

Са појавом телевизије долази, међутим, до могућности подређивања читаве стварности индустријском принципу, тако што се она, како то примећује Гинтер Андерс производи за потрошњу као телевизијска слика, чиме и сама слика није више изолована уоквирена површина ограђена спрам стварности, која се може повремено посматрати и естетски опажати већ доминантни облик опажања стварности:

„Слика је главна категорија зато што се данас слике више не појављују као изузеци у нашем свету, зато што смо чак опкољени сликама, зато што смо изложени трајној киши слика. Раније је било слика у свету, данас постоји свет у слици, тачније свет као

слика, као зид у слици који непрестано привлачи поглед, непрестано опседа, непрестано открива свет.”¹³⁴

Претпоставка да телевизија прерађује стварност имплицира да она није само неутрални канал који омогућава бржу и бољу информисаност, већ да је заснована на сопственим специфичним технолошко-комуникационим предусловима на основу којих можемо закључити да се ради о погону који функционише по сопственим законитостима које пренос информација не остављају нетакнутим, већ их морају претходно себи прилагодити.¹³⁵

Временска ограниченост програмске схеме и њена разноврсност која треба да покрије политику, друштво, спорт, забаву, временску прогнозу, економско пропагандни програм, као и срачунавање ефекта преноса који треба да обезбеди што већу гледаност, не могу бити без утицаја на садржаје који се телевизијски преносе. Садржаји за пренос се због гледаности, односно претпоставке да би гледаоцима могли бити важни и интересантни, морају из хоризонта уочљиве друштвене стварности селектовати, да би се потом интерпретирали на начин да се у њима акцентују одређени сегменти: „Медији каналишу пажњу публике, и према томе преузимају две улоге у погледу на тумачење. С једне стране, они праве избор, чиме филтрирају и појачавају догађаје и појаве [...] С друге стране, медији преузимају и поентирање, а истовремено и редукована поједностављења... као додатак првој улози, селекцији, дакле, они сами одлучују шта ће да акцентују.”¹³⁶ Апстраховање оног „суштинског” у неком догађању, чиме се оно своди на телевизијску меру, неопходно је како због анимирања гледалаца, тако и из пуко техничких разлога временског ограничења.

Телевизија је, дакле, по својој технолошко-оперативној устројености такође једна засебна специфична професионално-диференцирана јединица стварности, која је према томе слична наукама са чврстим епистемолошким оквирима, или специјализованим индустријским гранама производње. Оно, међутим, чиме се телевизија битно разликује од осталих диференцираних поља људске делатности које, могли бисмо рећи, подлежу

¹³⁴ Андерс, Г., *Застарелост човека*, стр. 258.

¹³⁵ О начину на који телевизија репрезентује стварност видети: Кастелс, М., *Успон умреженог друштва : информацијско доба – економија, друштво и култура*, Службени гласник, Београд, 2018. и Флусер, В., *Комуникологија*.

¹³⁶ Отфеид, Х., *Да ли је демократија способна за будућност?*, Академска књига, Нови Сад, 2016, стр. 259.

индустријском принципу, јесте што следећи своју званично прокламовану мисију¹³⁷ објективног информисања путем информативног, едукативног, забавног и економско пропагандног програма, производи ефекат непрозирности уоквиривања саме стварности сходно сопственом оперативном режиму.

Инклузијом великог дела стварности у свој оперативни систем који условљава објективно и правовремено информисање, телевизија, на први поглед, у извесном смислу растеређује културни сензибилитет од преоптерећености непрегледношћу савременог фрагментираниог света, на начин да филтрира оно што је наводно важно, чинећи га прегледним, а на основу чега гледаоци могу захваљујући телевизијом достављеном екранизованом свету, имати увид у актуелне светскоисторијске околности на основу чега према њима могу изграђивати свој однос.

Вратимо се разматрању тока ситуираности човека кроз историју, од предмодерних времена до данашњих дана. У наведеном раздобљу можемо уочити кретање од његове уроњености у метафизичко-трансцендентни поредак, преко ситуираности у трансценденцијом непосредовани свет. Тај свет онда, индивидуалним рефлексивно-делатним напорима, бива постављен у непрекидни процес смењивања изградње и разградње преко културе, што доводи до акумулације ствари и знања, резултујући умножавањем и диференцијацијом себи окренутих засебних подручја. Она се потом аутономно развијају и деле на још мање јединице – и, најзад, стижемо до телевизије као једне од тих јединица која у свом ефекту наизглед интегрише распарчану стварност мноштвом диспаратних подручја.

Ова интеграција нужно подразумева и редукцију стварности кроз селекцију и интерпретацију. Телевизија успешно спроводи такву редукцију због тога што се управља према већ успостављеном критеријуму селекције, који произилази из што веће гледаности. Гледаност се задобија самолегитимацијом телевизије као медија који обезбеђује квалитетну информисаност о светским збивањима. Истовремено се угађа и подилази се укусу масовне публике који се стратешки планира мерењем гледаности различитих програма. Тако телевизија не подлеже полазишном оптерећењу културе која нема унапред обезбеђене критеријуме по којима тумачи стварност, већ ти критеријуми накнадно настају

¹³⁷ Слоган Радио Телевизије Србије, на пример, гласи: *Ваше право да знате све.*

из опажања и промишљања света као уочљивог низа могућности од којих се ниједна не може одбацити као за културу ирелевантна док претходно не прође кроз херменеутичко-синтетички захват индивидуалности из којег потенцијално настају оквири једног интегрисаног хоризонта. Због тога, у раситњеном свету специјалистички-отуђених јединица, култура долази у проблем непрегледности, односно немогућности апсорпције довољног узорка, док телевизија због јасно успостављеног критеријума може нешто лако прихватити, а нешто друго одбацити и креирати сведену прегледну слику света.

Сам модус такве филтрације и интеграције екрански стварности је, међутим, управо оно услед чега је телевизија, као медиј, само један део стварности, а не стварност сама, што међутим у масовној рецепцији телевизијског програма остаје непрозирно, пошто се ствара утисак прегледности саме стварности, превиђајући оквир њеног медијског представљања. Индустијски принцип телевизије огледа се стога у окренутости себи у циљу што веће гледаности. Оно што прибавља гледаност не мора нужно бити ни у ком смислу значајно. Тиме је већ доведен у питање критеријум по коме телевизија селекује и интерпретира оно што, могли бисмо рећи, преноси.

Нужност испуњавања програмске схеме захтева потрагу за материјалима који би је могли испунити, што онда намеће питање, да ли телевизија нешто емитује због друштвено-политичког или едукативног значаја или из потребе да себи прибави садржај као предуслов сопственог самоодржања.

Ако хипотетички замислимо неко идеал-типско уредништво телевизијске куће које би проценило да се у неком тренутку у свету ништа значајно не догађа, онда би за то време телевизија требало да обустави пренос. То се, међутим, не догађа, јер телевизија мора стално емитовати програм, па се онда јавља могућност да се неки садржаји, у њега уврштавају не због друштвено-политичке релевантности већ из нужности иманентне медијској оперативности, а то је непрекидно емитовање програма. Сличан императив непрекидне производње можемо уочити и у нужности савремених јутјубера и инфлуенсера¹³⁸ који морају фреквентно објављивати нове садржаје на својим каналима и профилима како би остали медијски видљиви.

¹³⁸ Реч је о колоквијалним називима особа које из хобија, а данас све чешће и у професионалне сврхе употребљавају друштвене мреже. За праксе које ове особе упражњавају, још увек не постоји званичан назив,

Проблем је, дакле, у томе што се телевизијска представа стварности не подудара са самом стварношћу, а ипак се као таква ефективно приказује, при чему излази у сусрет културном сензибилитету оптерећеном мноштвом различитих појава, својом редукованом и прегледном сликом стварности. Овде свакако треба имати у виду и коњунктуру телевизије са односима политичко-економске моћи у одређеном периоду, тј. њену употребу у политичко-економско пропаганде сврхе.

Наиме, одређени догађаји не би ни постојали, или се не би ни одиграли на тај начин, да не постоји околност њиховог телевизијског преноса, што је рецимо видљиво из заседања парламента отвореног за јавност, или из појединих парола које узвикују навијачи на спортским утакмицама, које не би имале нарочитог одјека на јавност, уколико се не би преносиле. Огњен Обрадовић наводи снимак погубљења америчког новинара Џејмса Фолија (James Foley) од стране исламских цихадиста, као пример чина који се одиграва баш на такав начин управо због његове глобалне видљивости омогућене медијским посредовањем у циљу слања одређене поруке:

„Преноси утакмица, политичких скупова или неких уметничких изведби уједно су намењени публици која их гледа уживо и учествује у изградњи аутопоиесиса,¹³⁹ али и онима који их гледају код куће. Фолијево погубљење искључиво је намењено онима који ће га гледати на својим екранима. Тако се публика медијатизованог погубљења налази у позицији да посматра егзекуцију која је режирана за њене очи, али на чији ток не може да утиче.”¹⁴⁰

због чега смо принуђени да користимо ове појмове из регистра савременог сленга проистеклог из општења у савременом дигиталном окружењу, нарочито међу млађом популацијом. Њих ћемо детаљније размотрити у даљем току рада, јер се, према нашем схватању, у инфлуенсерској делатности и њеном утицају на кориснике читује главна хипотеза овог рада – да корисништво екранских медија неутралише опажање културно-конститутивне кризе.

¹³⁹ У својој анализи Обрадовић се позива на немачку теоретичарку позоришта Ерику Фишер Лихте, која наводи аутопоетичку повратну спрегу (autopoetic feedback loop) као структурално- диференцијацијални предуслов извођачких уметности. Извођачке уметности, пак, обухватају оне догађаје који подразумевају непосредно телесно саприсуство извођача и публике (bodily copresence) у чијој размени настаје аутопоетичка повратна спрега. Видети: Fischer-Lichte, E., *The Routledge Introduction to Theatre and Performance Studies*, Routledge, Oxon, New York, 2014.

Према Обрадовићевом схватању Фолијево погубљење, мада не испуњава ова два предуслова (телесно саприсуство и њиме омогућену аутопоетичку повратну спрегу) има одређене елементе (медијски трансформисане) изведбе. Оно што је у контексту овог рада важно, јесте да се сходно Обрадовићевом схватању чиновни медијски посредованог насиља могу у перцепцији доживети као позоришна изведба.

¹⁴⁰ Обрадовић, О., „Медијски посредована погубљења”, у: *Филозофија медија: медији и конфликти*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2020, стр. 99–113, 103.

С обзиром да медијска „публика” телесно не (са)присуствује самом чину погубљења, већ га посматра путем слике са безбедне удаљености Обрадовић закључује да се на тај начин умањује осећај емпатије према жртви:

„Медијатизовано тело не делује на нас исто као тело са којим се налазимо у стварној интеракцији. У одсуству повратне спреге, ми се с њим и можемо идентификовати, али не на исти начин као што бисмо могли са телом, које је непосредно присутно и које нам преноси своју енергију. Из тога можемо извести закључак да медијско посредовање умањује нашу емпатију према онима који пате на екранима наших компјутера и телефона.”¹⁴¹

Екрански медији, тиме и телевизија, дакле, доводе до инверзије односа између оригинала и копије. Уместо уобичајеног следа, у коме копија следи оригинал, оригинал настаје из сопствене репродукције, управљајући се према потенцијалном степену сопствене видљивости, на основу чега се поставља питање да ли уопште има медијима нетакнуте стварности: „Није истина да оригинали предмета и догађаја испоручених нам у кућу, иза својих репродукција, остају нетакнути [...] Штавише, истина је да на њих утиче то њихово репродуковање [...] да се они мењају за љубав својих репродукција.”¹⁴²

Ослањајући се на ову, као и на друге мисли Гинтера Андерса, могао би се извести закључак да медији у великом броју случајева заправо не преносе стварност, коју преношењем модификују, већ репродукују сами себе. Наиме, догађај који се преноси, уколико постоји свест актера о преносу, не настаје спонтано већ управо захваљујући таквој свести, што битно утиче на развој и динамику тог истог догађаја. То значи да телевизија није само оно што видимо на екрану, већ и оно што се догађа у реалном времену и простору, на тргу, стадиону или учионици, а што се одиграва пред телевизијским, данас у још већем проценту пред телефонским камерама, и то управо због њиховог присуства.¹⁴³ Иако није исто учествовати у неком таквом догађају тако што се буде на „лицу места” или гледа пренос тог истог догађаја преко телевизије или јутујуба на рачунару или паметном телефону, у оба случаја се у различитим видовима ради о медијској стварности. У другом случају ми гледамо догађаје преко екрана коме су они у

¹⁴¹ Обрадовић, О., „Медијски посредована погубљења”, стр. 103.

¹⁴² Андерс, Г., *Застарелост човека*, стр. 219.

мањем или већем степену иницијално намењени, а у првом учествујемо у нечему што не би имало такву структуру да није било те намене. Од експанзије телевизије, екранске медије, дакле, није могуће свести искључиво на раван емитовања и рецепције, о чему Бодријар, својевремено анализирајући један ријалити шоу у коме камере 24 сата прате живот једне америчке породице каже: „Не постоји више медијум у дословном смислу: он је сада неухватљив, расут и изломљен у стварном.”¹⁴⁴ Телевизија стога не утиче на стварност искључиво тиме што утиче на гледаоце емитовањем програма, већ је и условљава прилагођањем за пренос; на основу чега бисмо, сходно Бодријаровом мишљењу под телевизију могли подвести, не само слику на ТВ екрану, већ и догађање уживо у реалном простору, које се одиграва из свести актера тог догађања о његовом ТВ преносу.

Вратимо се на овом месту поменутом хипотетичком идеал-типском уредништву. Чак и када бисмо замислили телевизију чије би уређивање програма подразумевало селекцију и интерпретацију стварности на начин који би водио представљању њене есенције, одвајајући је од мноштва тривијалности, то би са становишта културе било проблематично. Наиме, модерно оптерећење светом као још-увек-страним ентитетом што се манифестује као осећај кризе, јесте конститутивни део културе. Само индивидуално осећајно-рефлективно тумачење светских појава неизоставни је део превазилажења егзистенцијалне кризе. На основу тог тумачења покреће се ангажовање које потенцијално резултује стварањем културе. Свака протумаченост која нас лишава сопственог тумачења, чак и са неке хипотетичке херменеутички супериорне позиције замишљеног идеал-типског телевизијског уредништва, већ развлашћује културно-ангажујући порив, одузимајући му осећај иницијалне кризе оличене у осећању тајновитости света. Представљањем света као већ протумаченог, чак и пре него што се запитамо о природи таквог тумачења, јесте медијског измештање света из поља индивидуалног погледа и тумачења, његовим свођењем на екранску стварност.

¹⁴⁴ Бодријар, Ж., *Симулакруми и симулација*, стр. 34. Позивајући се на Марка Вајзера (Mark Weiser) Влатко Илић пише о нестајању технологије као опазиве уметнуте сфере између човека и технолошки непосредованог окружења, будући да се технологија све више интегрише у окружење постајући оно само: „Према речима Марка Вајзера, тзв. компјутерског научника и идејног творца 'свеприсутног рачунарства' (енг: ubiquitous computing): 'Преовлађујуће технологије су оне које нестају. Оне прожимају потку свакодневног живота све док не постану неразлучиве од њега.' (Kranenbourg 2008:11).” Илић, В., „Медији – безумље – забава”, стр. 125.

3.2. Естетско и просторно приближавање света

Указивање телевизијске као саме стварности, условљено је у великој мери просторном конфигурацијом гледања телевизије као и чулним стимулансима које изазива код гледалаца. Телевизијским екраном посредован свет се чини приснијим, допадљивијим и безбрижнијим што релаксира кризни осећај неизмирености са светом, те последично и импулс за његовим рефлексивно-делатним приближавањем.

Сусрет са светом преко телевизијске слике унутар приватног, интимног простора, према Андерсовом мишљењу, већ, макар на симболичком нивоу, представља фазу конгруенције субјективности (гледалац) и света (ТВ садржаји), чиме свет губи карактер нечег спољашњег, тајанственог, чиме се суспендује потреба за превазилажењем расцепа између субјективног и објективног. Продор телевизијске слике у приватни простор као симболичку екстензију субјективности, већ одомаћује свет, чинећи га нечим приснијим и блискијим, те он као стварна другост нестаје иза своје слике, постављајући масовног гледаоца у привидно неконфликтну ситуацију. Спољашње продире у унутрашње, унутрашње се стапа са спољашњим:

„У том људски свеобухватнијем и приснијем свијету даном нама на располагање посредством знанствено-технолошког апарата и његових телекомуникацијских гласноговорника, свијет неминовно губи своју основну квалитету вањштине у којој човјек, улазећи, искушава оно изворно страхопоштовање према том непознатом свијету, јер се он претвара у наш свијет, од медија стављен нама на располагање.”¹⁴⁵

Као друштвену последицу ове инверзије на релацији приватно – јавно, омогућену постављањем телевизије у приватни простор, Вилем Флусер види деполитизацију. Флусер користи појам политичког у класичном смислу, као заинтересованост за јавна питања и деловање у јавном простору. Због утиска сталне повезаности са јавном сфером, омогућене

¹⁴⁵ Фулвио, Ш. „Масмедији, говорници знаствено-технолошког апарата”, *In Medias Res*, Vol. 3, бр. 4, 2014, стр. 442–456, 454. <http://www.centar-fm.org/inmediasres/images/pdf/4/Fulvio%20Suran%20-%20Masmediji%20-%20glasogovornici%20znanstveno-tehnoloskog%20aparata.pdf>

телевизијским преносом, прималац телевизијског садржаја има утисак о својој перманентној политизованости. Како, међутим, политичност као јавно деловање изискује напуштање приватног простора, пристизање јавног у приватно путем телевизије релаксира политичност: „... те тако телевизија има радикално деполитизујуће дејство. Под кринком повезивања са светом, телевизијска кутија изолује.”¹⁴⁶

Уз то, преглед стварности који приказује телевизија обухвата међусобно различите садржаје. До нас не стижу само најважније вести из земље и света, већ и забавни, едукативни, спортски и играни програм. Телевизијски екран, у овом случају, одговара тако на различите људске потребе – од жеље за информисаношћу путем вести, преко емотивних узбуђења, климакса и растерећења, путем преноса спортских утакмица и, на пример, серија. То у перцепцији гледаоца може изазвати пропустљивост демаркације међу садржајима који се угрубо могу поделити на стварне (вести, спортске утакмице, политички програм) и фиктивне (игране серије). С једне стране, телевизија растерећује на начин да уместо гледалаца селекује и приказује оно што је наводно за њих важно и што им је потребно, али је таква сведена и медијски уоквирена стварност с друге стране магловита. „Информације и забава, образовање и пропаганда, опуштање и хипноза, све то губи своје границе и постаје замућено на језику телевизије.”¹⁴⁷ Због тога, иако нам здраворазумски може деловати да телевизија преузима на себе улогу коју је у друштву уметности некада имала, било би погрешно изједначити је са уметношћу иако се могу пронаћи основе за тврдњу да у једном сегменту телевизија супституише доживљај који проистиче из опажања уметничког дела.

Немачки естетичар Николај Хартман (Nicolai Hartmann), на пример, сматра да традиционално уметничко дело није естетски привид – јер привид подразумева обману која се састоји у томе да се оно што се заправо не догађа, доживи као стварно догађање. У контексту перцепције уметничког дела, дакле, није реч о привиду, већ о појављивању нечега што се у стварности не појављују а што у нама изазива незаинтересовано допадање: „Привиду одговара илузија о стварности. Овде је битна управо супротност

¹⁴⁶ Флусер, В., *Комуникологија*, стр. 184.

¹⁴⁷ Кастелс, М., *Успон умреженог друштва*, стр. 488.

према стварности коју осећамо. Привид би пореметио чисто појавни карактер, јер би обмањивао реалношћу.”¹⁴⁸

Телевизијски преноси стварног и онога што се односи на стварност, с обзиром на своју – деборовским речима исказано, спектакуларност, изазивају у нама нешто налик незаинтересованом допадању, пошто садржаје опажамо пре као фикцију него стварност. Према фиктивним садржајима, насупрот томе, односимо се као према привиду, с обзиром на степен идентификације са јунацима и интензитет емотивног улагања. Како то примећује Леон Ливингстон, према мишљењу Ортеге и Гасета, уметност представља најизразитији вид проласка света кроз перцептивно-контемплативну индивидуалност због чега је она најаутентичнији вид културе, пошто човек ту најмање прихвата свет као датост којој се уподобљава, а у највећем интензитету одговара на захтев сопствене интерпретативне надоградње света у ком се затиче: „Стварност је егзистенција, култура је перцепција егзистенције; перцепција је искривљење стварности са којом је не треба мешати; од свих форми културе, најимагинарнија, најнестварнија је уметност; уметност је нестварност.”¹⁴⁹ Као и Зимел, Ортега и Гасет сматра да је време које се издваја за посматрање уметничких дела резервисано за самозаборав у смислу растерећења субјективности од бдења над собом и светом на које смо иначе позвани уколико следимо принцип културе. У тренутку посматрања уметничких дела наша рефлексивна дистанцираност је излишна и треба слободно у себе пропустити сублимирани рад уметника: „И ту се ми заборављамо, а уметничко дело више и не осећамо као нешто наспрам нас, јер се душа сасвим стапа с њим; колико га увлачи у себе толико се предаје њему. И ту и тамо психолошко стање још није, или више није, дотакнуто супротношћу између субјекта и објекта.”¹⁵⁰ Стварност је већ интерпретирана од стране уметника и стога није могућа њена поновна интерпретација, већ препуштање једној у дело уобличеној визији света која у рецепцији обогаћује искуство и продубљује осећај стварности.

Андерс износи донекле сличну опсервацију да је управо у тренутку гледања телевизије, садржаје, који су већ интерпретирани селектовањем и прилагођавањем материјала за пренос медију, немогуће поново интерпретирати. Проблем је у томе што за

¹⁴⁸ Хартман, Н., *Естетика*, Дерета, Београд, 2004, стр. 71.

¹⁴⁹ Livingstone, L., „Ortega y Gasset’s Philosophy of art”, str. 610.

¹⁵⁰ Зимел, Г., *Филозофија новца*, стр. 19.

разлику од уметности, телевизијски садржаји нису уметнички транспоновани у дело, већ се емитују као објективна стварност која управо захтева интерпретацију гледалаца, изазивајући, међутим, ефекат незаинтересованог допадања својствен естетској перцепцији уметничког дела: „Не можемо догађање које нам пристиже у претходно протумаченом и аранжираним стању, идеолошки још једном да аранжирамо и тумачимо.”¹⁵¹

Уживање у уметности током модерности догађало се периодично и било је и као пракса, па и просторно, јасно раздвојено од осталих активности. Позиција публике заузимала се у јасно одређеном времену предвиђеном за то, уз јасну свест да је реч о уметничкој фикцији. Телевизија, међутим, омогућава да се у позицији публике буде свакодневно и често, уз то свест о потреби да се у складу са концептом грађанске одговорности буде информисан, призива на њено фреквентно праћење. Телевизија прозива и културни сензибилитет, с обзиром на чињеницу да се култура ослања на дате околности у којима се човек налази, а нешто што прати огроман број људи не може према томе бити за културу ирелевантно.

Удео телевизије у креирању стварности је неупитна чињеница, због чега мора да је узме у разматрање свако ко своје држање према свету утемељује на принципу културе, али ефекат гледања телевизије доводи до седирања рефлексивних потенцијала субјективности, држећи гледаоце у стању несигурности, услед немогућности да праве разлику између онога што је стварно од онога што није, и како према чему да се одреде, при чему таква несигурност не ствара осећај непријатности, већ управо супротно. Свет се у телевизијском преносу доживљава као нешто пријатно што стимулише чула, суспендујући порив за активним критичко-ангажујућим односом према виђеном, чиме се сужава и простор за културу.

Привидност екранске стварности огледа се у томе што она често не одговара истини, али за нас је можда значајнији ефекат незаинтересованог допадања који из телевизијског привида, као атрактивног спектакла, произилази, што најбоље илуструју призори ратних разарања. О атрактивности насиља које се преноси у слици говорио је још, промишљајући феномен фотографије и филма, Валтер Бенјамин (Walter Benjamin): „Човечанство, које је некада, код Хомера, било предмет посматрања за олимпијске богове,

¹⁵¹ Андерс, Г., *Свет као фантом и матрица*, стр. 139.

постало је то сада само за себе. Његово самоотуђење достигло је онај ступањ који допушта да оно своје властито уништење посматра као естетско задовољство првог реда.”¹⁵² То доводи до навикнутости на трпни воајеристички однос према стварности који се подупире осећајем пријатности, релаксирајући осећај отпора према (естетизованом) свету, односно доживљај културно конститутивне кризе.

Широким обухватањем стварности у њеним различитим сегментима, чиме се ствара екранско-програмска слика света, телевизија омогућава заокупљеном модерном човеку да стекне шири увид у стварност, тако што у времену слободном од своје стручне делатности која сужава ширину увида у целокупну стварност, он од куће путем екрана може проширити поље прегледности. Поглед на екран, међутим, изазивајући незаинтересовано допадање, рађа потребу за гледањем телевизије као за дневном рутином која растеређује од свакодневних обавеза, чиме гледање телевизије постаје само себи сврха, са малом могућношћу да оно виђено, чак и када може својим садржајем изазвати узнемиреност због приказаних друштвено-политичких збивања, изазове искључивање телевизије и преиспитивање виђеног садржаја: „Генерално гледано, најпре се доноси одлука да се гледа телевизија, а затим се програми претражују све док се не одабере најатрактивнији или, чешће, најмање досадан програм”¹⁵³ Евентуални прекид праћења емитованог телевизијског програма, због потребе да се оно виђено, због утиска о својој важности за гледаоца као политичког бића буде херменеутички процесуирано уз привремено одвраћање погледа од телевизијског екрана, не би ни био у интересу телевизије, с обзиром да она као специфичан вид индустрије мора стално производити садржаје за пренос чија је потрошња оптичка. Ефекат телевизије је у том смислу компатибилан са моделом пословања телевизијске индустрије, јер рађа потребу за самосврховитим гледањем као предусловом опстанка телевизије.

Својим пристајањем на гледање телевизије која ствара потребу за поновним гледањем, као својеврсном потрошњом телевизијских производа, гледалац сам кроз потрошњу постаје најпре радник за телевизију, а затим и производ у складу са логиком индустрије где сваки производ потребује други производ (гориво аутомобиле на пример). Управо захваљујући потреби телевизија оперише сходно моделу који јој омогућује

¹⁵² Бенјамин, В., „Уметничко дело у веку технолошке репродукције”, у: *Студије културе*, стр. 100–123, 123.

¹⁵³ Кастелс, М., *Успон умреженог друштва*, стр. 481.

опстанак, а то је непрекидно испуњавање програмске схеме, чак и уколико је то са становишта друштвено-културне корисности непотребно. Надаље, *заводљивост* екрана својом сугестибилношћу,¹⁵⁴ одговарајући при томе на потребу за самосврховитим гледањем, лако у рецепцији изазива осећај да се све што се приказује на телевизији као „прозору у свет” има неки претходно установљени легитимитет на основу којег улази у зону видљивости. Другим речима, гледање телевизије често не почива на жељи да се нешто конкретно види или сазна, већ та жеља настаје у тренутку самог гледања као оптичке потрошње, односно простим прихватањем телевизијске понуде, чиме телевизија креира масовни укус који онда омогућује да томе што претходно генерише и удовољава.

Ефектом просторно блиске и естетски пријемчивије слике стварности телевизијски екран неутралише осећај кризе не само на начин да прекрива чула пријатнијом стварношћу која гледаоце задржава у позицији стимулисане публике, седирајући рефлексивно-опирући потенцијал, већ и као стална могућност прибежишта у свет екрана, односно у зону приватности коју екран пробија, и који се у поређењу са стварним светом показује као неупоредиво безбеднији. Заштићеност екраном која ствара утисак партиципације у друштвено-политичкој стварности за последицу има увећавање отпора према стварном свету у којем нас очекује супротстављање спољних чинилаца нашој индивидуалности, те потенцијална узнемиреност и осећај опасности, према којима се, заузврат, снижава праг трпељивости. Ово смањење прага толеранције према непредвиђеним околностима и потенцијално непријатним, могло би да интензивира осећај културно продуктивне кризе, али се на њу, међутим, с обзиром на свест о постојању екранске, безбедније стварности, сада не мора одговарати изравно, контемплативно-активним деловањем, већ поновним повлачењем у екранску стварност која отклања осећај кризе.

3.3 Ријалити као чиста телевизија

¹⁵⁴ „Слике и тонови преплављују гледаоца сензацијама. Оне делују као опијати: што у њима више уживате то постајете зависнији од будућег уживања. (Томе доприноси и хипнотички квалитет светла катода у коме се слике појављују.) У том смислу слике, потпуно независно од свог значења, условљавају примаоце на потрошачку, пасивну, трпну егзистенцију.” Флусер, В., *Комуникологија*, стр. 184, 185.

У овом потпоглављу бавићемо се ријалитијем¹⁵⁵ као парадигматичним примером саме телевизије.

У свом делу *Оптички медији*, Фридрих Китлер истиче интерференцијалност медија као њихово битно својство, које се очитује у томе што сваки нови медиј у себе интегрише неке од њему претходећих медија: „Садржај једног медија [је] увек неки други медиј. И одмах је јасно [...] да је најпопуларнији садржај телевизијских програма филм, да је садржај филма, наравно, роман, да је садржај тог романа сценарио, да је сценарио... итд., итд.”¹⁵⁶ Поред тога, сваки медиј располаже неком специфичном техничком могућношћу којом се диференцира од других медија. У односу на филм који као аудио-визуелни формат претходи телевизији, ново технички омогућено изражајно средство телевизије јесте директан пренос, о чему у својој студији *Медији и уметност*, у контексту преиспитавања односа између медија и уметности, пише Дивна Вуксановић:

„Отуда је, као њен посебан израз, који до тада – осим радија – није имала ни једна област стваралачке делатности, означен директан пренос (филм није имао такву изражајну могућност, док су потенцијали радија, у овом погледу били ограничени његовим концентрисањем искључиво на аудио-преносе).”¹⁵⁷

Специфичност телевизије се, дакле, може уочити у могућности интеграције техничко-изражајних својстава филма и радија у телевизијски програм с једне стране, и у до тада непостојећој могућности директног аудио-визуелног преноса са друге.

Свеукупност телевизијских садржаја које смо угрубо поделили на информативни програм и програм забаве, у ефекту перцепције губе своје јасне границе, што смо позивајући се на Андерса и Кастелса настојали да покажемо у претходном поглављу. У ријалитију се, међутим, ово губљење граница не догађа само у перцепцији, већ и у продукцији, с обзиром да овај формат „представља комбинацију директног преноса с једне, и структуре која је налик играним програмима с друге стране”.¹⁵⁸ Овде треба

¹⁵⁵ Под *ријалитијем* подразумевамо превасходно телевизијски формат тзв. *ријалити шоуа* (енг. reality show), који услед велике заступљености у програмским схемама и популарности већ извесно време заокупља пажњу теоретичара медија, чиме ћемо се, као и његовим одликама, у наставку текста додатно бавити.

¹⁵⁶ Китлер, Ф., *Оптички медији*, стр. 25.

¹⁵⁷ Вуксановић, Д., *Филозофија медија 3*, Чигоја штампа, Београд, 2017, стр. 62.

¹⁵⁸ Исто, стр. 62. Као један од основних продукцијских поступака у креирању ријалити програма, Драган Паловић наводи прикривање интервенција продукције које би, уколико су опажене, могле да наруше утисак

нагласити да самим директним преносом, тј. преносом догађаја у реалном времену, телевизија већ испуњава своју основну функцију објективног, односно истинитог информисања. На тему директног преноса као саставног дела објективног информисања Драган Ђаловић констатује:

„Коначно, сагледано унутар парадигме разумевања медијских текстова као приказа/интерпретације реалних дешавања, шта би могло више задовољити потребу да догађаји буду приказани онаквима какви јесу, до управо њихово преношење у реалном времену?”¹⁵⁹

С обзиром да се у структури ријалитија обједињују својства телевизијских формата који су раније приказивани појединачно, сматрамо да постоје основе да се анализом ријалитија могу стећи значајни увиди у природу медија телевизије као таквог.

3.3.1. *Иреференцијалност ријалитија*

Сви телевизијски садржаји би требало да реферишу на одређене друштвене актуелности било да то спроводе директно (информативни програм) или индиректно (програм фикције).

У периоду с почетка двадесетог века, када је реч о уметности, жеља за разоткривањем самог медија,¹⁶⁰ те за проналажењем његовог аутентичног језика, у сликарству на пример, била је одређена непријатељством према предметности, према референцијалу, што је исходovalo у за то време радикалним иновацијама чистих слика, ослобођених сваког садржаја: „Из данашње перспективе нису толико кубисти ти, колико

реалног збивања, независног од тих интервенција: „Веродостојност ријалити програма, примарно је условљена негирањем инсценације приказане радње.” Ђаловић, Д., „Ријалити у доба изгубљене аутентичности”, у: *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, стр. 81–91, 84.

¹⁵⁹ Ђаловић, Д., „Ријалити у доба изгубљене аутентичности”, стр. 81.

¹⁶⁰ Ово извесно није једина нити главна одлика уметности која настаје у периоду тзв. историјске авангарде. Наиме, заједничка тежња за разноврсне покрете с почетка двадесетог века била је изједначавање уметничке с друштвеном праксом, како би се посредством уметности изменила стварност. Ипак, из таквог става, могли бисмо претпоставити, проистиче и једна заинтересованост за сам медиј изражавања, односно, за њему својствене производне односе. Видети нпр.: Биргер, П., *Теорија авангарде*, Народна књига-Алфа, Београд, 1998.

Казимир Маљевич и Пит Мондријан, као и Барнет Њуман и Ад Рајнхарт нешто касније, који су демонстрирали истину насликане површине – истину медијума – радикално уклањајући све што је екстерно, миметичко, тематско.”¹⁶¹

Вратимо ли се претходно наведеној претпоставци, да је телевизијска, односно екранска стварност увек реферишућа на неку друштвену актуелност, без обзира на фактичку тежину њене (бе)значајности, те да би референтност требало да буде кључна за разматрање телевизије, можемо поставити питање, не представља ли ријалити неку врсту *прекида* у погледу његове иреференцијалности?

Наиме, формат ријалитија је такав да он не извештава ни о чему важном у свету, не одређује се према „споља”, већ је креиран као једна просторно и регулаторно структурирани ограђен сегмент стварности у оквиру којег се одвија борба учесника за опстанак у емисији. Он такође није ни играни, нити документарни програм који би посредније или непосредније коментарисао друштвену стварност. Ријалити се може третирати као, али тек као, интерпретација, као показатељ сходно експертским, нпр. социолошким, па и лаичким проценама, декадентног стања у друштву, што произилази углавном из његовог садржаја као и масовне гледаности. Ријалити стога може као феномен бити значајан, као друштвена чињеница чија се далекосежност негативних последица по друштво препознаје са дозом забринутости.

И уколико не бисмо ништа од наведеног окарактерисали као спорно, сматрамо, такође, да је потребно задржати се на питању на основу чега ријалити, будући телевизијски формат, задобија своју популарност? Учесници у ријалитију могу бити јавности непознате и познате личности. У оба случаја оно што је изложено погледу публике јесте њихова приватност. Непознате личности у ријалитију постају познате по томе што су познате, тј. не доспевају у ријалити посредством неке делатности од јавног значаја која би их препоручила за јавну сферу. Они улазе у такмичење на основу селекције продукционог тима, који их препознаје као публици потенцијално занимљиве такмичаре. Овде већ можемо уочити принцип индустрије на основу селекције пропуштања појединаца у поље видљивог по критеријуму срачунавања стопе гледаности тј. према значају за саму телевизију, а не према јавном значају.

¹⁶¹ Groys, B., *Under suspicion. A phenomenology of media*, str. 115.

Ми, дакле, као гледаоци ријалитија упознајемо његове учеснике тако што их видимо на екрану, при чему уопште није важно због чега треба да их упознамо. Нема неког екстерног повода који би легитимисао њихову, медијским средствима омогућену видљивост. Затим, ми посматрамо њихову свакодневицу у свим уобичајеним радњама – одржавању хигијене, рекреацији, исхрани, спавању, свему оном до тада резервисаном за приватни простор, као и њихове међусобне контакте, диспуте, пактове, спајања и раздвајања, наклоности и ненаклоности на основу којих се, заједно са њима, одлучујемо за свог фаворита кога остављамо у игри тако што не гласамо за његово избацавање.

Уколико су учесници јавне личности, оне нас интригирају због тога што се, такође, показују у својој приватности, чиме гледаоцима постају „ближе” због демонтирања својих јавних идентитета. Оно што фасцинира јесте могућност да их сагледамо као једне од нас; као оне који као и ми обављају свакодневне рутинске активности, улазе у расправе, успостављају пријатељства, воде разговоре у којима откривају личне ставове, навике и афинитете. Ако су јавне личности путем телевизијског екрана „ступале” у зону наше приватности што је стварало осећај извесне блискости са њима, а с обзиром на ефекат телевизије који држи гледаоце у стању „лелујања” између стварности и привида, у ријалитију се та блискост додатно интензивира, пошто се ствара утисак да их упознајемо онаквима какви заиста јесу. Осећај блискости се успоставља не само тако што се оне путем телевизије појављују у зони наше приватности, већ и тако што их сада опажамо у зони њихове. Приватност се, притом не открива посредством прича о томе како јавне личности упражњавају слободно време, као што је случај у интервјуима на пример, већ наизглед спонтаним понашањем изазваним боравком у специфичним условима, односно као живот сам.

Тај пробој приватног у јавну сферу се у великој мери пренео и на друштвене мреже, где често у разноврсним садржајима (тзв. објавама или расправама) и јавне личности заузимају „приватне” ставове, тон, реагују спонтано, итд., због чега се, између осталог, неретко и говори о ријалитију као парадигми савременог јавног општења. Надаље, у духу такве праксе, данас свако на друштвеним мрежама може себи обезбедити видљивост, као својеврсни капитал, тако што ће посредством њих поделити сегменте свог приватног живота, уколико они у довољној мери интересују друге кориснике.

Експлоатација приватности постаје нешто што препоручује, ширећи тако амбијент радикалне аполитичности.

Вратимо се ипак накратко самом телевизијском формату ријалитија. Експлоатација приватног огледа се и у афективним реакцијама на дате ситуације, пошто су оне као такве препознате као атрактивне, те у великој мери утичу на пласман такмичара. Активности које се задају такмичарима – спортска, музичка надметања, различити изазови и слично, у функцији су креирања услова за њихово „откривање”, кроз у мањој или већој мери спонтану – афективну реакцију. Драган Ђаловић уочава да се са ријалитијем догађаја продукцијски заокрет, јер се медијска продукција не концентрише на прилагођавање стварних догађаја медијској репродукцији, већ на произвођење „аутентичних” реакција креирањем одговарајућег амбијента и подстицајних садржаја како би се оне испровоцирале „Овај заокрет управо представља трансформацију поступка медијске продукције у смеру подстицања догађаја/реакција с циљем њихове медијске репродукције.”¹⁶² Наиме, наклоност публике не зависи од тога како се учесници покажу у неком надметању. Нису пресудне ни вештине нити знања такмичара, као што је то случај са квизовима на пример, већ афективне реакције које су утолико атрактивније уколико могу изазвати *скандал*.¹⁶³

3.3.2. Ријалити као чист симулакрум

Референтни оквир чије границе скандал пробија, било да је по среди нпр. експлицитно кршење правила такмичења, или понашање које се препознаје као скандалозно, потребан је не због своје истинитости или значајности, него ради медијске операционалности. Ту је на делу симулација спроведена у најчистијем виду, тј. реч је о симулакруму,¹⁶⁴ пошто у питању није означавање које упућује на нешто означено, а

¹⁶² Ђаловић, Д., „Ријалити у доба изгубљене аутентичности”, стр. 85.

¹⁶³ О скандалу као технологији симулакрума пише Бодријар узимајући за пример аферу Вотергејт. На скандал ћемо се у овом контексту враћати у наставку рада, будући да према нашем схватању скандал представља важан оперативни модел деловања екранских медија којим се на својеврстан начин отклања опажање културно конститутивне кризе. Видети: Бодријар, Ж., *Симулакруми и симулација*.

¹⁶⁴ Видети: Бодријар, Ж., *Симулација и симулакруми*.

заправо прикрива да тог означеног нема, као што је рецимо често случај у политичкој борби у медијима.

Наиме, на телевизији, у жељи да дискредитују свог политичког противника, политичке стране често у медијима указују на лажи својих опонената, не би ли смањили њихову популарност. Тиме се подразумевају вредности истине, морала и поштовања закона као општеважеће, а заправо су у политичкој борби оне данас постале готово ирелевантне, ако не и непостојеће. Тешко да бисмо могли да замислимо политичара који у сваком тренутку свог медијског наступања, у свакој прилици говори само и искључиво истину. Ипак, готово сви политичари у мањој или већој мери, на различите начине, дисквалификују своје противнике тако што их проказују као оне који не говоре истину. Као средство политичке борбе, користи се приписивање нарушавања неке вредности противнику, која је већ урушена самом сценом политичке борбе у демократији. Сходно Бодријаровим увидима који се тичу модела репрезентативне демократије у данашњем контексту, њено је исходиште пренос борбе у поље симулакрума.

Овакав начин борбе често је на снази и у ријалитију. Ипак симулација чврстог и недвосмисленог поретка супротности истине и лажи у политичком деловању, као и вредносног (дис)квалификовања противника у односу на његово понашање у складу са једним или другим принципом, има, барем у начелу, друштвену стварност као референтно поље. Политичари претендују на водеће позиције у друштву и држави, па тако дискредитовањем противника, имплицитно, а понекад и експлицитно поручују гледаоцима као потенцијалним бирачима да ће уколико се одреде за противничку страну изложити себе опасности да буду обманути, најпре као бирачи, а потом да буду под влашћу обмањивача. Симулирањем истине се, дакле, увек обраћа широкој јавности у погледу квалитета њене будућности. Реч је о нечему што се по најважнијим животним и друштвеним питањима тиче јавности.

У ријалитију, с друге стране не постоји ништа што би се на овај начин дотицало појединца и друштва. Производи се један вишак стварности, као једна аутономна сфера (бодријаровски речено – хиперреалност), која није уланчана у ток стварности. Учесници званично не претендују ни на какву позицију друштвене моћи и утицаја која би нас као гледаоце могла да погоди, али ипак ангажују нашу пажњу, емпатију, наклоност, аверзију,

љутњу што опредељује наше гласање. Чистота симулакрума је у томе што нема потребе да се он легитимише симулацијом, будући да се не прикрива чињеница да се ријалити одиграва у специфично регулисаним условима који су специјално креирани за ту емисију. Симулира се неко важно догађање, без икакве потребе за сугерисањем његовог значаја за нас, већ он постаје релевантан сам по себи.

Скандал, такође, на један суптилан начин делује на релаксирање активног одношења према свету. Наиме, у тренутку свог избијања он подсећа да је нарушен један постојећи скуп вредности, при чему се подразумева да по питању тих вредности влада општа сагласност. Бодријар, рецимо, пише о политичким скандалима, конкретно о афери Вотергејт, као о својеврсном покушају да се спасе вредносни поредак заснован на истини и правди који се скандалом урушава, тако што се путем тог урушавања подсећа да је он и даље на снази, иако је увелико већ урушен. Поредехи аферу Вотергејт са Дизнилендом Бодријар констатује да је по среди „иста операција која настоји да путем скандала оживи један морални и политички принцип путем имагинарног – један принцип стварности која тоне”.¹⁶⁵ Скандал је ексцес који привремено нарушава привидно постојећи систем вредности, али да би га нарушио мора постојати уверење да је такав систем и даље актуелан. Скандал, дакле, нарушавајући поредак заснован на естетско-етичким нормама уједно и подсећа да тај поредак имамо.

Наглашавање да је нешто нарушено, јесте сугестија да је то нешто као вредност неупитно и постојеће, јер да је са вредносног становишта проблематично и непостојеће, скандал не би имао ефекта. На тај начин скандал одвраћа културни сензибилитет од рефлексије над светом као неупитном аксиолошком датуму, подсећајући нас да ми заправо имамо стабилни, на неупитним вредностима структуриран свет, који је на тренутак уздрман скандалом. Такво подсећање на важећи свет општеприхваћених вредности њиховим привременим нарушавањем, јесте у контексту опажања културно конститутивне кризе један вид медијског одвраћања од њеног опажања, у смислу да узнемиреност која се јавља као последица привида урушавања поретка вредности скреће пажњу са рефлексије над самим тим вредностима на побуну против њиховог нарушавања и, евентуалном стратегијом, спречавања њиховог даљег нарушавања. Та стратегија се најчешће креира

¹⁶⁵ Исто, стр. 18.

као захтев за регулацијом медијског простора, из којег је потребно избацити са етичког, васпитног и естетичког становишта штетне садржаје какав је ријалити. У жељи да се медијски простор ослободи контаминирајућих садржаја, реферише се на један стабилан оквир вредносних постулата друштвене стварности, који у таквом настојању измиче рефлексији, јер се осећај узнемирености због пробијања таквог оквира, као предмет забринутости испречава проблематизацији самог тог оквира.

Објективна стварност се најпре супституцијом телевизијске стварности заборавља, да би се затим уздрмавањем те стварности на њу подсетило као на оквир који не треба преиспитивати, већ у који се треба поново вратити као у вредносно неприкосновени облик друштвене заједнице. Криза вредности која се при том опажа није исто што и културно-конститутивна криза, будући да ова друга не оперише сећањем на један идеал-типски тоталитет, већ се за таквим тоталитетом из рефлексије над датим околностим изнова трага. Опажање кризе вредности упућује пажњу на емисионо-површински садржај медија и на тај начин провоцира отпор у смислу захтева за његовом другачијом регулацијом која би у етичко-педагошком смислу поговодала већ успостављеном скупу вредности са којим тренутна регулација, посебно у случају ријалити програма, стоји у супротности. У таквом настојању сами медији, у њиховом технолошко-оперативном, дубинском слоју, као један од кључних чинилаца друштвеног простора, не подлежу проблематизацији, већ се проблематизација ограничава на природу садржаја, односно на њихов површинско-емисиони слој.

С обзиром на то да ријалити не реферише ни на шта друштвено-политички релевантно, а ипак производи скандализовање, могло би се закључити да оперативни модус телевизије функционише по принципу конструкције сета вредности у оперативне сврхе како би честим приказима и наглашавањима њиховог урушавања сугерисала њихову неупитну ваљаност, што је још један вид развлашћења субјективности за промишљање датих светских околности.

3.4. Темељи екранско-медијске посредованости

Телевизију препознајемо као парадигматски пример екранских медија из разлога уочавања утемељења екранско-медијске посредованости услед садејства ефекта телевизијског екрана и њеног оперативног модела, а који у новим, различитим видовима важе и у савременом свету нових, дигиталних медија. У наставку издвајамо шест важних карактеристика екранских медија.

3.4.1. Превазилажење просторне условности комуникације

Са телевизијом се први пут уводи могућност неизласка из приватног простора зарад „информисаности”¹⁶⁶ која с обзиром на то да испоручује информације у слици као комуникабилнијем медију од писма, чини да ова могућност буде масовно искоришћена, што како Дивна Вуксановић наводи даје основу за тврдњу да: „првенство међу чулима, када је реч о рецепцији медијских садржаја, има орган вида у односу на сва остала чула”,¹⁶⁷ као и да „телевизија као медиј највише одговара овако постављеној хипотези, односно претпоставци о владавини визуелних облика чулности у нашој епохи”,¹⁶⁸ па „отуда многобројне дефиниције потекле с краја двадесетог и почетка овог века актуелни 'дух' времена неретко одређују као епоху доминације естетике, односно цивилизацију слике; или, слично томе – описују га као време хегемоније визуелне културе”.¹⁶⁹

За последицу, то има смањење кретања, како у дословном, тако и у метафоричком смислу где се под кретањем подразумева кретање ка свету као херменеутичко-практично захватање света у односу на светске околности којима смо окружени,¹⁷⁰ при чему се такво

¹⁶⁶ Гинтер Андерс сматра да се путем телевизијске слике не информирамо „о” неком догађају, већ стичемо утисак партиципације у неком догађају који се преноси путем екрана: „Јер што нас посеђују догађаји – они сами, а не вести о њима – фудбалске утакмице, богослужења, атомске експлозије, свет човеку, уместо он њему, то је у ствари превратнички учинак радија и телевизије.” Андерс, Г., *Свет као фантом и матрица*, стр. 38.

¹⁶⁷ Вуксановић, Д., „Вредновање речи и слика у оквирима индустрије забаве”, у: *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2021, стр. 65–81, 66.

¹⁶⁸ Исто, стр. 67.

¹⁶⁹ Исто.

¹⁷⁰ Поменути захват нужно укључује језик као медиј саопштавања са светом који као и свет представља тоталитет састављен од међусобно референтних речи. С обзиром да општење са стварношћу путем слике која се претежно чулно перципира, потискује језик тиме уједно и одношење са светом као и самоодношење

активно одношење зауставља не само простом чињеницом да нас од „света” дели притисак дугмета на тастатури даљинског управљача, већ и технолошко-садржајни ефекат екранске посредованости који у посматрачком доживљају изазива осећај симултаног бивања код куће и свету: „Уместо да ми сами преваљујемо путеве, сада се свет за нас преваљује и уместо да се крећемо у правцу догађаја, њих сада пред нас доводе.”¹⁷¹

Данас је ова могућност још већа, с тим да је поред телевизије у значајно већем интензитету, обезбеђују екрани мобилних телефона. Разлике у односу на телевизију су у томе што су телефони, односно, тзв. „паметни” уређаји интерактивни медији и што нам омогућавају бирање садржаја чија је селекција за телевизију у домену уредништва и његове повезаности са политичко-економским спрегама моћи, као и у томе што да бисмо преко телефона пратили различите информативне, забавне и едукативне садржаје не морамо бити код куће у дословно-просторном смислу.¹⁷² С друге стране, стални приступ интернету, профили на друштвеним мрежама и разни кориснички налози за приступ различитим онлајн просторима, те непрекидна приручност телефона у сваком тренутку, као и чињеница да алгоритми, на основу корисничких активности, сугеришу нама потенцијално одговарајуће садржаје, наводе на закључак да индивидуални кориснички простор јесте неки облик виртуелног приватног простора¹⁷³ у који у сваком тренутку можемо да се склонимо од света. Зона приватности као простор одељености од света, није више искључиво условљена просторном ограђеношћу већ медијалном коегзистенцијом са екраном која одељује од света као емпиријски присутне стварности везивањем погледа за екран и оперисањем унутар сопственог корисничког простора који такође постиже ефекат повезаности са светом унутар приватности корисништва.

Интернет, мобилност, слобода избора садржаја – која је слобода само условно с обзиром да је подвргнута сугестијама алгоритама, интерактивност, укидање

бива потиснуто. „Отуда је превага слике над речју, визуелне информације над логосом, она врста неравнотеже која је, *prima facie*, једна од основних карактеристика нашег доба.” Исто, стр. 71.

¹⁷¹ Андерс, Г., *Свет као фантом и матрица*, стр. 38.

¹⁷² Услед дигитализације телевизије као медија, све се више говори и о телевизији као интерактивном медију, због могућности одложеног гледања појединог садржаја, или гледања емисија посредством различитих онлајн платформи. Ипак, и поред тога, да се увидети да наспрам мобилних, „паметних” телефона, оптичкој потрошњи традиционално телевизијских садржаја ипак одговора једна друкчија обичајност, од оне које се да довести у везу са новим техничким уређајима.

¹⁷³ Уп: Вуксановић Д. и Илић, В., „Простор – медији – уметност – забава: један погледа на савременост”, стр. 47–64 и Вуксановић, Д., „Естетика у доба медија: културе – простори – меморије”, у: *Филозофија медија 1*, Чигоја штампа, Београд, 2008, стр. 21–31.

детерминисаности екранске посредованости бивањем код куће у физичком смислу и приручност телефона у сваком тренутку, додатно интензивирају ефекат смањења опажања растојања између нас и света као другости, тј. потребе за кретањем ка свету, будући да га у сваком тренутку можемо позвати преко екрана. Осећај сигурности и заштићености који генерише индивидуално корисништво екранских медија, додатно увећава симултаност бивања у свету и код куће. „Гледање-слушање медија, никако није искључива активност. Она је генерички помешана с обављањем кућних послова, заједничким оброцима, друштвеном интеракцијом. Она је скоро непрекидно позадинско присуство, ткиво наших живота. Ми живимо с медијима и уз њихову помоћ.”¹⁷⁴

Одвајање од света које се услед ефеката корисништва екранских медија не доживљава као одвајање, већ као сједињеност, данас више не подразумева приватни ограђени простор као предуслов, већ је такво одвајање могуће и у јавном простору, што у знатно већем обиму отклања рефлексивну дистанцу у односу на околни свет, односно доживљај културно-конститутивне кризе чијем се опажању као препрека постављају увек расположиви и фреквентно коришћени екрани.

3.4.2. Стапање различитих садржаја

Телевизијска програмска схема најпре се структурирала као хронолошки узастопно емитовање различитих садржаја који се односе на различите сфере стварности. Примера ради, након дневника следи забавни програм, након њега пренос спортске утакмице, након њега цртани филмови, након њих музички програм, затим економско пропагандни програм итд. Екранска стимулација која задржава гледаоце пред екраном доводила је до отежавања јасног разликовања, како Гинтер Андерс пише, стварности и привида.¹⁷⁵

¹⁷⁴ Кастелс М., *Успон умреженог друштва*, стр. 484.

¹⁷⁵ „Ако се, као се што већином догађа како на радију, тако и на телевизији, привид приказује реалистички, онда – обрнуто реалност (која као емисија не звучи друкчије нити изгледа друкчије) добија изглед привида, изглед пуког призора.” Андерс, Г., *Застарелост човека*, стр. 260. Огњен Обрадовић у контексту промишљања снимка погубљења новинара Џејмса Фолија од стране цихадиста у аспекту перцепције тог чина, а с обзиром на прогресивну заступљеност сцена насиља у популарним ТВ серијама, каква је рецимо *Игра престола*, закључује да се фиктивно и стварно медијски посредовано насиље слично доживљавају.

Данас, на екранима рачунара или мобилних телефона, заступљеност различитих садржаја није само временски већ и просторно стурктурирана. У свом делу *Метамедији* Лев Манович наглашава разлику између класичног екрана у односу на који је: „Било да се ради о сликарству, биоскопском платну или телевизијском екрану режим гледања могуће успоставити захваљујући чињеници да једна јединствена слика у потпуности испуњава екран”¹⁷⁶ и компјутерског екрана који „уместо да приказује јединствену слику [...] обично истовремено излаже више простора.”¹⁷⁷ На платформи *Јутјуб* изложено је неколико видео клипова са различитим садржајима које можемо погледати, а који су изабрани на основу дотадашњих корисничких активности. На пример, поред видеа који директно преноси неки протестни скуп може стајати видео на тему неког научно фантастичног серијала, а поред њега музички спот неког извођача чији се рад претходно пратио преко јутјуба. Другим речима, мноштво садржаја је на интернет платформама другачије структурирано, јер се сада не указује у временском следу, већ као унапред понуђени низ опција које видимо на екрану, чиме се постиже утисак додатног стапања различитих сфера стварности,¹⁷⁸ а интерактивност која омогућава корисницима проактивну позицију, све више увећава број понуђених опција које нам се излажу, додатно дестабилизујући границу између забавног и нпр. друштвено релевантног садржаја.

Технолошке могућности дигиталних екранских медија, могућност производње садржаја од стране корисника као и једноставност њихове дистрибуције у онлајн простор, резултују новим компилацијским мултимедијалним форматима. Као пример нам може послужити аудио-визуелна креација која је у својим различитим варијацијама достигла велику регионалну популарност. У питању је инсерт из филма *Хитлер, последњи дани* (De Untergang, 2004), Оливера Хиршбигела (Oliver Hirschbiegel), у којем у склоништу у

„Гомилање сцена насиља и смрти на нашим екранима, пре свега онога које је фиктивне природе, довело је до тога да и сцене стварног насиља поприме одлике фиктивног. Граница између стварности и фикције је истањена, а праг осетљивости публике спрема ових садржаја подигнут. Из тог разлога, сматрамо да су се начини на које публика посматра посредовано погубљење Џејмса Фолија и погубљење Неда Старка (Ned Stark) – јунака који страда на крају прве сезоне 'Игре престола', у великој мери приближили. и једно и дуго вођени су жељом за сензационалистичким садржајима.” Обрадовић, О., „Медијски посредована погубљења”, стр. 99–113, 104.

¹⁷⁶ Манович, Л., *Метамедији*, стр. 14.

¹⁷⁷ Исто.

¹⁷⁸ Манович увиђа сличност између брзог пребацивања телевизијских канала и мноштва прозора на компјутерском екрану: „У том смислу, могућност симултаног посматрања неколико слика које коегзистирају унутар екрана може се упоредити са феноменом заповања – брзог пребацивања телевизијских канала, што гледаоцу омогућава да прати више од једног програма.” Манович, Л., *Метамедији*, стр. 14.

Берлину на крају Другог светског рата непосредно пред пораз нацистичке Немачке, официри обавештавају Хитлера о безизлазном положају немачке војске на фронтима, што изазива његову револтирану, острашћену реакцију. Уместо титлова који преводе текст који се у сцени изговара, видимо титлове који симултано са репликама филмских ликова препричавају неко дневно-политичко или друштвено збивање. Након што се овај хумористички клип појавио први пут, уследио је низ варијација у којима се користи исти инсерт, са различитим титловима у којима се коментаришу препознатљиве ситуације из јавног домена. Овај хумористички формат у неким од својих варијација садржи луцидан, критички моменат, који своје ефекте постиже захваљујући компилацији популарног филма и препознатљивих локалних друштвено-политичких збивања. Он, међутим, најбоље илуструје природу перцепције екранског мноштва различитих садржаја, међу којима се губи јасна демаркација, тако што оно стварно бива препознато као у реалност транспонована матрица режираног фиктивног заплета, те се друштвена стварност често као таква и доживљава.

Још једна појава „на мрежи” која експлоатише стапање фиктивно-популарног и реалног путем комбиновања текста и слике јесу популарни *мимови*. Мимови могу обрађивати најразличитије теме, од пародирања општих места у свакодневној комуникацији до профилисане критике јавне артикулације супротних идеолошких уверења. У таквим намерама они такође експлоатишу садржаје популарне културе тако што се нпр. на слику из неког препознатљивог филма, серије или стрипа, додаје текст који алудира на конкретну локалну дијалошку конвенцију или манир комуникације у јавној сфери. Један од веома популарних мимова који има исту ликовну позадину, док се текст мења у безброј варијација, јесте мим са популарним суперхеројима Бетменом и Робинем где Робин нешто саопштава Бетмену, док га овај прекида својим одговором ударајући му шамар.

Ови видови изражавања креативности могу се разумети и као својеврсна критичка пракса у околностима савременог екранског посредовања и у великом броју случајева указују на заинтересованост и проблемски однос према стварности, пошто на креативан начин експлоатишу алате које нуде екрански медији, захватајући притом критички и њих

саме. Услед тога, они се често и наводе као пример тактичког деловања *одоздо*.¹⁷⁹ Поставља се, међутим, питање колико овакве и сличне активности могу произвести нешто више од перпетуације корисништва, с обзиром да оно што потенцијално изазива смех код културно сензибилисаних корисника који препознају послату поруку, доводи и до потврђивања корисништва као доминантног простора деловања, што за последицу може, такође, имати заклањање од света у свет екрана. Другим речима, у духу Деборове студије о друштву спектакла, питање које нам се намеће гласило би: да ли је могућ аутентични отпор у његовим оквирима?

3.4.3. Двосмерно генерисање стварности: од екрана и ка екрану

Задржавањем гледалаца пред екраном медији утичу на стварност на начин да, посредством садржаја доминантно утичу на јавно мњење, али и на начин да се одређени садржаји наменски креирају за њих, о чему је већ било речи. Због тога екран не креира стварност само *фронтално*, нпр. гледањем телевизије, већ и позадински тако што се нешто догађа управо због медијског преноса. Филип Аусландер (Auslander) сматра да телевизија није више један део нашег окружења, већ да је трансцендирала свој некадашњи партикуларитет, па се на основу тога може рећи да је телевизија нестала као медиј, постајући окружење само:

„As for the cultural dominance of television and its productions, Cecilia Tichi (1991: 3–8) has suggested that television can no longer be seen just as an element in our cultural environment, one discourse among many, but must be seen as an environment in itself. Television has transcended its identity as a particular medium and is suffused through the culture as “the televisual.”¹⁸⁰

Телевизија као окружење имплицира нестајање телевизије као медија: „What the televisual names... is the end of the medium, in a context, and the arrival of television as the context. What

¹⁷⁹ Уп.: Де Серто, М., „Проналазак свакодневног”.

¹⁸⁰ Auslander, P., *Liveness: Performance in a mediatized culture*, str. 2.

is clear is that television has to be recognised as an organic part of the social fabric; which means that its transmissions are no longer managed by the flick of a switch. (Fry 1993:13).”¹⁸¹

Распрострањеност телефонских камера, као и пракса моменталне дистрибуције приватних снимака путем друштвених мрежа, додатно утичу на феномен екранско-позадинског генерисања стварности, тако што жеља за медијском видљивошћу диктира одређене поступке на које се можда неко не би одлучио у другим околностима.

Број пратилаца на друштвеним мрежама који се данас усваја као вредност, јер представља својеврсни капитал, доводи до пажљивог осмишљавања онлајн идентитета. Као што је то случај са антиципирањем гледаности када је реч о телевизији, чиме смо се претходно бавили, да би се постигла што већа видљивост онлајн потребно је прилагодити или чак произвести животни стил који ће у довољној мери бити атрактиван како би привукао што већи број пратилаца. Када не би постојали технолошки услови за једноставно достављање својих приватних и професионалних делатности у онлајн простор с једне, и видљивост као уновчива вредност с друге стране, питање је да ли би одређени видови савременог понашања уопште постојали, или да ли би постојали у толикој мери.

Екранско-позадинско генерисање стварности у виду приправљања одређених догађаја за медијски пренос, при чему се рачуна на слање одређене друштвено-политичке поруке (пароле и транспаренти на протестима и спортским утакмицама на пример),¹⁸² са свешћу да ће оне с обзиром на масовну гледаност имати велики досег, данас се развојем екранско-медијских технологија догађа и у виду приправљања себе за сопствену видљивост, ратификацију и препознатљивост. Такво само-приправљање често не укључује рефлексивно легитимисање саме такве праксе, већ се одвија или наизглед спонтано или након статистичко-аналитичке обраде оних видова онлајн присуствâ који привлаче кориснике, да би се на основу те анализе приправљање стратешки обављало уз срачунавање постизања што веће видљивости и препознатљивости. Све то одношење се потискује потенцијално друштвено-медијски уподобљујућом аналитиком.

¹⁸¹ Исто.

¹⁸² У складу са оваквим увидима, тероризам се, на пример, све чешће тумачи као медијски феномен. Уп.: Бодријар, Ж., *Дух тероризма*, Ахипелаг, Београд, 2007.

Могли бисмо претпоставити да је овде по среди неки облик демократичности, чему би у прилог ишао и техно-оптимизам с краја прошлог века, те препознавање интернета као *виртуелне агоре*.¹⁸³ Ипак, како је агора била место расправе о политичким, односно јавним питањима, а с обзиром да интернет све више постаје простор излагања приватности, пре свега на друштвеним мрежама, овај оптимизам показује се великим делом као неоснован.

Управо животно усмерење ка што већој видљивости као новопрокламованој друштвеној вредности, чији је технолошки предуслов екранско, онлајн, изнова потврђивано присуство можда је најубедљивији разлог да савремено доба окарактеришемо као доба екрана.

3.4.4. Објављивање приватности

У доба екрана пропустивост границе између приватног и јавног отпочиње најпре доласком јавног у приватно, затим излагањем приватног у јавно уврштавањем ријалитија у телевизијску програмску схему, да би данас приватност индивидуалних корисника постала један од доминантних садржаја у онлајн простору, која у одређеним представљачким аранжманима може постати и професија заснована на синтетичком превазилажењу традиционално раздвојених активности, које се упражњавају у слободно време, и професионалних делатности. Савремена екранска, онлајн интеракција произвела је тако нову професију – тзв. инфлуенсере, који друге упућују у вештине креирања пожељног животног стила, показујући места која посећују, одећу коју носе, храну којом се хране, спортске активности које упражњавају, итд.

Висока стопа гледаности ријалитија, са једне стране, и велики бројеви пратилаца *инфлуенсера*, са друге, иако је овде реч о истом тренду, пружа чврсту основу за питање у којој су мери видови екранског корисништва атрактивни због садржаја које нуде или чије испоручивање омогућују, а колико због самог стимулативног дејства корисништва које не мора имати никакво упориште у различитим видовима интенционалног реферисања на

¹⁸³ Видети уводна поглавља о савременом контексту тумачења и опажања уметности, који Илић идентификује као *епоху медија*, у студији: Илић, В., *Увод у нову теорију позоришта*, Нолит, Алтера, Београд, 2010.

јавну сферу. Као што смо већ навели, изазивање скандала преко сукоба учесника ријалитија или детаљима из приватног живота инфлуенсера указује на скандализовање као иманентно оперативном својству екранског посредовања.

Наиме, експанзија екранског посредовања, нарочито је уочљива компарацијом телевизијског емитовања прерађене стварности с једне стране, која суспендује порив за њеном интерпретацијом и критичко-стваралачким интервенцијама, излагања приватности појединачних корисника с друге стране, односно, достављања привидно непрерађене интиме, света и човека као другости које се, у култури, изнова сједињују и међусобно изграђују. У једној могућој историји екрана могли бисмо чак увидети логичан узрочно-последични след. Уколико се свет најпре телевизијски приказује тако да оставља утисак готовости, те због тога не изискује наше усмерење ка његовом уобличавању, онда једино што нам, будући да свету нисмо потребни, преостаје, јесте наша приватност. Човек је, међутим, социјално биће коме је потребно да се легитимише у заједници, а с обзиром да то данас подразумева присуство у онлајн сфери, приватност се указује као логичан расположиви ресурс јавног-онлајн представљања.

3.4.5. Екранско-индустријски принцип

Као фундаментално начело индустријског принципа препознали смо императив непрекидне производње и последично, што веће потрошње у циљу самоодржања актуелног поретка.¹⁸⁴ Овај принцип је на примеру телевизије уочљив као нужност испуњавања и емитовања програмских схема, независно од потенцијалног друштвено корисног дејства садржаја.

Индустријски принцип се данас, у контексту екранског корисништва, огледа у неопходности представљања како би се непрекидно подсећало на сопствено присуство, које у савременој екранској стварности јесте својеврстан вид самоодржања себе као друштвеног бића. Стална производња садржаја нужна је за кориснике друштвених мрежа

¹⁸⁴ У својој утицајној студији о капитализму, нпр. Делез (Deleuze) и Гатари (Guattari) пишу – све је производња. Уп.: Делез, Ж. и Гатари, Ф., *Анти-Едип : капитализам и схизофренија*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци, 1990.

којима је то уједно и професија, јер их предуго одсуство може учинити предметом заборављавања, док ће пажњу пратилаца заокупити други налози. У основи модела овакве онлајн делатности јесте функционалност свега објављеног за одржавање и увећање видљивости. Другим речима, није екранско-технолошка могућност једноставне производње и дистрибуције у функцији веће комуникабилности нечега што би претходно настало из жеље да се креативно искористе алати екранских медија, већ се садржај креира и објављује да би се одржавала и јачала позиција у онлајн простору. Професионално онлајн представљање се води усаглашавањем са трендовима, а не њиховим преиспитивањем и евентуалном критиком, а квалитет представљања се мери препознавањем и допадањем од стране пратилаца које може и не мора коинцидирати са естетско-етичким вредносним критеријумима који постоје у друштвеној стварности,

На тај начин, фреквентна онлајн активност коју, сходно дељењу објава које по индустријском принципу не одликује заинтересованост за свет, поклапа се и са интересима великих компанија. Одржавање себе у непрекидном самопроизводном погону сопствене онлајн присутности, увећава степен корисности што последично подупиरे и развија пословање медијске индустрије у целини. Стога, уколико бисмо на основу претходно исказаног хтели да у најкраћим цртама изложимо историју екранских медија, могли бисмо рећи да кључни моменат њиховог развоја почива на интегрисању стварности телевизијском симулацијом, да би потом са појавом и ширењем интернета, телевизијски ефекат масовности заменио кориснички хипериндивидуализам.

4. Интернет – деперсонализујућа интерактивност

4.1. Култура на интернету као неплаћени рад

Екранизовање света довело је до једне специфичне појаве својствене преовлађујућем индустријском принципу, а то је потрошња као неплаћени рад за медијску индустрију. У случају телевизије њен се садржај махом опажа и брзо заборавља – отуда се и гледање може дефинисати као, речима Фредерика Џејмсона (Frederic Jameson), оптичка потрошња.¹⁸⁵ Телевизијски гледалац је неплаћени радник, утолико што таквом врстом потрошње подржава непрестану флукуацију брзо застаревајућих производа која одржава индустријски погон.

На интернету, корисници нису само „пасивни” потрошачи готових производа, већ и активни уређивачи онлајн простора као и аутори онлајн садржаја,¹⁸⁶ те се овај вид корисништва да препознати као рад у много очигледнијем виду, на шта указује и Кастелс када наводи: „Јер за разлику од телевизије, потрошачи интернета су и његови произвођачи, који креирају садржај и обликују мрежу.”¹⁸⁷ Овај проактивни, понекад и стваралачки облик односа према интернету посебно је значајан за нашу тему, конкретно – за анализу кретања, филтрације и рецепције оних облика активности у онлајн простору које настају из стваралачких порива и порива за критичким сагледавањем и захватањем стварности која нас окружује, што с обзиром на савремени контекст јесте проблем културе на интернету.

¹⁸⁵ Уп.: Џејмсон, Ф., *Крај уметности или крај историје*.

¹⁸⁶ На особене одлике екранског корисништва у односу на нпр. оптичку потрошњу телевизије указује и сложеница „прозумер”, којом се означавају они који медијско садржај генеришу, уједно га трошећи. *Прозумер* (енг. *prosumer*) сложеница је речи произвођач (про-) и конзумент (consumer), односно, потрошач. Видети: Вуковић, В., *Друштвени медији и управљање комуникацијама*, Факултет драмских уметности, Цетиње, 2019.

¹⁸⁷ Кастелс, М., *Успон умреженог друштва*, стр. 508.

Стваралаштво и доступност садржаја на интернету све маље подлежу ограничењима како технолошке, тако и тематске природе,¹⁸⁸ на основу чега би се дало закључити да нови медији стварају услове за унапређење културе. Садржаји доступни на интернету се могу коментарисати; о њима се може полемисати, могу се у различитим мултимедијалним форматима, од аудио-визуелних до текстуалних, тематизовати друштвено-политичке теме, па и оне које се тичу различитих схватања културе и медија. Тиме је отворен простор и синтетичко интегративној оријентацији културе што се огледа, рецимо, у формално различитим видовима тумачења одређених друштвено-медијских актуелних појава, којима се у зависности од вредносног процењивања тих појава тежи указати на потенцијално заједнички проблем којим оне упућују на колективну реакцију у циљу решавања проблема у заједничком интересу.

Интерактивност,¹⁸⁹ формална могућност одабира садржаја за које је корисник заинтересован, а чије су разноликост и архива све богатије, као и могућност једноставног објављивања и изражавања путем различитих формата, ствара утисак да интернет излази у сусрет индивидуалности својих корисника, стварајући простор слободе неслућених размера. Притом, то као да стоји у супротности са ефектом нпр. телевизије, јер је гледање истог садржаја од стране великог броја људи установљавало масу коју повезује фабрикована телевизијска стварност, о чему је било речи. Колико год, међутим, различити начини употребе интернета проистицали из интенционално културних порива, они, такође подлежу принципу индустрије. Кључни разлог томе јесте евидентирање онлајн активности и посредништво алгоритама у њиховој експлоатацији. О феномену великих података (*big data*), на пример, Влатко Илић пише:

„Наиме, свеопшта умреженост прозумера и ствари о којој је било речи, као и чињеница да у *дигиталном свету нема заборава*, за последицу имају незауостављиво гомилање информација које постају водећи ресурс тржишне експлоатације. Метафора којом се описује однос савремених индустрија спрам

¹⁸⁸ Ово је свакако само донекле тачно, јер Интернет није лишен механизма контроле и надзирања, при чему тзв. феномен дубоког Интернета (*deep web*) завређује посебну пажњу, али како је овде реч о екранском корисништву, наши увиди тичу се тога што би се могло назвати масовном употребом.

¹⁸⁹ И сам појам интерактивности, овде није случајно коришћен, пошто додатно акцентује принципе иманентне екранском корисништву насупрот нпр. култури дијалога. Уп. Вуксановић, Д., „Култура дијалога vs. интерактивне комуникације”, у: *Филозофија медија 2: Онтологија, естетика, критика*, стр. 113–127.

великих података, читава се у континуираном усавршавању вештина (алгоритама) њиховог *рударења* (енг. *data mining*), сходно чему, оснивач ЈоТ Савета Краненбург (Kranenburg) и закључује да се људи у све већој мери третирају као *информациони простори*.¹⁹⁰

Посредништво које постаје неопходно и за потребе индустријског развоја, а о којем је овде реч, огледа се у нечему што бисмо могли назвати редукционистичком херменеутиком алгоритама, или како би то рекао Борис Гројс уновчавањем херменеутике.¹⁹¹

Наиме, независно од тога да ли нас неки *мрежни* феномен или активност интенционално усмеравају ка свету који нас окружује, чак и уколико се радикално критички односе према одређеним аспектима онлајн комуникације, алгоритам их увек препознаје као израз афинитета, укуса и сензибилитета корисника на основу којих му се може понудити производ или услуга одређених оглашивача. Гројс пише:

„Данас се стара, традиционална херменеутика изнова јавља као средство додатне економске експлоатације субјеката који користе интернет. Вишак вредности који такав субјекат произведе, а који присвајају корпорације интернета, представља херменеутичку вредност: субјекат не само да нешто ради или производи на интернету, већ уједно и приказује себе као људско биће са одређеним занимањима, жељама и потребама.”¹⁹²

„Поглед” алгоритма¹⁹³ је у том смислу ограничен, јер у онлајн продукцији „види” само потребу корисника за сличним садржајима, које му потом и доставља, а на основу и путем којих му се нуде и различите рекламне понуде. Ограниченост захвата алгоритама, под који доспевају све активности на интернету, доводи у питање интернет као простор културе.

¹⁹⁰ Илић, В., „Медији – безумље – забава”, стр. 124.

¹⁹¹ Гројс, Б., *У току*, стр. 185.

¹⁹² Исто.

¹⁹³ О погледу алгоритама као оном који обухвата простор интернета пише Борис Гројс: „Поглед који читава интернет јесте алгоритамски поглед. И тај алгоритамски поглед може, макар потенцијално, видети и прочитати све што је на интернет икада постављено.” Исто, стр. 184.

Наиме, једна од специфичности културног стваралаштва и перцепције створених ствари, јесте тумачење поруке која у одређеној форми долази од ствараоца до примаоца. Принцип културе се тада очитује као откривање нових перспектива на постојеће искуство стварности које повлачи рационална и афективна кретања током и након рецепције те поруке, а која у исходу могу довести до другачијег, новог осећања света. У зависности од културног сензибилитета примаоца порука која до њега стиже, може имати неисцрпне значењске и естетске слојеве који утичу на преображај његовог дотадашњег искуства света, што не мора нужно бити намера аутора.

У сегменту овог процеса који се односи на стваралачку интенцију углавном се нема у виду конкретан прималац објављених садржаја. Уметничка дела из доба европске модерности, на пример, која настају из стваралачких порива њихових аутора обраћају се потенцијално свакоме, чак и онда када немали број људи није у стању да их протумачи. Другачије речено, не само да реакције реципијента уметничких дела нису биле, нити су предвидиве, већ би и тежиште разумевања њиховог доприноса зависило од уочавања њиховог подстрека за даље стваралаштво.

Уколико се култура, међутим, одвија онлајн, она пролази кроз филтрацију алгоритама који у зависности од тога како су претходно процењени афинитети корисника условљавају дистрибуцију онлајн садржаја, достављајући их потенцијално заинтересованој публици. На тај начин, онлајн активности усмерене потенцијално ка свакоме или никоме конкретно, а чији би циљ и био отварање нових перспектива за сагледавање и доживљај света који нас окружује, посредством алгоритама добијају своје конкретне адресате, постајући материјал компатибилан осталим садржајима које они троше.

Алгоритамско тумачење таквих онлајн садржаја и њихово распоређивање на релацији ствараоци и дистрибутери – примаоци, одвија се по принципу који је супротан принципу културе. Та супротност изражена је у томе што се не трага за дубљим и скривеним значењима одређеног производа или активности у онлајн сфери, већ у трагању за оним његовим одликама на основу којих се могу сортирати у одређени, на основу алгоритамске анализе претпостављени, кориснички онлајн простор У том смислу како примећује Гројс у свом тексту *Уметност на интернету*, позивајући се на Сартра, поглед

Алгоритма опредмећује кориснике, па принципу који је Сартр видео у „погледу другог” као оног који видевши оно што жели да види негира могућност промене на којој се заснива модерни субјективитет: „Тврдио је да нас поглед других опредмећује и тиме негира могућност промене којом је дефинисан наш субјективитет.”¹⁹⁴

Оваквим херменеутичким посредовањем алгоритама, поруке које би се можда дале окарактерисати као облици екранског стваралаштва, које би могло покренути рефлексивно-афективну динамику код прималаца бивају потиснуте. Другим речима, у зависности од процене корисничких жеља и потреба, културно потентни садржаји се на основу своје потенцијалне допадљивости одређеној групи корисника њима предлажу и испоручују, чиме бивају сведени на још један кориснички ресурс. Суспендовање културних стимуланса у онлајн комуникацији, не спроводи се, дакле, тако што се неки садржај који се процени као субверзиван по производњу, вођену индустријским принципом, забрањује, већ тако што се своди на меру показатеља потреба онлајн стваралаца, активиста или рецепијената. Управо у томе што на интернету углавном бивамо препознати као они који се могу сместити у постојеће оквире, Гројс види актуелизацију Сартрове мисли да су *накао други*.¹⁹⁵

„Поглед не доживљавамо као урокљив када настоји да проникне у наше тајне и учини их транспарентним (такав продоран поглед нам, штавише, ласка и нечим нас узбуђује) већ онда када негира да имамо икаквих тајни, када нас своди само на оно што он види и региструје.”¹⁹⁶

На снази је, дакле, једна специфична дијалектика бескрајног онлајн мноштва и тоталитета у чијој је то мноштво функцији. Наиме, свако индивидуално испољавање стваралачких сензибилитета, алгоритам у извесном смислу „поштује” тако што га препознаје као специфично и придружује га сличним садржајима, али овакав разуђени кориснички индивидуализам погодује индустријском принципу, јер на основу те разуђености долази до сегментације тржишта, што представља подстрек за развитак индустрија, што повратно само ојачава кориснички индивидуализам. Другим речима, алгоритамска херменеутика управља се према циљаном исходу уновчивости на начин да

¹⁹⁴ Гројс, Б., „Уметност на интернету”, у: исти, *У току*, стр. 176–195, 186.

¹⁹⁵ Видети: Сартр, Ж.-П., *Биће и ништавило*, Нолит, Београд, 1984.

¹⁹⁶ Гројс, Б., *У току*, стр. 187.

разноврсне онлајн производе тумачи према естетским критеријумима који одговарају одређеном животном стилу корисника на интернету, перпетуирајући тиме кориснички хипериндивидуализам. Оно што у себи носи нешто од културне функционалности, посебно синтетичко интегративне, сходно томе не долази до изражаја, већ напротив бива тумачено и усмеравано да фундира хипериндивидуалистичко корисништво.

С обзиром на претходно изложену анализу културне размене на интернету, у случају када онлајн стваралаштво и активизам интенционално циљају на промовисање културе изгледа да интернет доноси једну новину. Наиме, у онлајн простору, услед свеобухватајућег посредовања алгоритама све активности бивају сведене на потенцијал њихове уновчивости. То уноси битну разлику у односу на доба модернистичке фрагментације када појединачне области урањају у себе саме и напредују без заинтересованости за шири смисао, често и противно њему, док се пред културу поставља захтев за синтезом и интеграцијом атомизујућег света. У таквој епохалној ситуацији културна стремљења и праксе биле су чак и просторно одељене од индустријско-производних погона и покренуте жељом за обједињавањем међусобно отуђених јединица друштва кроз уметност, филозофију и њима сродне дисциплине. Супротстављеност начелу одржавања статуса кво, те контемплативно-афективно ангажовање животности у циљу изградње заједничког света били су препознатљиви и повлачили су различите историјске последице. Дешавало се да нечија филозофска начела и уметничка остварења, као у случају Ничеа и Вагнера (Wagner) на пример, буду експлоатисана у идеолошке или политичке сврхе, али су могућности такве врсте присвајања остајале у пољу неизвесности.

На интернету, као пољу постварене екранске стварности, међутим, експлоатација делатности које циљају на покретање рефлексивно-афективног тј. културног сензибилитета у сврху успешнијег економског пословања није ствар периодичног погрешног тумачења, већ се да препознати као доминантни принцип у складу са којим се ова стварност изграђује. Интернет, притом, не отклања доживљај културно-конститутивне кризе пасивизацијом отпора субјективности према екрански посредованој стварности као што то чини телевизија, већ управо интензивнијим призивањем културног сензибилитета путем расположивости и доступности опсежне културне архиве коју корисник на интернету може истраживати, упоређивати и на основу сопственог знања и закључивања

давати свој субјективни одговор, доприноси додатној атомизацији корисничког хипериндивидуализма, из кога израста свет конзумеризма. Управо технологијом олакшано истраживање архиве и тренутно реаговање, скрећу пажњу културно ангазоване субјективности са саме околности екранског посредовања на садржај који се тим посредовањем ствара и дистрибуира. То за последицу има генерисање мноштва корисничких простора,¹⁹⁷ који се хомогенизују акумулацијом садржаја унутар њих, који се препознају као слични, како би се јасније оформио и препознао потенцијални потрошачки сензибилитет који развлашћује културни. Кориснички хипериндивидуализам, као пребивање унутар сопственог корисничког „острва” притом ствара ситуацију сличну ситуацији модернистичке фрагментираности и диференцираности – увлачењем субјективности у оквире који заклањају поглед на другачије перспективе, с тим да акценат није на специјалистичко-епистемолошким већ на корисничко екранским – животно стилским оквирима. То културу доводи у кризу у погледу њене синтетичко-интегративне функције, а која се опет не препознаје као криза будући да се корисничко – екрански простор у самом корисништву често не препознаје као део стварности већ као стварност сама.

4.2. Дигитални маркетинг – култура у служби секуларног догматизма

Дигитални маркетинг¹⁹⁸ разматрамо као област у којој се очитује однос савременог корисничког хипериндивидуализма на интернету и деперсонализације корисника. С једне

¹⁹⁷ Назив који је често у употреби за кориснички простор који се формира спрегом корисништва и његове алгоритамске обраде након које се кориснику враћа оно што он наводно жели да види јесте *Filter bubble*. Детаљније о овоме видети у: Dahlgren, P.M., „A critical review of filter bubbles and a comparison with selective exposure”, *Nordicom Review* 42(1), University of Gothenburg, 2021, str. 15–33 и Pariser, E., *The Filter Bubble*, The Penguin Press, New York, 2011.

¹⁹⁸ Дигитални маркетинг јесте с једне стране традиционални маркетинг примењен у умреженом дигиталном простору. С друге стране, карактеристике интернета и дигиталног домена, битно су утицале на промену маркетиншких стратегија, примењиваних пре интернета. За детаљније објашњење дигиталног маркетинга видети: Piñeiro-Otero, T., Martínez-Rolán, X., „Understanding Digital Marketing–Basics and Actions”, у: *MBA/ Theory and application of Business and Management Principles*, Springer, 2016, str. 37–77 и Rihan, I., *Digital Marketing: Definition, History, Strategies, Developments, Advantages and Limitaions*, https://www.academia.edu/29461503/Digital_Marketing_Definition_History_Strategies_Developments_Advantages_and_Limitaions, приступљено 16.11.2022.

стране као оријентисан на кориснике¹⁹⁹ дигитални маркетинг почива на истраживању њихових специфичних потреба на основу којих се достављају понуде, а које се истражују анализом индивидуалних корисничких пракси. У том сегменту ова област подупире кориснички хипериндивидуализам. С друге стране, с обзиром да смо у раду индивидуално уочавање културно конститутивне кризе одредили као неизоставни део изградње индивидуалности, а да се у дигиталном маркетингу тумачење онога што „недостаје” кориснику, а што ће се надоместити понудама, обавља од стране понуђача, а не од стране самог корисника, можемо рећи да је наличје оријентацаје на кориснике заправо њихова деперсонализација. У том смислу, као што интерактивност на интернету симулира дијалог, могли бисмо рећи да се иза привидног „уважавања” сваке корисничке индивидуалности заправо ради о деперсонализацији.

Као што је познато, циљ сваког маркетинга јесте продаја неког производа или услуге на начин да се они презентују као средства која јемче остварење жеља одређене циљне групе. У маркетингу се увек нуди нешто помоћу чега ће се постићи нешто друго, а то друго није материјалне, већ психо-социјалне природе; у ословљавању циљне групе обећава се осећај задовољства који ће наступити коришћењем онога што се нуди, и тако заменити тренутни претпостављени осећај неугодности, који се у таквом ословљавању често и наглашава.²⁰⁰

Онлајн простор – интернет странице, друштвене мреже и друге платформе онлајн размене, данас су главни полигон за маркетинг. Оно што је карактеристично за ову врсту маркетинга јесте широко експлоатисана могућност усредсређивања на различите групе корисника које се као такве успостављају посредством самог корисништва. Ипак, упркос диференцирању циљних група, њихова различитост не стоји у супротности са постизањем истог циља, а то је осећање задовољства које се јемчи понудом, те потрошњом оних производа намењених сензибилитету специфичне циљне групе. Обећање задовољства је присутно у готово свим видовима маркетиншког оглашавања, из чега би се дало

¹⁹⁹ Као основне принципе дигиталног маркетинга, успостављене с обзиром на конвергенцију технологије и умножавање уређаја, Пињеиро-Отеро и Мартинез-Ролан наводе оријентисаност на кориснике, мерљивост (учинка), свеprisутност и интерактивност: „Technological convergence and the multiplication of devices have led to an opening up of the ways in which we thinking about marketing in Internet and have pushed the boundaries towards a new concept of digital marketing—user-centred, more measurable, ubiquitous and interactive.” Piñeiro-Otero, T. and Martínez-Rolán, X., „Understanding Digital Marketing—Basics and Actions”, str. 39.

²⁰⁰ Уп: Адорно, Т. и Хоркхајмер М., „Културна индустрија”.

закључити да се његово постизање не доводи у питање и у том смислу бисмо га могли назвати савременим секуларно-догматским начелом.

Ова свеprisутна тежња наслања се у одређеној мери на модернистички индивидуализам, на начин да циљној групи као дистингвираној од осталих својим животним стилем, нуди индивидуални пут ка испуњењу жеље за задовољством. Тиме се делимично репродукује модерно-егзистенцијалистички принцип личног одговарања појединца на сопствену ситуираност у свету. Кажемо делимично, јер се таквом процесу самоодношења додаје жељени исход у постизању личног задовољства који није постојао у изворном егзистенцијалистичком ставу и рефлексивно-практичном деловању које из тог става проиходи. Оно што је у том ставу било назначено као циљ јесте озавичајење света који се испрва указује појединцу као стран ентитет. Осећање које се тим путем постиже није било означено ни задато, па је тако нечије разрачунавање са својом позиционираношћу у свету могло призвести и принципијелно одбијање трагања за задовољством. На основу императива постизања задовољства могло би се приметити да савремена ситуација у извесном смислу можда има више сличности са предмодерним добом него са модерношћу.

Наиме, у сликовитим описима раја и пакла, у којима се боравак заслужује овом или оном врстом начина живота, осећања која ће владати у будућим становницима ових двају радикално супротних оностраних ентитета, заузима велики простор и можда је кључна ставка у хришћанској животној педагогији у предмодерно доба. У свом делу *Оптички медији* обрађујући употребу медија у пропагандне сврхе у доба реформације и контрареформације, Фридрих Китлер наводи пример Лојолиних (Loyola) медитација практикованих у сврху борбе језуитског реда против раширеног протестантизма:

„Погледајмо шта су Лојола и његови ученици радили у петој вежби. Тема те вежбе: *Рефлексција о паклу*. Ево како се изводи:

Први корак: Оцима уобразиље видим те огромне ватре, и душе која као да су у телу од ватре.

Други корак: Ушима уобразиље чујем јецаје, запомагање, крике и клетве на Христа нашег Господа и све његове свеце.

Трећи корак: Уобразиљом осећам мирис дима и смрад сумпора, погани и трулежи у паклу.

Четврти корак: Уобразиљом осећам горчину, укус суза, туге, савести која изједа у паклу.

Пети корак: Уобразиљом осећам додир врелине која (проклете) душе обузима и пржи. (Loyola 1991, 90 и даље).²⁰¹

Како је медијско „оруђе” протестантизма било писмо (*sola scriptura, sola fidei*), језуити су трагали за моћнијим медијем помоћу којег би се борили за доктрину сопствене хришћанске фракције.²⁰²

Живот европског средњовековног становништва био је, дакле, у великој мери вођен с обзиром на обећање вечне радости у рају или вечне муке у паклу. Обећање одређеног осећања које ће наступити је, дакле, интегрални, ако не и суштински део хришћанске догме. По сличном принципу функционише и дигитални маркетинг²⁰³ који предсказује различите типове осећања, у зависности од тога да ли ће се приуштити одређени производ или услуга. Уколико се они приуште обећава се награђујући осећај задовољства. Уколико

²⁰¹ Китлер, Ф., *Оптички медији*, стр. 87.

²⁰² „Свако може да буде спасен, каже Лутер, и без обожавања слика светаца и без добрих дела у корист цркве. Или на енглеском, како пева група King Crimson: Starless and bible black. Преостали део Европе је морао нешто стратешки да предузме против овог црнила Библије – он је онда изумео као што знате контрареформацију [...]. Стога је више него очигледно шта је контрареформација морала да понуди као одговор оном новим медију протестанат, штампи – илузионистички театар за свих пет чула.” Исто, стр. 86 и 88.

²⁰³ Ово поређење правимо уз велику ограду с обзиром на то да се у периоду о којем пише Китлер радило о неупоредиво дубљем и интензивнијем ангажовању чулности и имагинације, заснованом на метафизичком доживљају света у оквиру хришћанства, као и на то да остварење профита није било основни циљ верске пропаганде. У дигиталном маркетингу реч је о неупоредиво баналнијим убеђивачким стратегијама којима је основни циљ управо профит. Сматрамо, ипак, да је могуће извући неколико принципијелних сличности између ондашње верске пропаганде и дигиталног маркетинга у три аспекта: 1. Обећање награде у виду осећања радости у рају, односно задовољства собом помоћу производа/услуге; 2. Осећање радости, односно задовољства које се не доводи у питање као подразумевани циљ живота (у случају верске пропаганде у „оном”, а у дигиталном маркетингу у „овом” животу) и 3. Употреба медија и осмишљавање нових и делотворнијих медијских технологија зарад придобијања верујућих следбеника, односно клијената. Поводом треће ставке, када је реч о верској пропаганди Китлер пише: „Задатак језуита је био да на монопол који реформација има на штампу одговоре медијским техникама које су од штампе делотворније, те су стога нужно циљали на преобраћење лаичке публике од које се, већ и због времена које то захтева, није очекивало да се у манастирима баве духовним вежбањем. Оно што је Лојола у својој изолованој ћелији пронашао, или силом произвео, морало је да се поједностави, изнесе напоље, механизује и масовно примени. То је сва разлика између духовне вежбе током које Лојола халуцинира о етапама Исусових мука, и оптичке направе зване смикроскоп, помоћу које је Кирхер, у сликама које се брзо смењују, те етапе приказивао лаичкој публици коју је помоћу претече филма хтео да преобрати.” Исто, стр. 89.

то не буде случај, остаје се у незадовољству због проблема који се, углавном на самом почетку рекламне понуде сугерише као онај за који постоји решење помоћу конкретног одређеног производа или услуге.

Аналогија са предмодерношћу, којом се овде користимо огледа се у појави која донекле наликује још једној средњовековној пракси, а то је плаћање за опроштај грехова (индулгенција).²⁰⁴ Ако изузмемо вероватно фундаменталну разлику савременог доба и средњовековне хришћанске парадигме која се очитује у савременом обећавању индивидуалног задовољства овде и сада, при чему су свет и други, ресурс за лично задовољство појединца у првом случају, док се у другом случају радост доживљава тек након смрти, и то по цену одрицања од овоземаљских уживања, што у неким ситуацијама укључује и жртвовање сопственог живота зарад спасења у случају плаћања индулгенције, сама матрица трговања обећаним задовољством је слична. Оно се у оба случаја купује и за разлику од модерно-егзистенцијалистичког полазишта, не доводи у питање као жељена вредност и крајњи циљ.²⁰⁵

Културно-конститутивна криза се овде потискује на начин да се не преиспитује обећање задовољства, као жељени исход само-односа и светоодноса, већ се корен кризе поистовећује са личним незадовољством, а њено превазилажење са потрошњом. Индивидуална посебност није у јединственом, индивидуално диверзификованом односу са светом и собом у свету, већ у претпостављеној специфичности индивидуалне мањкавости која се састоји у нерасполагању потенцијалним средствима успешне

²⁰⁴ Индулгенција, на латинском *indulgentia* у преводу значи опрост (грехова). У средњовековној црквеној пракси, настављеној и након средњег века, индулгенција је била веома распрострањена, а начелно је подразумевала искупљење грехова тзв. покорам, тј. казним праксама прописаним вернику од стране цркених ауторитета. Временом се усталио обичај плаћања индулгенција који се понекад тумачио као злоупотреба вере, а што је посебно, како објашњава Борис Вулић, било изложено критици од стране Лутера и протестантске цркве: „Познато је да је пракса опроста, особито у вријеме пренаглашеног говора о паклу и чистицишним мукама, постала све пожељнија, једнако као што је позната и увијек позорности вриједна Лутерова, односно протестантска критика праксе опроста. Она не погађа само новчане малверзације при купњи опроста, него и квантитативно разумијевање самих индулгенција.” Вулић, Б., „Важност опроста на путу поборе”, у: *Вјесник Ђаковачко-осјечке надбискупије и Сријемске бискупије*, Ђаково, вељача 2019, стр. 12–19, 14. У католичкој цркви куповина индулгенција није се сматрала злоупотребом, штавише, улазила је у склоп ваљаног верског живота. Како вернике саветује Лојола: „Исто тако треба да посећујемо цркве са приказима Исусових мука, идемо на ходочашће, плаћамо индулгенције.” Китлер, Ф., *Оптички медији*, стр. 88.

²⁰⁵ Овде, такође, наглашавамо да се поређење куповине индулгенција и куповине рекламираних производа и услуга односи искључиво на принцип који бисмо могли назвати *куповином обећаног задовољства*. Контексти ондашњих и савремених светскоисторијских околности, као и вредности, мњења и веровања у склопу њих, а којима се легитимисао такав принцип су, наравно, неупоредиви.

социјализације. Репетитивна сугестија такве мањкавости у дигиталном маркетингу, одвраћа од промишљања самих наметнутих предуслова социјализације као вредности по себи, оптерећујући индивидуалност бригом за стицањем тих предуслова, који су уједно и предуслови задовољства. У овом аспекту само-одношења, у датим околностима у савременом свету посредованом екранским медијима уочавамо везу са предмодерним епохама која се очитује као уподобљавање већ задатом моделу „истинског” бивствовања.

У предмодерним временима радило се о уподобљавању трансценденцији, усмерењем ка што већем приближавању узору, док се данас оно врши као приближавање задатој матрици релационо детерминишуће психо-емотивне стабилности и друштвене функционалности, као и задовољства које оне генеришу. Последица тога јесте да запитаност о маркетиншким понудама које јемче постизање задовољства не погађа задовољство као вредност по себи, већ потенцијал самих тих средства да омогуће достизање циља.

4. 2.1. *Раздвајање креативности од културе*

Креативност као појам, као и креативне праксе данас су у широкој примени у готово свим областима људског деловања.²⁰⁶

Уколико креативност на основу етимологије речи одредимо као афинитет ка стварању,²⁰⁷ у контексту рада могли бисмо да је доведемо у везу у везу са појмом животност, чак бисмо могли да их третирамо као синониме. То можемо учинити под условом да у стварање уврстимо и начелни принцип реверзибилног стварања човека и света у модерно доба тј. сходно Кангргином схватању, непрекидног процеса озавичајења.²⁰⁸ У том смислу би креативност била неизоставни део културног сензибилитета као воља за стварањем сопствене егзистенције која се испољава у

²⁰⁶ Видети: Вуксановић, Д., „Креативност и медији: креативне индустрије као пројект *ad absurdum*”, *In Medias Res*, Vol. 5, бр. 9, 2016, стр. 1299–1308.

²⁰⁷ Латинска реч *creatio* на српски се може превести као *стварање*.

²⁰⁸ Видети: Јурић, Х., „Кангргина ријеч о завичају”.

конкретним облицима културног стваралаштва, било да је реч о ствараоцима или рецепијентима, била неизоставни део културног сензибилитета.

Данас, под веома често рабљеним појмом креативности, поготово у области дигиталног маркетинга, мисли се, међутим, пре на одређене, за финансијско пословање функционалне таленте и вештине који су такође неопходни за одређене видове уметничког стваралаштва. Како примећују Дивна Вуксановић и Влатко Илић: „домен креативности [је] проширен на готово све области људских активности, у распону од уметности преко медија и технологије, па све до туристичке привреде и економије”, сходно чему наглашавају да „једно од уврежених мишљења (мњења) данашњице јесте уверење да живимо у добу креативности. А то значи да креативност јесте, или треба да буде, једна од главних одлика нашег времена.”²⁰⁹

Као и у уметности, преображавање светских појавности одређеним средствима и кроз одређене медије, неопходно је и у дигиталном маркетингу, посебно кроз графички и веб дизајн. Овде се, такође, може уочити паралела између савременог и предмодерног доба на равни функционалне естетизације зарад религиозне свести, односно потрошачког менталитета. Естетизација као резултат свеprisутне креативности није у сврху промене света, већ учвршћивања статуса кво. Борис Гројс, рецимо, у својој студији *О уметничком активизму* пише, да је с обзиром на то да као и данас, у предмодерно време естетизација подупире коришћење предмета, о предмодерној уметности прецизније говорити као о дизајну: „У том смислу, читаву уметност предмодерног доба не би ваљало посматрати као уметност, већ као дизајн. И заиста, стари Грци су говорили о *techne* – не правећи разлику између уметности и технологије [...]. Но, у савременим условима дизајн је свуда присутан. Готово све чиме се служимо професионално је дизајнирано тако да би кориснику било привлачније.”²¹⁰

²⁰⁹ Вуксановић, Д. и Илић, Д., „Стваралаштво – филозофија – уметност – капитализам”, у: *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, стр. 21–34, 22 и 23.

²¹⁰ Гројс, Б., „О уметничком активизму”, у: исти, *У току*, стр. 49–67, 52 и 53. У овом тексту Гројс савременом дизајну којег упоређује са предмодерном уметношћу, супротставља модерну уметност у којој естетизација служи управо дефункционализацији употребних предмета, због чега се ради у уметничкој естетизацији: „Напротив, уметничка естетизација значи дефункционализацију оруђа, насилно укидање његове практичне применљивости ефикасности.” Исто, стр. 53.

Дигитални маркетинг експлоатише, дакле, битан део културног сензибилитета задуженог за естетизовање одређеног садржаја који има за циљ да поруку која се њиме шаље учини пријемчивом и за чулно опажање. У култури, план естетског, који се реализује имагинативно-техничким поступцима ствараоца, само је један, иако важан део ширег склопа. Тај склоп се, поред естетизовања одређеног садржаја, састоји и од бриге за сопствену егзистенцију која је увек уједно и брига за заједницу којој се порука кроз стваралаштво упућује. У питању је процес који се креће ка остварењу самозадатог пројекта кроз који се ствара и стваралац, а потенцијално и заједница као скуп рецепијената таквог реализованог пројекта.

У дигиталном маркетингу креативност се, међутим, издваја из овог ширег склопа и имагинативно-технолошка операционалност се експлоатише за намену понуде производа и услуга чију сврховитост појединци у креативном тиму ретко доводе у питање, при чему се продајна добра често препознају не само као несврховита већ и као штетна. Тако један део културног стваралаштва бива еманципован од ситуативно-идејно-делатног склопа из кога полази културно деловање и постаје и штетан по њу, додатно омогућавајући манифестацију секуларног догматизма, тј. обећаног задовољства као његовог врховног начела.

Савремени амбијент у којем се „са екрана” корисници позивају на самоостварење и последично постизање индивидуалног задовољства, утиче на менталитет који развлашћује културу од њене суштинске функције промишљања света и себе у свету које у зависности од индивидуалности таквог рефлексивног захвата осмишљава и трасира креативност. Такво развлашћење је утолико делотворније што се то чини управо свођењем креативних појединаца на њихову потребу за остварењем креативних потенцијала изван контекстуализације и сврховитости тог остварења,²¹¹ уз обећање самоостварења на личном и пословном плану које прати награђујући осећај самозадовољства, прокламован као неупитна, саморазумљива вредност.

²¹¹ Вуксановић и Илић пишу о фетишизму креативности који се поставља у функцију дизајнирања комерцијалних добара, на основу чега се савремено доба може описати као доба артистичког капитализма: „Полазећи са становишта креативне економије, која дословно фетишизује процесе креативног рада, читава област производње, уметности и забаве, али и услужних и посредничких делатности, попут сфере комуницирања или туризма на пример, подвргнута је процесима дизајнирања, естетизовања у јединствену творевину – позни (креативни/артистички/дизајнирани) капитализам.” Вуксановић, Д. и Илић, Д., „Стваралаштво – филозофија – уметност – капитализам”, стр. 33.

4.2.2. Индуковање доживљаја и појавности кризе

Иако се уочавање кризе у овом раду третира као епохална одлика секуларне модерности, при чему се она огледа у сусрету са још туђим, неприсвојеним светом као непосредованом неизвесношћу, криза у извесном смислу проистиче из ситуираности појединачне егзистенције у различите светскоисторијске околности, коју криза као такву погађа. Осим предрексивног осећаја неугодности због још сасвим неприпадања свету, индивидуално-егзистенцијални предзнак кризе оцртава се као питање *само-мојег* осећаја кризе у конкретној географски, менталитетски, психолошки, временски, итд. дистингованој ситуираности. Овде, међутим, није реч о радикалном индивидуализму услед којег се губе споне са заједницом, већ се, напротив, посредством сопственог опажајно-рефлексивног апарата тежи што бољем разумевању кризе, те су индивидуални опажај и промишљање предуслови једне рефлексивно засноване перспективе којом се доприноси заједници у којој се партиципира. Партикуларно уочавање кризе успоставља трасу за њено надилажење од чега у великој мери зависи начин и конкретан облик изражавања културног сензибилитета.

У онлајн оглашавању, приметан је, међутим тренд деперсонализовања опажаја кризе, тј. њене стереотипизације. Уланчани у начело моћи-бити-задовољан, оглашивачи оловљавају циљне групе, сугеришући им да су конкретни производи или услуге ти који могу отклонити доживљај кризе као генератора њиховог осећаја незадовољства радним окружењем, изгледом, начином живота итд. Након сугерисања доживљаја кризе, следи понуда за њено брзо и лако уклањање. Тиме се укида наредна етапа у процесу ношења са сопственом егзистенцијалном ситуираношћу, а то је ангажовање – залагање сопствених рационално-афективних потенцијала зарад самозадатог животног пројекта којим се криза надилази. Уместо тога, нуди се готово решење које реализује понуђач уместо корисника. Такво решење изазива, међутим, само привремену релаксацију (идеал-типски гледано, јер су у пракси очекивања често изневерена, а повремено се и циља на непотпуно испуњавање обећаног, како би се могла дати нова понуда), коју ће заменити нови осећај нелагодности за који ће се понудити ново решење. На овај начин се формира реверзибилна спрега

између корисничког менталитета и индустријског принципа,²¹² на начин да се корисници навикавају да им се најпре сугерише потреба, коју ће потом неко уместо њих испунити, што омогућава да се производи и услуге након њихове конзумације поново нуде, одржавајући индустријски механизам у погону.

Криза се у понудама доставља као већ протумачени и експлицитно артикулисани узрок неког проблема, за који се потом нуди решење, чиме се одузима могућност субјективности да самостално уочи и дефинише кризу као специфично несагласје јединственог сензибилитета и света који га окружује. Спољно тумачење главног узрока кризе спроводи се у односу на средство њеног превазилажења које се нуди, а које захвата једну или више парцијалних, углавном наметнутих потреба адресата, које се, међутим, представљају као есенцијалне. Фактичка издвојеност једне парцијалне потребе из интегралне личности која се управо изграђује из самосталног уочавања кризе и реаговања на њу, а која се презентује не као парцијална већ као она из које све друге потребе произилазе, установљава се као узрок недостатности задовољавања такве потребе преко понуђених средстава и изнова рађа нову потребу.

С обзиром на то да продајна добра зависе од потреба, да се закључити да је и овде на делу индустријски принцип, у смислу да несавршеност производа или услуге није ствар неуспеха да се они учине довољно ефикасним у одговору на потребе, већ да су они циљано креирани као недостатни, како би се могле креирати нове понуде од којих индустријски механизам зависи. Овде се, међутим, не креирају само средства као недостатна, већ се и потреба креира и експлицира тако да њено потенцијално испуњење не може у потпуности одговорити на захтеве рефлексивно-осећајног склопа личности. Другим речима, понављање сугестије периферне потребе као суштинске, чије би се испуњење, будући да је периферна, увек нужно испоставило као незадовољавајуће, уводи у кориснички менталитет, чија је основна одлика прескакање корака самосталног уочавања и рефлектовања кризе, које се супституише кризом као индукованом даташћу.

²¹² О овој спрези Адорно и Хоркхајмер пишу: „Кажу да су стандарди изворно произишли из потреба потрошача: стога се, наводно и акцептирају без отпора. И заиста јединство система постаје све веће, гушће управо оним кругом манипулације и реверзибилне потребе.” Адорно, Т. и Хоркхајмер М., „Културна индустрија”, стр. 68.

Иако је културно-конститутивна криза структурални део културе, она није нешто што се интенционално производи како би култура била могућа, већ произилази из ситуационе нужности. Криза је нужност због тога што од модерности до данас не постоје стабилни општеважећи вредносно-оријентациони оквири који би ограничили домен људског деловања у погледу његове оправданости и сврховитости, већ се за њима трага у домену свести потенцијално сваког појединца који се у таквом, још неуобличеном, свету затекне. У маркетиншком сугерисању унапред уобличене појавности, она се, међутим, интенционално предочава као неизоставни део понуде. Индивидуално трагање за узроцима кризе бива потиснуто већ предоченим и уобличеним чвориштима њеног порекла, као и смерницама за њихово разрешење, чиме сама култура као одговор на затеченост у хетерогеном, парцијализованом свету, доспева у стање кризе.

Чини се, историјски гледано, да је креативност у смислу своје сврховитости прешла пут од предмодерне наменске функције (за античке и средњевековне религијско-ритуалне светковине), преко осамостаљивања у модерности, до еманципације од егзистенцијално-модернистичког идејно-делатног склопа и поновног постављања у функцију одржавања секуларног догматизма којим се подупире индустријски принцип. Креативност, притом, као средство постизања одређеног циља далеко је чвршће позиционирана као таква данас, него што је то био случај у средњем веку.

Наиме, иако је црквена уметност била у функцији делотворног проповедања верских догмата, што је можда највидљивије у уметности контрареформације где је ликовност била медијум за борбу католичанства за превласт над литерарно усмереним протестантизмом, увек је постојала условно речено опасност да та уметност због својих естетских квалитета изгуби функцију посредника у комуникацији са божанством, и да постане самостални предмет естетског угођаја, у којем се заборавља његова изворна намена. То се рецимо показало у иконоборачким споровима, у којима су иконоборци свој став објашњавали тиме, да слике изазивају идолопоклонство, тако што својом заводљивошћу, дивљење и поштовање према Богу преусмеравају ка себи самима. Бодријар то показује на примеру иконоборачког покрета чији су припадници увиђали опасност у иконама које, мада намењене представљању Бога, могу у перцепцији постати идоли, односно изгубити свој божански референцијал:

„Али шта божанство постаје када се пропагира у иконама, када се умножи у киповима-идолима? Остаје ли онда врховна инстанца која се напросто оваплоћује у сликама у неку видљиву теологију? Или се извитоперава у киповима који, сами, шире своју раскош и своју моћ фасцинације – при чему видљива машинерија икона замењује чисту и разумљиву идеју бога. Управо су се тога бојали иконокласти чија вековна препирка данас и међу нама траје.”²¹³

У дигиталном маркетингу могућност да неки промотивни материјал због вишка естетске вредности, као улога креативности, задржи пажњу на себи самом и одврати кориснике од производа или услуге коју рекламира, сведена је на најмању могућу меру мерљивошћу ефеката пословања и анализом пословног учинка.²¹⁴ Креативност на тај начин бива сведена искључиво на функционалност, због чега овде пре може бити речи о псеудо-креативности.

4.3. Мултимедија и пасивизација превођења

Индуковање осећаја кризе и генерисање адекватне понуде за њено превазилажење подупрте су естетским стимулансима који долазе са екранских медија. Ова стимулација не постиже се, међутим, само креативним испоручењем наративно-визуелног аранжмана који заокупља пажњу корисника, већ је и сам облик корисништва екранских медија такав да спречава индивидуално разоткривање кризе, те сопствено моделовање облика њеног разрешења.

Посезање за мобилним телефоном, на пример, који је увек при руци осигурава нас, рецимо, од неугодног осећаја времена током којег нисмо ничим заокупљени, а које бисмо могли да искористимо за контемплацију над тренутним приликама. Непрекидна

²¹³ Бодријар, Ж., „Симулакруми и симулација”, у: *Студије културе*, стр. 469–489, 472.

²¹⁴ Влатко Илић констатује да је креативност данас у функцији тржишног надметања док је у модерно доба била разумевана као својство слободног, стваралачког духа: „Креативност је данас могуће разумјети и као новоосвојен териториј тржишне експлоатације, пошто се с једне стране она афирмира, док се њоме обучавамо, при чему је пожељна само уколико је у служби стјецања профита. С друге стране, тијekom модерног доба, на трагу хуманистичких увјерења, креативност се најприје доводила у везу с великим достигнућима људског духа, вриједним умјетничким дјелима, неспутаношћу и слободом.” Илић, В., „О креативности у времену медија”, *In Medias Res*, Vol. 5, бр. 9, 2016, стр. 1291–1297, 1292.

циркулација мултимедијалних садржаја истовремено анимира наша чула, која су у предекранском добу углавном бивала ангажована појединачно, тако што се претежно обраћало једном чулно-контемплативном пријемнику. За потребе наше анализе органску целовитост људских рецептивних предиспозиција која укључује симбиозу и садејство чула вида, слуха и разумевања, назваћемо плотско-рефлексивни склоп.

Напомињемо да је идеја учествовања свих чула у рецепцији, настала у пољу уметности у 19. веку, а чији је творац немачки композитор Рихард Вагнер (Richard Wagner). Вагнер је дошао на идеју „свеукупног уметничког дела” (*Gesamtkunstwerk*). Из Вагнерове програмске расправе („The artwork of the future”, 1849/1850), у којој излаже ову идеју, Борис Грој наводи следећи цитат који се односи на уметника будућности како га Вагнер види:

„Он сада може жудети само за универзалним, истинитим и безусловним; он није обузет љубављу према овом или оном појединачном објекту, већ према самој свеобухватној љубави. Тако егоиста постаје комуниста, јединка постаје све, човек постаје Бог, а шаролика уметност постаје Уметност.”²¹⁵

Из овог навода могло би се у контексту рада закључити да Вагнер види потребу за свеукупним уметничким делом, с обзиром на опажање модернистичке фрагментираности према којој има негативан став, а на коју жели да одговори уметничким делом у којем су интегрисани сви медији изражавања. Она дакле долази из индивидуалног опажања којим се, као негативна појава, уочава нарастање егоистичног индивидуализма. Адорно и Хоркхајмер примећују да културна индустрија у ироничном виду остварује идеју свеукупног уметничког дела, пре свега путем медија, чија техничко-изражајна средства конвергирају, при чему посебно истичу развојни потенцијал телевизије као синтетичког медија који обједињује радио и филм:

„Технички медији се и међусобно присиљавају на незаситу униформност. Телевизија иде за синтезом радија и филма, а та се синтеза одгађа све док још сасвим не одговара заинтересованима, али њене неограничене могућности обећавају толико радикално проширење осиромашених естетских материјала да ће можда већ сутра тријумфовати

²¹⁵ Wagner, R., *The Artwork of the Future and Other Works*, translator V. Eshton Ellis, University of Nebraska Press, Lincoln and London, 1993, str. 94, преузето из: Гројс, Б., *У току*, стр. 19.

површно прикривена идентичност свих културних производа, сасвим отворено, као подругљиво испуњење вагнеровског сна о целокупном уметничком делу.²¹⁶

На трагу ове Адорнове и Хоркхајмерове, на критици културних индустрија засноване прогнозе, анализираћемо начин на који стимулација комплетног рецептивног чулног апарата, изазвана свеприсутном изложеношћу мултимедијалним садржајима путем корисништва екранских медија заклања опажај културно конститутивне кризе.

Обраћајући се, наиме, претежно једној саставници плотско-рефлексивног склопа посредством једног медија који ту саставницу погађа, средства општења у европској модерности попут уметности, или штампе као раног медија масовне комуникације, подстицала су друге саставнице на активно суделовање у рецепцији и контемплацији. Они чулни рецептори који нису директно погођени медијем општења, покретали су процес превођења који се одвија на начин да се оно што није непосредно опазиво, посредством имагинације преводи у нешто што се да замислити. На пример, у некој књижевно-литерарној форми слике нису непосредно опазиве, али се стварају у пољу имагинације на коју подстиче текст, као што и контемплација над неком видљивом формом њу може превести у звук, односно музику.²¹⁷

Плотско-рефлексивни склоп је услед ускраћености за сва чула опазивог, у непрестаном стваралачком обнављању, тако што недостатак тоталног чулног стимуланса подстиче његов, непосредним опажајем, нетакнути део на стваралачки активитет. Ускраћеност такође подупире чежњу за измирењем са страном света, тако што ангажовањем чула оснажује дистанцирани чисто спекулативни захват, што је важно због тога што чулни опажај претходи рефлексiji приликом препознавања света као страног, те би чиста рефлексija, уколико о њој може уопште бити речи као о *чистој*, била недовољна за његово озавичајење.

Процесу сталног установљавања плотско-рефлексивног склопа, у оквирима којег се он изнова у културној размени ре-креира, ре-креирајући тиме и свет, претходи, могли бисмо

²¹⁶ Адорно, Т. и Хоркхајмер М., „Културна индустрија”, стр. 70.

²¹⁷ Чулно превођење једног изражајног медија у други у израженом интензитету назива се синестезија. Уметници попут сликара Василија Кандинског и композитора Александра Скрябина тежили су у свом стваралаштву синестезијским ефектима, а сматра се да су синестезијску перцепцију појединачних делова космоса први имали Питагоријци. Видети: Шуваковић, М., *Појмовник сувремене уметности*, Horetzky, Zagreb, Vlees & Beton, Ghent, 2005.

рећи, његово расклапање на саставне делове. Овде, међутим, није реч о томе да се саставни делови отцепљују од органске целине плотско-рефлексивног склопа, већ да се они најпре препознају као рашчлањени унутар јединства, а да би један део заступао остатак, приликом изражавања у једном медију. У стваралачком процесу који се изражава у једном појединачном медију који се перципира одговарајућим чулним регистром (нпр. слика – вид) учествује остатак плотско-рефлексивног склопа који се, могли бисмо рећи улива у један медиј изражавања. У перцепцији, пак, опажање једног медија одговарајућим чулом, подстиче остатак плотско-рефлексивног склопа на имагинацију стваралачког израза у другом медију (нпр. музика – слика).

Мултимедијалност екранских садржаја, међутим, не оставља ни један део плотско-рефлексивног склопа нетакнутим, чиме је постављена препрека за покретање стваралачког активитета. Потреба за активним ре-креирањем плотско-рефлексивног склопа испоставља се као излишна, будући да је он учесталим посезањем за екранским садржајима и њиховом мултимедијалношћу непрекидно стимулисан и тиме лишен осећаја ускраћености који би провоцирао његово испуњење. Другим речима, тоталним покривањем чулног регистра пасивизују се појединачна чула која нису била директно погођена једномедијалним садржајима, што суспендује и процес превођења.

Конкретан, могући пример који експлицитно то илуструје био би следећи: ако на екрану телефона читамо текст који описује неки догађај врло је вероватно да ће поред самог текста за гледање бити понуђен и кратак видео запис истог тог догађаја, уколико је он забележен. Екрански медији, дакле, већ преводе садржај из једног медија у други, чиме је превођење имагинацијом беспотребно. Екрански садржаји симултаном присутношћу свих медија – слике, текста, видео или аудио записа, било унутар једног формата, или упућивањем са једног садржаја на други држе нас у стању отеловљености плотско-рефлексивног склопа, што онемогућава његово растеловљење на саставне делове које би онда покретало вољу за стваралачко-синтетичком интеграцијом. Другим речима, овде се може уочити један општи принцип деловања екранских медија, од појаве телевизије до данас, који се зимеловски речено манифестује као задржавање у *неразвијеном*

јединству,²¹⁸ у случају онлајн корисништва, тако што отеловљеност спречава диференцирање саставних делова плотско-рефлексивног склопа, који се онда не могу препознати у свом појединачном изражајном потенцијалу, што би омогућило да се општењем преко једног од њих покрене процес стваралачке реинтеграције, тј. покретања културе. По питању интеграције појединачних људских потенцијала као предуслова културе Зимел пише:

„И ту се показује прва одредба појма културе [...]. Нисмо култивирани само зато што смо у себи обликовали ово или оно појединачно знање или умијеће, него тек када све такво служи развоју оног душевног средишта које је додуше везано за њих, али није исто што и та знања и умијећа.”²¹⁹

Овај навод односи се на проблем који пред културу поставља фрагментација модерног друштва у оквиру којег се унутар специјализованих области људског деловања развијају појединачни људски потенцијали, док њихов тоталитет у склопу индивидуе остаје запостављен. Корисништво екранских медија, међутим, отежава само препознавање још увек неинтегрисаних људских потенцијала као појединачних, због чега би се могло рећи да је у аспекту могућности уочавања културно конститутивне кризе дошло до регресије – један ступањ уназад, тј. од стадијума развијеног мноштва (развијена модерност) до неразвијеног јединства (савремено доба).

Могуће је, дакле, увидети правац развоја медијске индустрије, где се све већим екранско посредованим приближавањем света у коме се затичемо, путем естетизације, стимулације и опсега стимулишућих садржаја, узурпирају респонзивно-стваралачки људски потенцијали, а тиме и трансформаторски потенцијали културе.

4.4. Феномен инфлуенсера – интериоризација алгоритамске логике

²¹⁸ Подсећамо да Зимел одређује културу као „пут од затвореног јединства кроз развијеног мноштва до развијеног јединства”. Зимел Г., *Контрапункти културе*, стр. 25, при чему затворено јединство јесте стање непознавања расцепа између себе и света, развијено мноштво уочавање и доживљај тог расцепа, а развијено јединство његово превађање.

²¹⁹ Зимел Г., *Контрапункти културе*, стр. 25.

Једна од одлика савременог, екранског доба јесте одсуство великих прича, метанаратива, заслужних за установљење етичке вертикале.²²⁰ Уколико је у модерности такав неупитни наратив, кога је од „порозности” у средњем веку штитила трансценденција, био супституисан формирањем различитих светоназорско-идеолошких развојних перспектива, које су окупљале веће заједнице око сличних убеђења, данас је таква фрагментација додатно унапредовала артикулацијом *животних стилова*²²¹ који се изричито не морају водити сходно једном светоназорском начелу. Кажемо изричито, јер не мора постојати свестан однос према једној пројекцији света која произилази из убеђења, већ се наизглед може остати само у оквирима осмишљавања и практиковања приватног живота на начин незаинтересован за уређивање и будућност заједнице унутар које се егзистира. Животни стил, дакле, може деловати аполитично, али је таква претпоставка врло упитна, пошто се и тако заступа одређени светоназор. Ипак, оставимо ли по страни проблем аполитичности, на плану њиховог садржаја, животни стилови нечим се морају испунити.

С обзиром на доминантну природу екранског корисништва, особе које се легитимишу као оне чији су ставови, размишљања, начин одевања или понашања вреднији присвајања у односу на неке друге, јесу они који имају већи степен видљивости у онлајн простору, пре свега на друштвеним мрежама. Ове се особе, уколико, свесно приказују своје активности својим онлајн пратиоцима, називају *инфлуенсери*,²²² али само под условом да тиме остварују утицај, који се пре свега огледа у броју пратилаца.

Инфлуенсинг се може практиковати у два вида. Један којег бисмо могли назвати традиционалним у смислу припадности маркетиншкој традицији заснованој на личном брендирању,²²³ подразумева да се одређена јавна личност најпре легитимисала као таква

²²⁰ Уп.: Лиотар, Ж. Ф., *Постмодерно стање*, Карпос, Београд, 2020. Крајем прошлог века у оквирима филозофије и друштвено-хуманистичких наука учовање оваквих прилика служи као основа теорија *постмодерног* доба. Ипак, услед различитих интерпретативних становишта, а и с обзиром на теоријске ослоње овог рада, и простор који би темељније ословљавање ове проблематике захтевало, нећемо се посебно бавити наведеним теоријама и њиховим претпоставкама.

²²¹ О концепту животног стила видети: Чејни, Д., *Животни стилови*, Слио, Београд, 2003.

²²² *Инфлуенсер* (енг. *influencer*, онај који утиче на друге) је колоквијалан назив за особе које из хобија, а данас све чешће и у професионалне сврхе употребљавају друштвене мреже, остварујући утицај на своје пратиоце. За делатност које ове особе упражњавају, још увек не постоји званичан назив, због чега смо принуђени да користимо термин који долази из савременог *сленга* проистеклог из општења у дигиталном окружењу, нарочито међу млађом популацијом. Исто важи и за изведеницу *ифлуенсинг* (енг. *influencing*, утицање) којом ћемо означити назив за делатност инфлуенсера.

²²³ О личном брендирању видети у: Harper, F., *Succes in programing/How to gain recognition, power and influence through personal branding*, Apress, New York, 2015.

неким својим професионалним достигнућем којим прибавља ширу препознатљивост, што се онда користи за пласирање материјалних и услужних добара. Овде је инфлуенсинг додатно занимање које може уз основну професионалну делатност, донети додатни симболички²²⁴ и финансијски капитал. Други вид, који је данас у порасту, јесте професионални инфлуенсинг²²⁵ у коме је инфлуенсеру то основно занимање и није засновано на учинку у области неке друге професионалне делатности.

На основу претходно разматране редукционистичке херменеутике у односну на коју се садржаји групишу и међусобно своде, могло би се закључити да се професионални инфлуенсинг темељи на интериоризацији алгоритамске логике. Наиме, успех професионалног инфлуенсера се у крајњем исходу мери уновчивошћу утицаја. Сврха што веће видљивости јесте да привуче оглашиваче који ће је искористити за рекламирање производа и услуга, не би ли доспели до клијената.

Аналогно телевизијском генерисању стварности с обзиром на свест о гледаности, професионални инфлуенсер, принципијелно гледано, изграђује свој онлајн идентитет не на основу претходно препознатих афинитета и активности које онда документује и објављује, већ његове области деловања настају реактивно – као одговор на претпостављену заинтересованост пратилаца. Инфлуенсер није изложен погледу пројектованог себе у будућност који процењује степен залагања тј. ангажовања за самозадати пројекат, већ погледу потенцијално нарастајућег мноштва, чији се степен одобравања квантитативно мери нарастањем или губљењем пратилаца.

Због тога, чак и уколико као могуће претпоставимо промовисање вредности које нису тржишне, суочавамо се са проблемом корисничке стимулације. Корисничка навикнутост на екранске садржаје потражује увек нове стимулансе, при чему се праг толеранције на потенцијално скандализовање повећава.

Уколико се вратимо на претпоставку да међу „најатрактивније” медијске садржаје спадају снимци насиља и излагања опасности (било да се ради о фикцији, стварности или

²²⁴ Концепте друштвеног, симболичког и културног капитала уводи француски социолог Пјер Бурдије. Видети: Бурдије, П., „Класни укуси и животни стилови”, у: *Студије културе*, стр. 155–177.

²²⁵ У Загребу, рецимо, постоји *Influencer akademija*, на чијем сајту у образложењу отварања ове установе као један од разлога стоји то да су „они који већ годинама раде на другим друштвеним платформама примјећивали недостатак знања за монетизацију своје популарности”. Видети: <https://www.influencerakademija.com/o-nama>

пак нечему између, што се као такво доживљава у перцепцији или креира у продукцији),²²⁶ као и томе да се честим конзумирањем екранских садржаја подиже праг толеранције на овакве садржаје, тиме се можда може објаснити због чега је онлајн простор препун садржаја у којима корисници себе и друге доводе у непријатне, компромитујуће ситуације, често ризичне по здравље, а понекад и по живот.²²⁷ Овакве праксе не морају спадати у осмишљене инфлуенсерске стратегије, али их овде узимамо у разматрање, јер се оне воде принципом безусловне видљивости који се парадигматично огледа у инфлуенсингу. Такође, иако оне не морају нужно бити практиковане од стране инфлуенсера, оне, такође, могу бити утицајне на кориснике (реч *influence* у српском преводу гласи *утицај*) чиме су они који чине наведене поступке такође у извесном смислу инфлуенсери, иако се свесно и циљано не баве тим „занимањем”. С обзиром на то да је у данашње време видљивост средство које уводи у принцип задовољства којег смо назвали секуларним догматским начелом, дало би се закључити да је излагање опасности себе и других, уз претпоставку да ће оно привући пратиоце, својеврсни вид безусловне верности таквом начелу које се следи и по цену сопствене и туђе угрожености. Како бисмо овај проблем сагледали из угла утицаја екранских медија на савремену културу, размотримо најпре под којим условима принцип културе може бити компатибилан са спремношћу на животни ризик.

²²⁶ Видети: Вуксановић, Д., „Медији данас: Да ли је насиље забано”, у: *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, стр. 131–144; Обрадовић, О., „Медијски посредована погубљења”; Братковић, Ј., *Медији и насиље*, Свеучилиште у Загребу/Хрватски студији, Загреб, 2018. Уп: Андерс, Г., *Застарелост човека*; Дебор, Г., *Друштво спектакла*, А. Голијанин, Београд 2003; Бенјамин, В., „Уметничко дело у веку технолошке репродукције”.

²²⁷ Један од данас распрострањених видова таквог медијског корисништва јесу тзв. изазови (challenge) на друштвеним мрежама у којима се углавном млади „одважују” на мање или више ризичне поступке, позивајући и друге да их спроведу, о чему у оквиру своје анализе утицаја „изазова” на друштвеној мрежи Тик Ток на омладину у јужној Индији група аутора пише: „Users record their actions and circulate content on social media platforms, where they encourage or dare others to repeat the same behavior. The nature of social media challenges across platforms ranges from light-hearted fun to extremely harmful. A light-hearted and prosocial challenge is the 'Ice bucket challenge', which involves pouring a bucket of ice-cold water over a person's head to promote awareness and raise funds for amyotrophic lateral sclerosis (ALS). A potentially harmful challenge is the 'Cinnamon challenge', which requires participants to swallow a spoon full of ground cinnamon powder without any liquids (Khasawneh et al., 2021). A more extreme example is the 'Blue whale challenge', which has gained much news attention in the last few years (Roth et al., 2020; Khasawneh et al., 2020), as it reportedly has youth engage in more risky and self-harming behavior, with the final task as attempting suicide.” Rotha, R., Ajithkumar, P., Natarajanb, G., Achuthanb, K., Moonc, P., Zinzowc, H., Chalil Madathil, K., „A study of adolescents' and young adults' TikTok challenge participation in South India”, *Human Factors in Healthcare*, Vol. 1, Elsevier, Amsterdam, December 2021, стр. 1 i 2.

Наиме, у контексту теоретизације културе изложене у раду могло би се рећи да излагање животної опасности може представљати својеврстан „тест” дотадашњег живота појединца, под условом да се он води као непрекидна тежња ка измирењу животности са светским околностима. Таква тежња може, с обзиром на незаустављиви ток животности, током времена довести до промене нечијих уверења и деловања у складу са њима, о чему је раније било речи. Уколико се, међутим, наметне ситуација која може према процени појединца заснованој на претходно (само)успостављеним животним принципима, захтевати залагање, тј. ризиковање његовог живота, попут ситуације ратног стања, на пример, човек долази у искушење да себе, у својој до тада успостављеној идентитетској формацији, потврди. У свом делу *Философија ангажовања* Часлав Копривица пише:

„Иако ризик губитка живота, чак можда висока вјероватноћа да ће до тога доћи, вјероватно значи изабрати да се више не буде, суштински смисао тога избора јесте глас за себе, тј. избор себе самога. Дакле, тај крајњи чин већ јесте „мој”, јер сам ја својим дотадашњим животом већ предодредио шта ћу морати да учиним ако се нађем у таквој ситуацији. Ако хоћу *и даље* – или што тренутно изгледа вјероватније: *до својег краја* – да останем тај који дотад бијох, морам да прибјегнем том крајњем чину – да не бих „покварио” своје ја, тј. да бих саучествовањем у извршењу својега краја, условно речено, потврдио то што бијох/јесам.”²²⁸

На основу претходног навода може се закључити, да, осим смрти, једино бивање у животно ризичној ситуацији може зауставити ток животности у смислу да она тада не пројектује нове могуће видове света и себе у свету, већ човек у том тренутку прави избор између доследности свом, до тада успостављеном, идентитету и одступања од њега. Животно ризична ситуација у којој се опажа близина смрти, омогућава човеку да буде оно што не може бити у „редовним” околностима тј. да буде оно што (у том тренутку) јесте, а не оно што још увек није или што би могао бити. На основу тога би се могло рећи, да у животно оваквим ситуацијама долази до, како Копривица примећује, осећаја сједињености човека са светом, што је уједно и основна интенција животности односно деловања по принципу културе, која, међутим, у уобичајеним животним условима, човеку непрекидно измиче:

²²⁸ Копривица, Ч., *Философија ангажовања*, стр. 230.

„У ситуацији у којој прави јуначки избор, јунак потврђује, тј. у једном суштинском, спекулативном смислу, покушава да *сажме* и *понови* дотадашњим животом установљеног и себи 'репрезентованог' себе. [...]. Но, умјесто да доживљава – у хусерловском, непсихолошком смислу тога појма – упућеност себе преко своје свијести и раздвајање између себе и свијета, те између својих интенционалних чинова и онога „одакле” они полазе, он стиче преображену свијест која га, у својем промијењеном „модалитету”, сједињује са стварима и стварним, тако да је он, парадоксално, тада на повишени начин при себи самоме, али уједно и при стварности, тако да, први пут, не осјећа јаз између себе и спољашњости.”²²⁹

Поистовећење човека са светом и самим собом које се догађа у споља наметнутој животно ризичној ситуацији, подразумева, дакле, претходни доживљај расцепа како између себе и света²³⁰ тако и унутар себе, што се не би могло рећи у случају животно ризичних ситуација којим се појединац свесно излаже како би се објавиле на друштвеним мрежама. Наиме, уроњеношћу у екрански посредовану стварност корисник остаје ускраћен за осећај егзистенцијалног расцепа. У случају интериоризације алгоритамске логике, могло би се закључити да он постаје једно са медијем, или како би то рекао Мишко Шуваковић у својој анализи дела *Оптички медији* Фридриха Китлера, инвертирајући и заоштравајући познату Маклуанову мисао, човек постаје „продужетак медија”.²³¹

С обзиром на савремену посредованост света екранским медијима, можемо рећи да се човек путем корисништва задржава у јединству са „светом”, или, поново се враћајући на већ коришћену Зимелову терминологију у стању *неразвијеног јединства*. Доживљај егзистенцијалног расцепа, тј. културно конститутивне кризе јесте, у епохалним условима модерности, предуслов за опажање себе и света као променљивих у својим основама, као и на самоосвешћивању појединца као носиоца тих промена. Супротно томе, стање *неразвијеног јединства*, односно изостанак уочавања егзистенцијалног расцепа у медијски

²²⁹ Исто, стр. 233 и 236.

²³⁰ Овакав расцеп могли бисмо сходно гледиштима које Сартр износи у свом делу *Биће и ништавило* могли назвати егзистенцијалним расцепом. Уп: Сартр, Ж.-П., *Биће и ништавило*, Нолит, Београд, 1984.

²³¹ Уп.: Шуваковић, М., „Укључити све апарате: Човек као продужетак медија”, у: Китлер, Ф., *Оптички медији*, стр. 293–300.

посредованом свету, доводи, као у предмодерном раздобљу, до доживљаја таквог света као јединог могућег из чега се легитимише безусловно „покоравање” његовим законитостима. Уколико је једна од таквих законитости медијски посредовано обезбеђивање (што веће) видљивости, а документовање и објављивање насилних и животну ризичних ситуација којима корисник излаже себе и друге ефикасан начин да се видљивост постигне, онда се такве праксе испостављају као „логичан” исход сједињености са медијски посредованом стварношћу. Можда би се чак могло приметити, да неосвешћеност самог живота као датости која условљава самоосвешћивање човека као носиоца промена – због чега се, између осталог, живот препознаје као основна људска вредност – доводи до *олаког* ризиковања живота, који будући недовољно препознат у аспекту слободе да се битно утиче на себе и свет, губи на својој вредности у целини.

У интериоризацији алгоритамске логике од стране инфлуенсера, могли бисмо такође увидети индустријски принцип о коме је раније било речи, на начин да видљивост као ресурс за стицање профита постаје императив из којег се осмишљава и практикује онлајн деловање без запитаности о смислу такве видљивости и њених последица по појединца и друштво. Поглед на друге (кориснике) као публику која омогућава видљивост, подразумева њихово опредељивање као оних који су попут ствари идентични себи самима, при чему се тај идентитет заснива на поистовећивању корисника са њиховим претпостављеним потребама, да би им се онда пружио оно што желе и што их учвршћује у том идентитету, уместо онога што би могло да их подстакне на промену.²³² Да би се приказивали онаквима каквима желе да буду виђени, и сами инфлуенсери (било као занимање или по последицама деловања на друштвеним мрежама) бивају опредељени тако што постају медијски производ који уколико је више „трошен” утолико подупире њихов мрежни идентитет.

²³² Бодријар указује на легитимацију јавног иступања у демократском систему из претпоставке да народ жели да чује то што се у јавном иступању поручује: „Сада је већ немогуће да поставите фамозно питање: 'Откуд вам то што говорите?' – 'Одакле знате?'. 'Ко вас је овластио?', а да сместа не чујете одговор: 'Па ја о вама (полазећи од вас) говорим' – што подразумева да ви то говорите, да ви знате, да сте ви власт.” Бодријар, Ж., *Симулакруми и симулација*, Нови Сад, 1991, стр. 162. Таква врста легитимисања понашања у медијском простору, које се може дисквалификовати као депласирано за медијско-јавни простор, а с обзиром на претпоставку да медији креирају јавно мњење, актуелна је и данас на начин да се на приговоре за непримереност одређених медијских садржаја, одговара од стране оних који их креирају или у њима суделују да те садржаје прати, тј. жели велики број људи, што се узима за непобитни извор њихове легитимације.

Пред-рефлексивно опредмећивање корисника, које бисмо могли назвати и њиховим постварењем можемо схватити као приближавање модалитету постојања самоидентичних ствари, што би другим речима био процес деперсонализације, под претпоставком да се човек као самосвојна индивидуа изграђује из неидентичности са самим собом и светом. Како је процес постваривања детерминисан интерактивношћу између инфлуенсера и њихових пратилаца у умреженом простору, може се закључити да се у инфлуенсингу јасно очитује деперсонализујућа интерактивност као један од ефеката корисништва екранских медија којима се умањује могућност опажања културно конститутивне кризе.

5. Приказ технохегемоније и корисништва као дисциплинског механизма у серији *Црно огледало (Black Mirror, 2011–2019)* – епизода *Fifteen Million Merits*

У овом поглављу ћемо темељно анализирати једну од епизода популарне серије *Црно огледало* која је емитована у периоду од 2011. до 2019. године, и то путем кабловске телевизије (британски Канал 4 /Channel 4/) и чувене онлајн платформе Нетфликс (Netflix), која је током последњих деценија од првобитног видео-клуба прерасла у једну од најутицајнијих *стриминг услуга (streaming service)*, а потом и продукционих кућа када је реч о медијској индустрији. Сврха ове студије случаја јесте да покаже како се и у оквирима екранских медија, и конкретно медијских производа, тематизује осећање и опажање кризе у култури, и то начин који је умногоме близак до сада изложеној теоретизацији, као и да се укаже на домете такве критике. Требало би на овом месту још напоменути да различито од уобичајене праксе када је реч о серијама – при чему се данас свакако може говорити о њиховој хиперпродукцији која одавно превазилази формат телевизије за коју се серијски програм првобитно продуцирао и путем које се емитовао, серију *Црно огледало* одликује то да свака епизода чини наративну целину за себе, а донекле и тематску,²³³ иако уопштено узевши теме читаве серије јесу савремени феномени који се могу довести у везу са технолошким напретком, те његовим утицајем на човека, друштво у целини и, додајмо, културу. На то указује и сам наслов, пошто се *црно огледало* односи на екран (телевизора, рачунара, телефона итд.) у којем се, ако је угашен, огледамо. Мотив огледања, одавно присутан у имагинацији западног човека (подсетимо се само чувеног мита о Нарцису), посебно важан за утемељење појма уметности током модерног доба,²³⁴ овде се афирмише у новом контексту. Једноставним речима исказано, уколико

²³³ Према појмовнику ТВ серија које су саставиле Невена Даковић и Александра Миловановић ова серија би спадала у жанр телевизијске антологије: „Телевизијске антологије тематски су конзистентан скуп драма или низ епизода без заједничких ликова, затвореног и самодовољног наратива, али повезаних репетитивном, најчешће жанровском одредницом.” Даковић, Н. и Миловановић, А., „Појмовник ТВ серија”, у: Ескенази, Ж. П., *Телевизијске серије*, Слио, Београд, 2013, стр. 168–172, 162.

²³⁴ Видети уводна поглавља у: Илић, В. *Увод у нову теорију позоришта*.

застанемо са оптичком потрошњом естетског садржаја, угашени екрани нас могу подстаћи на рефлексију.

У епизоди *Петнаест милиона заслуга (Fifteen Million Merits)*²³⁵ из 2011. године, акценат је стављен на феномен екрана, због чега је и узимамо за предмет анализе. У епизоди је приказана визија дистопијског света у којој екран служи као главно средство одржавања технохегемонијског поретка у којем се губи простор људске слободе. Слика дистопије у овој епизоди с једне стране осветљава многе актуелне ефекте медијско-екранског посредништва у савременом свету, доводећи их до хиперболичко-пароксистичких облика, а с друге стране, прецизношћу увида у последице тих ефеката које транспонује у замишљени свет, приказује будућност која се као могући исход укрштања екранског корисништва и убрзаног развоја технологија чини вероватном.

Радња ове епизоде догађа се у светскоисторијски недефинисаном, затвореном простору у неодређеној будућности. Да је реч о визији будуће технолошки посредоване дистопије, види се по тренутно још увек непостојећим напредним екранским уређајима и видовима њиховог коришћења,²³⁶ какво је рецимо бирање екранског садржаја без употребе даљинског управљача или додира екрана, већ гестикулацијом са блиске просторне удаљености где је шака навигационо средство којим се може одабрати садржај знаком за приближавање, а одбацити одмахивањем. Отклањање додира означава недостатак додирних тачака између екрански посредоване технократије и људскости.

У оквиру великог затвореног простора, људи и станују и раде. Радни и животни простори у оквиру истог здања дају архитектонски приказ губљења границе између рада и слободног времена. У таквој конструкцији можемо уочити алузију на савремено сједињавање рада и слободног времена који суштински нису више јасно одељени, док званично та разлика и даље постоји, као што смо показали на примеру друштвених мрежа

²³⁵ Епизоду потписују Чарли Брукер (Charlie Brooker), креатор серије, и његова супруга Кони Хак (Konnie Huq), а режију Јурос Лин (Euros Lyn). Иначе, приликом превођења наслова ове епизоде на српски језик нужно се губи његова вишезначност. У фиктивном друштву у којем је смештена радња ове епизоде валута у употреби се назива „мерит” – на енглеском језику ова реч (*merit*) означава и заслугу, достигнуће, али и вредност, као и добру особину.

²³⁶ С обзиром на актуелни степен технолошког развоја и његов убрзани прогрес, екранске уређаје приказане у серији није тешко замислити у скоријој будућности. Приказано технолошко окружење можда и даље спада у домен научне фантастике, али не превише измаштане, већ веома блиске стварности што се види како по садржајима који се приказују, а који су веома слични садржајима које гледамо у реалности, као и по технолошким предиспозицијама уређаја, који делују као да само што нису већ произведени.

које се користе у слободно време као разонода, а заправо прикривају рад за друштвене мреже.

Станови се састоје из малих једнокреветних соба у којима становници живе сами. У кадровима који приказују становнике у својим собама не видимо ни један пар. Уместо зидова кревети су окружени екранима. На почетку епизоде видимо протагонисту којег буди аутоматско укључивање екрана и кукурикање анимираног петла који се на екрану појављује. Петао се на екрану појављује у оквиру анимације идиличног амбијента сеоске фарме. Током епизоде ни у једном тренутку не видимо биљке нити животиње, већ само тамни ентеријер без икаквог декора, са чијих зидова светле екрани, што указује да је контакт са природом могућ још само као функционални екрански приказ флоре и фауне што алудира на проблем односа између технологије и природе, односно могућности да се потреба за боравком у природи надомешћује варијацијама различитих дигиталних мултимедијалних приказа природних крајолика, који стимулишу функционалност унутар тоталног технолошки регулисаног система. Да су екрани хиперсензитивни видимо из негодујућег одмахивања руком од стране протагонисте кроз ваздух којим склања и ућуткује анимираног петла. Из тог геста је такође уочљива његово незадовољство животним и радним окружењем које се временом прогресивно развија.

Околност да становници јединствене стамбено-пословне зграде живе сами у собама озидани екранима, показује усамљеност као последицу утицаја екрана на однос са другим, што је варијација скретања пажње са физичке на екранску реалност. Озиданост становника зграде екранима који их као зидови са четири стране ограђују, сликовити је приказ десоцијализујућег ефекта екрана, као и дословни приказ савремене окружености екранима са свих страна.

Недуго након буђења протагонисте на фронталном екрану који је позициониран непосредно испред њега, аутоматски се појављује порнографски садржај којег прати бучна агресивна музика и најава. Видно узнемирен овим садржајем, протагониста скреће поглед ка бочном екрану на коме је приказана његова тренутно расположива сума новца у фикционалној криптовалути – меритсима. Он одмахује руком, након чега се на екрану појављује упозорење да опција одбијања понуђеног садржаја повлачи новчане пенале, коју он игнорише и дефинитивно одбацује садржај. Након тога износ његове новчане суме се

смањује. Ова сцена у маниру црног хумора даје приказ савременог умреженог света у коме се, како то примећује Ана Мартиноли у свом тексту о овој серији, „дисконекција и анонимност постали луксуз.”²³⁷

У пракси кажњавања за одбијање понуђеног садржаја огледа се обрнути реципроцитет регресије хуманитета и прогреса медијске индустрије. Наиме, читав стамбено-пословни простор, од његовог изгледа до структуре и њој одговарајуће регулације живота, можемо посматрати као последицу једног скоро савреног облика технохегемоније.²³⁸ Та савршеност огледа се у сведености људских потреба на свега неколико воајеристичко-физиолошких димензија које се задовољавају путем екрана. Понуђене опције које становници могу бирати на екранима јесу порнографија, животни пут и тренутне активности једне инфлуенсерке, тзв. таленат шоу (talent show), забавни програм где се учесници преједају и гађају храном, популарно-музички програм и видео-игре.

Технохегемонија је дакле успостављена као друштвено-технолошка материјализација прорачуна „есенцијалних” људских потреба које је неопходно задовољити како би становништво, имајући их стално у понуди, пристајало на постојећи поредак. Таква селекција елементарних потреба је општеприхваћена као норма, не само у погледу садржаја, већ и у погледу режима испоруке тих садржаја – порнографија се, као и реклама која позива на пријављивање за талент шоу, појављује на екранима у приватним становима аутоматски, без претходног одабира гледалаца. Одбијање понуђеног садржаја, с обзиром да се његова испорука у сваком тренутку независно од воље гледаоца може појавити на екрану, сматра се својеврсним луксузом, који се, као што смо навели, уколико се понуда одбије, наплаћује.

²³⁷ Мартиноли, А., „Black Mirror – дигитални медији и утицај нових технологија на савремено друштво”, *Зборник Факултета драмских уметности* 33, Београд, 2018, стр. 133–146, 141.

²³⁸ Изведеницу технохегемонија уводимо с обзиром на појам хегемоније у смислу у којем га дефинише Антонио Грамши (Antonio Gramsci). Хегемонија би према Грамшијевом схватању била уравнотеженост дејства методе силе власти и добровољног пристања на ту власт од стране оних над којима се влада. „За 'нормалну' хегемонију [...] карактеристична је комбинација силе и пристања, које се међусобно уравнотежују, при чему сила претерано не претеже над притиском.” Грамши, А., „Хегемонија, интелектуалци и држава”, у: *Студије културе*, стр. 149. У складу са тим под технохегемонијом ћемо овде посматрати хегемонијски механизам технократије. Док технократија означава то да се човек налази у власти технологије, у смислу да није у стању да трансцендира технолошко окружење, технохегемонија би била начин бивања у власти технологије којим се она ефектно успоставља и одржава.

С обзиром да савремени кориснички хипериндивидуализам почива на аналитици склоности и потреба индивидуалних корисника којима се на основу тога нуде адекватни производи и услуге, могли бисмо замислити да обрада података у неком будућем исходу рачунски сведе свеукупност људских склоности на неколико крупних димензија, на основу којих се пропорционално креира неколико медијских формата који покривају сваку од тих сведених есенцијалних потреба. Што таква хипотетичка рачуница буде прецизнија, потенцијал отпора се пропорционално смањује. Самци озидани екранима добијају оно што им је потребно, чиме се смањује потреба за другим, па самим тим и могућност потенцијалног удруживања које би могло да генерише друштвено-политички делотворни отпор.

Другим речима, то што је садржај који је обавезан за конзумацију, осим уколико се не жели платити новчана казна, порнографски, јесте у функцији одржања усамљености која смањује вероватноћу склапања социјалних и партнерских веза, што може исходovati завереничким удруживањем против система. У технохегемонији сексуално задовољство које је традиционално раздeљено од сфере дужности, постаје дужност коју само финансијски привилеговани могу избећи, како би се сексуалност изгубила као покретачки потенцијал ка другом или се сублимирала у стваралачку или по поредак субверзивну енергију. У том смислу фикционално-дистопијска заповест конзумирања порнографије потцртава порнографију као системски корисну активност.

Заповест конзумирања порнографије за чије избегавање следи казна јесте вид дисциплиновања тела путем екрана,²³⁹ на начин да се једна телесна енергија каналише тако да буде системски функционална и омогући одржање система. Одабир сведеног броја екранских садржаја који покривају различите потребе, можемо посматрати као резултат артикулације одређених мултилокализованих знања која се у односу и преплитању

²³⁹ Дистопија света као технолошки регулисаног затвореног простора доводи нас и до *паноптикона* Церемија Бентама (Jeremy Bentham), којег Мишел Фуко (Michel Foucault) користи као метафору не би ли илустровао своје теорије о затвору као парадигми савременог друштва, као друштва контроле и њему структурно припадајућих дисциплинских механизма: „Према томе, можемо на крају рећи да се онај процес који полази од затворених дисциплина као неке врсте друштвеног карантина, и иде до паноптизма као општепримењивог механизма, завршава стварањем дисциплинског друштва.” Фуко, М., *Надзирати и кажњавати*, стр. 209; Видети, такође: Бентам, Ц., *Паноптикон или надзорна зграда*; Фуко, М., *Око моћи*, Mediterran Publishing, Нови Сад, 2014.

друштвених сила артикулишу као она из којих се легитимише (технократска) власт.²⁴⁰ Сведеност и садржај програма емитованог на екранима, можемо ишчитати као ауторску интерпретацију непрегледног мноштва савремених екранско-медијских формата и садржаја која већину њих суштински своди на забаву, порнографију, сензационализам и насиље. Занимљиво је да у понуђене садржаје није уврштен информативни програм, што је можда алузија на савремену аполитичност корисничког менталитета у смислу незаинтересованости за питања од јавног значаја.

Већина становника простора обавља идентичан посао. На свом радном месту на које ујутру долазе лифтом из својих станова, они okreћу педале статичних бицикала и тако производе електричну енергију која условљава функционалност читавог здања и унутар њега свуда присутних екрана. Испред бицикала се такође налазе екрани на којима се могу одабрати неки од понуђених садржаја који радници гледају док okreћу педале. Њихова зарада у криптовалути меритса је пропорционална пређеној километражи. Овај концепт радног места сублимише многе аспекте савременог односа и укрштања различитих облика друштвеног понашања и експлоатације психо-физичких потенцијала, доводећи их до сатиричног црно-хуморног пароксизма.

Савремени седелачки начин живота успостављен дугим боравком пред рачунаром на радним местима, које се након радног времена често наставља корисништвом у слободно време, довео је до планетарне забринутости за здравље. То је довело до процвата тзв. *фитнес (fitness)* индустрије у оквиру које се различити фитнес центри разним облицима све креативнијих вежбачких аранжмана боре за наклоност клијената. Позивајући се на Фукоову тезу да дисциплина економише људским енергијама тако што их с једне стране увећава како би се оне системски експлоатисале, а са друге их умањује

²⁴⁰ О власти као артикулацији односа моћи који долазе одоздо Фуко пише: „Моћ је свуда не стога што све обухвата, него стога што долази одасвуд. А власт са својом постојаношћу, понављањем, непомичношћу, саморепродуковањем само је збирна последица тих покретности, уланчавање које се наслања на те покретности, и које са своје стране тежи да их устали.” Фуко, М., *Историја сексуалности 1, Воља за знањем*, Карпос, Лозница, 2006, стр. 106. У контексту серије могли бисмо рећи да је скуп екранских садржаја који се нуди актерима, као потпора технократске власти, артикулисан на основу „знања” о доминантним људским потребама и њима адекватним екранско-медијским форматима који настају из анализе корисничких пракси.

као потенцијале за отпор систему,²⁴¹ дало би се приметити да је у овом аспекту у епизоди обрађена комплементарност медијске и фитнес индустрије. Комплементарност ових двају индустрија, у савременом свету се очитује тако што рекреација у фитнес центрима, мада се, између осталог, легитимише као ефикасна превенција негативних последица по здравље које могу проистећи из седелачког начина живота и дугог боравка пред екраном у радно и слободно време, уједно троши енергију као потенцијал за отпор таквом начину живота. На тај начин, физичка активност санирајући штетне последице савременог начина живота, уједно омогућава да се он у истом облику настави. У епизоди је системски функционална спрега условљености рада и забаве екраном и рекреативних активности наглашена тако што се приказује у компресованом виду.

Наиме, спортска активност окретања педала уједно је и рад који на најдиректнији начин одржава систем у погону обезбеђујући производњу електричне енергије, док на екрану испред радника искачу забавни садржаји који стимулишу за рад, односно за спортску активност. Технохегемонијски моменат се огледа у томе што се свакодневна репетитивна пракса не препознаје као монотона и исцрпљујућа, будући да је том праксом одговорено на потребу за физичком активношћу, чије је ускраћивање уједно и креирано просторно-екранском структуром зграде у којој не постоје дуге трасе за кретање, отворене и зелене површине, паркови, па ни фитнес центри. Проблем експлоатације радне снаге физичким исцрпљивањем не препознаје се као такав, с обзиром да је легитимисан здравственом коришћу радне физичке активности, која је претходно управо самом просторно-регулационом структуром окружења онемогућена. Увећање кондиције које се постиже редовном „вожњом” статичних радних бицикала, можемо, дакле посматрати као подизање физичке спремности у циљу већег радног учинка, чиме се ускраћује могућност, могли бисмо рећи позитивне експлоатације енергије у сврху отпора експлоататорском дисциплинско-технократском режиму. Оваква научно-фантастична визија зачараног круга стимуланса екранских садржаја који генеришу усамљеност и психофизичког исцрпљивања указују на савремене механизме који смањују изгледе за могућност трансцендирања екранске стварности.

²⁴¹ „Једном речи, дисциплина разлаже телесне снаге тако што их, с једне стране, обликује у 'вештине' и 'способности' које настоји да повећа, док, с друге, умањује енергију и моћ које би могле отуда да проистекну, стварајући однос строге потчињености.” Фуко, М., *Надзирати и кажњавати*, стр. 134.

У призору окретања педала, тј. физичког рада за време гледања у екран, истиче се, такође, произвођачки карактер потрошње екранских садржаја. Наиме, оно што је уочено као само-производња масовног гледаоца као оног који гледањем ствара сопствену потребу за даљим гледањем, чиме се производи као телевизијска публика, а у случају интернета као корисничка производња и дистрибуција садржаја у сврху забаве која се испоставља као бесплатан рад за онлајн платформе, тј. компаније у чијем су оне власништву, овде је приказано као симултано гледање у екран и производња електричне енергије која омогућава функционалност техно-регулационе апаратуре.

На екранима, међутим, нема друштвено-политичког, већ искључиво забавног програма који је средство техно-физиолошког дисциплиновања. Тиме се имплицитно потцртава да екрански друштвено-политички садржаји губе функцију политичке манипулације и индоктринације,²⁴² будући да не постоји персонализована вертикална власт која се легитимише идеолошким становиштем, већ деперсонализована технократија која аутоматски функционише подупрта дисциплинским механизмима регулације телесно-физиолошких својстава. У пост-политичкој и пост-историјској дистопији, не постоји аполитичност као политичка индиферентност коју замењује медијско-представљачки конзумеристички режим, који, међутим, несвесно следи неку идеолошку матрицу, на основу чега се да закључити да аполитичност може постојати само као стање свести на које се надовезује одређени вид друштвеног понашања који не може бити изван идеолошко политичких односа моћи. Политичку изравну – свесним политичко идеолошким опредељењем – и спонтану – свесно аполитичним ставом и понашањем које политика присваја – индоктринацију, замењује историјско политички индиферентни аутоматизам технократске машинско-хегемонијске диктатуре.

У приказаном технократском облику друштвеног уређења друштвена хијерархија опредмећена је путем позиционирања: иза екрана – највише, на екрану – ниже, и испред

²⁴² Наглашавамо да је реч о екрански *садржајима* као средству политичке манипулације, а не о самој употреби екрана у ту сврху. Искључивање политичких садржаја из програма доступног актерима серије, наглашавамо у контексту тематизовања губљења друштвене и политичке свести корисника, због чега се губи и потреба за манипулацијом путем експлицитно политичких садржаја, будући да за њих не постоји довољно интересовања. Такву манипулацију бисмо, међитом, такође могли назвати политичком, али не у смислу индоктринације идеолошким становиштем које заступа власт оличена у владару и у институцијама власти, већ као стратегију за очување технократије која се спроводи аутоматизмом развијене технологије и људског фактора који га подупире.

екрана – најниже. Најниже позиционирани радници-возачи могу се успети на лествици моћи уколико се пријаве на талент шоу и освоје наклоност трочланог жирија која им обезбеђује сопствени канал, путем којег могу испоручивати различите садржаје на екране радника-возача испред којих они обављају свој посао, као и на екране унутар станова. Трочлани жири који је очигледна алузија на жирије популарних музичких такмичења, овде је задужен за селекцију технохегемонијског „материјала”, на начин да се селекују они кандидати који се препознају као потенцијално ефектна средства за екранско стимулисања радника на њиховим радним местима и у њиховом „слободном” времену. Чланови жирија су они који се налазе, ако не рачунамо њихову видљивост током емитовања такмичења, иза екрана као власници канала на којима се успешни кандидати појављују. Мада они располажу највећом моћи у смислу власништва над технолошким ресурсима и привилегија које та расположивост доноси, сви су они – од најниже до највише позиционираних, заправо подређени технократији. Уколико радници не би производили електричну енергију онемогућили би и сопствени опстанак, пошто је он условљен енергијом која одржава животни простор у функционалности.

У тој материјално условљеној немогућности отпора, који се, осим у случају протагонисте, као незадовољство, не јавља у посебно израженом виду ни код једног радника,²⁴³ можемо уочити алузију на ситуацију умрежености која, учвршћујући мрежну повезаност, постепено постаје и предуслов материјалног опстанка свих мрежних чворишта која стоје у међусобној зависности. У таквој повезаности позиционираност у мрежи која се евентуално препознаје као експлоатисана зарад интереса оних који се више позиционирају у оквиру интегрисане мреже, не би могла да изрази отпор на начин да из протеста престане да обавља своју дужност, јер би на тај начин, мада би због међузависности мрежних чворишта угрозила надређене експлоататоре, уједно и онеспособила систем који и експлоатисанима омогућава опстанак. Механизми дисциплиновања у том смислу нису толико у функцији пристајања на експлоататорски

²⁴³ Недостатак отпора јунака серије приметан је у свим епизодама: „Black Mirror ниједним својим аспектом не наговештава моћ, способност, па ни жељу публике да се одупре технологијама. Публика је пасивна, препуштена, често несвесна изгубљене контроле или превише радознала, незадовољна, ускраћена у реалности па јој је виртуелна стварност иза екрана примамљива толико да је отпор немогућ. Резултат је свакако увек исти, судећи по серијалу Black Mirror – публика нема избора, осим да се повинује технологији, да усвоји све њене могућности, помирена са последицама.” Мартиноли, А., „Black Mirror – дигитални медији и утицај нових технологија на савремено друштво”, стр. 142.

облик рада као таквог, будући да је он нужен предуслов материјалног опстанка, већ у функцији стимулације за већи радни учинак.

Тотализујући учинак технохегемоније видимо у реакцијама једног од ликова чији се бицикл у радном простору налази поред бицикла протагонисте. Он посао ради препун елана реагујући на екранске садржаје у складу са њиховим срачунатим ефектом. Грохотом се смеје на полуанимирану емисију где се учесници гађају слаткишима, задивљено са пијететом прати емисију инфлуенсерке која говори о свом животном путу, игра игрице са великим степеном емотивног ангажовања, окрећући при том педале доста интензивно. У једном тренутку на његовом екрану се емитује порнографски садржај који он узбуђено прати и коментарише, без обзира на непосредно присуство својих колега. Ова сцена путем екстремног примера, показује феномен продора приватног у јавно. Приватно и јавно се као простори који захтевају другачију врсту понашања и упражњавања различитих пракси с обзиром на боравак у сфери приватности или јавности, губе као различити, на начин да приватност продире у сферу јавности. Несензибилисаност за јавну сферу као помањкање осећаја да је нека приватна пракса противна подразумеваном споразуму о видовима јавног понашања, притом не доводи до протеста нити ишчуђавања људи који присуствују јавном упражњавању такве праксе.

Дисциплинска регулација сексуалности, не спроводи се само заповешћу гледања порнографије у приватном простору, већ је то једна од понуђених опција у радном простору који се дели са другима. Учинак хегемоније у области систематског међусобног отуђивања појединаца није само у ефекту порнографије која се гледа код куће, што, претпоставимо, последично смањује интензитет комуникације у јавном простору, већ се он остварује и унутар јавног простора који постаје екстензија приватности. У ширем смислу то је видљиво у савременој широко распрострањеној појави погледа у екран у јавном простору. Штавише, интрузија физичког присуства може се препознати као непријатељски упад у зону екстензије приватности у јавном простору. То видимо у сцени када радница задужена за хигијену радног простора без свесне намере закљони поглед овог јунака на екран, што резултује његовим непријатним укором који јој он упућује изричући низ дисквалификација и увреда. Други у јавном простору постаје потенцијална сметња за екстензију приватности на коју се у свести корисника полаже право као на кућну

приватност. Пропустљивост границе између приватности и јавности, за последицу има доживљај другог који је можда подвргнут истом експлоататорском механизму, као оног који је спољашња сметња.

За разлику од колеге, суседа му, из реакција протагонисте видимо његово незадовољство животним условима од самог почетка епизоде. Он за разлику од свог колеге, демонстрира непотпун учинак технохегемоније, који се манифестује његовим изразима негодовања понуђеним екранским садржајима, одбијањем порнографије за коју је спреман да плати новчане пенале. У првој сцени доласка на посао он на екрану бира опцију која приказује његовог аватара који у анимираном приказу вози бицикл. Он дакле бира – уколико изузмемо анимацију и то да се у тој анимацији бицикл заправо креће по стази, а не стоји у месту – стварни приказ себе у датој ситуацији показујући тако потребу да се ствари сагледавају онаквима какве јесу, а не да се сакривају иза екранских забавних приказа. Из каснијег развоја радње схватамо да се његово незадовољство рађа из отпора према фабрикованој, технолошки филтрираној стварности, односно немогућности да се доживи било шта стварно, медијски непрерађено.

Приликом једног његовог боравка у јавном тоалету, протагониста чује глас своје колегинице која певуши познату *евергрин* мелодију, показујући певачки таленат. Фасциниран оним што чује уживо, а што звучи другачије и стварније од уобичајених аудио технолошки филтрираних мелодија, он успоставља контакт са њом. У тренутку њиховог разговора, догађа се посебно занимљива сцена. Наиме и зидови тоалета су прекривени екранским површинама. На екрану који се налази непосредно изнад протагонисте, док он успоставља контакт са колегиницом, искаче реклама за порнографски садржај, коју он постиђен одбацује одмахивањем руке. Овде се реферише на феномене тзв. паметне технологије као средства за тотални надзор и контролу, чија је функционалност у конкретном случају омогућена хиперсензитивношћу екрана. Екрани нису хиперсензитивни само због чињенице да региструју покрет руке са блиске удаљености, већ и тако што детектују усмереност погледа. У једној сцени која долази касније, протагониста остајући без довољно новчаних средстава, покушава да се заштити од порнографског садржаја тако што скреће поглед са екрана. На екрану се уз непријатни звук аларма, међутим, појављује испис на ком пише: „настави са гледањем” (resume

viewing). Приказана изричита заповест гледања наметнутих садржаја извлачи суштину, у реалности увелико присутног феномена, а то је немогућност скретања погледа са екрана, како у физичком тако и у смислу прикованости погледа на екран из разлога нужне социјализације у приватној и пословној сфери. Изричита заповест гледања у дотичној сцени осветљава тако неизречену заповест присутну у савременом свету која долази како од зависности од екранске стимулације, тако и од незаобилазности екранских медија у савременој социјализацији.

У сцени упознавања двоје протагониста, међутим, можемо уочити, а с обзиром на претходно истакнуте видове дисциплинске техно-регулације, још једну технолошки напредну перформансу свеприсутних екрана, а то је да њихова хиперсензитивност не региструје само одвраћање погледа, већ и људска расположења и склоности. Искакање порнографије за време разговора двоје ликова који има приметне назнаке међусобне заинтересованости, можемо читати као случајност која се догодила у незгодном тренутку, али вероватнија могућност јесте да је екран препознао могућност формирања емотивне партнерске везе, што није у складу са циљаним генерисањем усамљености путем техно-физиолошког дисциплиновања. Заснивање партнерских веза може довести до емотивно-психолошких дистракција и потенцијално смањити радну учинковитост. Такође, емотивна веза би могла произвести једно ново поље искустава које би као алтернатива већ проживљеним, указала на један другачији могући свет. Екран, дакле у заснивању емотивне везе препознаје по технократски поредак потенцијално подривајуће усмерење, због чега избацује по протагонисту у датим околностима компромитујући садржај како би смањило могућност емотивно-партнерског повезивања. Реч је дакле о „паметном” програму који захваљујући технолошким перформансама формира и спроводи плански израчунату стратегију за одржавање функционалности технократског режима, у чему се у серији на суптилан начин указује на нарастајући феномен вештачке интелигенције и њеног потенцијалног антихуманизујућег дејства.²⁴⁴

Ова интервенција, међутим, не успева и двоје настављају контакт, да би у једном тренутку протагониста предложио својој колегиници да се пријави на познато музичко такмичење. Парадоксално, протагониста који квалитет певања своје колегинице види у

²⁴⁴ Овде можемо уочити алузију на Орвелов (George Orwell) роман *1984*. у којем се екран појављује као велики брат. Видети: Орвел, Џ., *1984*, Verzalpress, Београд, 2000.

томе што је оно аутентично, предлаже јој да свој таленат понуди индустрији која ствара управо технолошки филтриране садржаје, који у њему изазивају отпор и у односу на које он препознаје чисту непатворену лепоту њеног гласа. Овде се, такође, очитује немогућност трансендирања техно-регулационог поретка. Отпор се може јавити само као уверење да неко због својих талената и квалитета заслужује вишу позицију у друштвеној хијерархији него неко други коме је она можда неоправдано припала, док се сам поредак дате статусне диференцираности не може довести у питање.

Као свој разлог непристајања на предлог, протагонисткиња наводи недостатак новчаних средстава. За пријављивање на такмичење потребно је издвојити велику суму од петнаест милиона меритса. Шанса да се од радника-бициклисте напредује до добијања сопственог канала преко којег ће се радници анимирати још један је вид технохегемонијске регулације. Мотивисани жељом за видљивошћу и ослобођењем од физичког напора, радници прелазе већу километражу, те производе већу количину енергије, тј. остварују већи радни учинак који погодује технократском систему, како би зарадили потребну суму чиме остварују могућност за напредак на друштвеној лествици.

Протагониста проналази решење тако што за својих петнаест милиона меритса, што је укупан износ суме којом тренутно располаже купује купон за такмичење и поклања је протагонисткињи. Током њеног наступа, у публици видимо анимирани аватаре који седе у сали. Кадрови кандидаткиње и публике сачињене од аватара, смењују се са кадровима радника који седе у својим становима и прате емисију. Аватарско заступништво стварних људи у сали за публику, означава предострожност технократије која види опасност у сваком јавном окупљању. Наиме, јавно окупљање могло би довести до спонтаног удруживања, те потенцијално отпора. Радници су увек просторно условљени, упослени или забављени тако да им се онемогућује међусобна комуникација. У становима су сами у друштву екрана, на послу су заокупљени физичким радом и такође екранима, а у тренутку колективног праћења такмичења налазе се сами у својим становима док их на месту публике заступају аватари. Физичко исцрпљивање с једне и перманентна екранска стимулација с друге стране своде могућност међусобног контакта на минимум. Аватарско присуство у сали за публику у серији није могућност већ прописано правило. Могућност присуствовања „на даљину”, омогућена екранско-технолошким посредовањем, која

умањује потребу за кретањем и напуштањем приватног животног простора технохегемонијским механизмом, вид је ограничавања слободе кретања који се као такав не препознаје.

Радници су за време рада као и у слободно време одевени у сиве тренерке чиме се означава владавина техно дисциплинског режима у аспекту укидања индивидуалности и продуковања униформности као у случају затвореника. Самом чињеницом да радници нису подвргнути дисциплинском систему због кршења закона, показује хегемонијски карактер владавине где се служба систему не препознаје као казна иако с обзиром на ограниченост кретања у затвореном простору и принудног рада систем почива управо на казним методама.²⁴⁵ Суспендовање индивидуалности се, међутим, компензује индивидуалношћу аватара. Аватари могу добити изглед по жељи својих власника. У једној сцени, један од ликова на радном месту са екрана бира афро фризуру за свог аватара и консултује своју колегиницу око овог избора, на шта му она одговора да је та фризура превише ексцентрична. Та, или било која друга фризура, као и одећа за аватаре није бесплатна већ се плаћа меритсима. Индивидуалност се, дакле одузима самом раднику, али се симулација индивидуалности, сведена на одевне комбинације и фризуру, одржава тако што се опрема свој аватар. Како је за изградњу аватарске индивидуалности потребно издвојити немалу суму новца, да би та индивидуалност што више могла да дође до изражаја, потребно је бити пропорционално што је више могуће технохегемонијски дисциплинован и деперсонализован, како би се прешло више километара, тј. зарадило што више новца. Технохегемонија се успоставља низом комплементарних компензујућих механизма. Индивидуалност као лични поглед на свет се компензује модним-животно стилским индивидуализмом, сам човек као носилац таквог индивидуализма се компензује модним аранжирањем аватара, а брига о аватару компензује однос са другим, који је у датим околностима сведен на најмању могућу меру.

²⁴⁵ О екстензији затворског казног режима на остале дисциплинске установе Мишел Фуко пише: „Границе између затвора, судских казни и дисциплинских уснова, које су у класично доба већ биле нејасне, сада теже да се сасвим избришу; ствара се целовити затворски континуум којим се казнено-поправне технике преносе и на најчедније дисциплинске установе, а дисциплинске норме уносе у само језгро казног система; и најмањи илегалizam, најситнија неправилност, девијација или аномалија може да се претвори у преступништво.” Фуко, М., *Надирати и кажњавати*, стр. 32.

За живот иза екрана, за виртуелну реалност потребно је да креирамо нове идентитете. *Black Mirror* истражује и тему односа ликова и личности, односно навике или потребе да у дигиталном окружењу креирамо свој секундарни self, дигиталног двојника, виртуелни идентитет којим се непрекидно надмећемо за пажњу – јер валидација долази преко екрана.²⁴⁶

Овоме треба додати и компензацију слободе кретања које се спроводи окретањем педала у месту, што симболички указује на то се се ван затвореног простора није могуће кретати, осим симулацијом кретања путем вожње статичног бицикла које алудира на то да је свако кретање у дисциплински ограђеном простору заправо илузија кретања које је у суштини стајање у месту – остајање у границама техно-хегемонијски генерисаног менталитета.

Осим хране, за зарађени новац се заправо може купити свега неколико производа. То може бити одређена екранска апликација и одевни предмети за аватаре. Тиме се наглашава да је један од доминантних видова савремене потрошње куповина животног стила који се нуди преко различитих видова маркетиншко-понуђачких посредовања. Индивидуалност која се губи у служби корпоративних система, надомешћује се животно-стилском дистинкцијом која компензује нестајућу индивидуалност. „Тада живот на екрану преузима реалан живот, а начин на који смо дефинисани или третирани онлајн почиње да буде важнији од тога ко смо заиста у реалном свету.”²⁴⁷

Певачки наступ кандидаткиње задовољава како публику тако и жири, међутим, након ласцивних коментара од стране жирија на рачун њеног атрактивног изгледа, од самог њеног појављивања на сцени жири закључује да, иако је њен вокални квалитет неспоран, за певачима не постоји велика потражња с обзиром да их има много, па јој нуде каријеру порно звезде. У шоку изазваном овом понудом, кандидаткиња остаје нема и паралисана (предиспозиције такмичења су такве да се непосредно пре изласка на цену мора попити напитање који је очигледно наркотик), због чега је због недавања брзог и потврдног одговора главни члан жирија подсећа да милиони људи окрећу педале како би произвели светлост за позорницу на којој она тренутно стоји, а она оклева да искористи

²⁴⁶ Мартиноли, А., „Black Mirror – дигитални медији и утицај нових технологија на савремено друштво”, стр. 140.

²⁴⁷ Исто, стр. 141.

прилику о којој сви ти људи сањају. У овом позиву на савесност огледа се могли бисмо речи „етика” технократије која стоји у сукобу са оним што се још увек препознаје као традиционална етичка вредност, као и начелна подложност контингенције етичких вредности које варирају у зависности од артикулације власти и знања. Не искористити прилику о којој машта велика већина људи која напорно ради да би неко уопште могао стећи такву прилику, постаје својеврсна ароганција која се може дисквалификовати као непоштовање нечијег рада. Такође, порнографија у датим околностима представља технологију дисциплиновања тела у функцији одрживости система, па је стога посао порно звезде нешто што постаје легитимна и значајна професија са становишта доприноса тоталитарној друштвено-системској функционалности. Ако радници нису стимулирани, то ће смањити њихово залагање на раду, а то последично штетно утиче на систем од чије функционалности су, будући да је техно-регулацијом структурисан као високо интегрисана спрега свих његових делова, сви у материјалном смислу зависни. Стид, изазван још увек наслеђеним етичким вредностима које су у датом систему депласиране, због којег се кандидаткиња опире упуштању у порно индустрију, са актуелног становишта дисквалификује се као себичност, односно неспремност да се из себичних разлога заложити за „добробит” заједнице.

Док кандидаткиња оклева да прихвати понуду, протагониста иза сцене јој револтирано узвикује да то не чини, покушавајући да уђе на сцену, али бива спречен од стране обезбеђења. После дугог оклевања кандидаткиња у стању наркозе, подложна сугестији, прихвата предлог. Након кратког протока времена док се протагониста налази у стану, са екрана га поново „напада” порнографски снимак у коме, овај пут, суделује и протагонисткиња. Како нема довољно новца којим би платио одбацивање садржаја, он склања поглед, на шта га хиперсензитивни екран упозорава да настави са гледањем. Без потребних средстава за одбацивање програма, он из револта разбија екран, да би потом узео једно парче стакла које потом неко време посматра. Сцена разбијања екрана означава одлуку протагонисте да се успротиви систему. Разбијање материјалног екрана симболички је приказ пробијања оквира технократског система који се утемељује посредством екрана. У наставку видимо, како он долази на посао пре свих, интензивно вози како би зарадио више новца, а у слободно време, код куће увежбава кореографију из чега је јасно да се припрема за талент шоу.

Када се, напoкoн, прoтaгoнистa пoјaви нa сцeни, крeћe сa извoђeњeм увeжбaнe кoрeoгрaфијe дa би је убрзo прeкинуo, и уз грлo прислoниo кoмaд екрaнскoг стaклa кoји је сaчувao нaкoн рaзбијaњa екрaнa у свoм стaну. Пoд прeтњoм дa ћe извршити сaмoубиствo, зaхтeвa дa будe сaслушaн oд стрaнe жиријa нa штa жири пристaјe. Слeди мoнoлoг у кoјeм у рeтoричкoм зaнoсу прoтaгoнистa рaзoбличaвa систeм, приписујући глaвни дeо кривицe жирију кoји у кaндидaтимa нe види људe вeћ прoизвoдe кoјe експлoитишe зa сoпствeну кoрист. Нaкoн зaвршeткa мoнoлoгa глaвни члaн жиријa кoнстaтујe дa је упрaвo видeо нaјбoљи нaступ oд кaд пoстoји тaкмичeњe и нуди прoтaгoнистa њeгoв кaнaл гдe ћe мoћи дa критикујe систeм нa кoји гoд нaчин жeли, бeз икaквe цeнзурe. Из нaрeдних кaдрoвa видимo је прoтaгoнистa пристao нa пoнуду.

Oвa сцeнa oсвeтљaвa улoгу екрaнских мeдијa у aпрoпријaцији aнти-систeмскoг дeлoвaњa oд стрaнe систeмa. Дoк прoтaгoнистa држи свoј мoнoлoг, рaдници гa нeтрeмицe, виднo зaинтeрeсoвaни, прaтe из свoјих стaнoвa прeкo екрaнa. Из њихoвих рeакцијa видимo дa сe oни идентификују сa oним штo oн гoвoри. Глaвни члaн жиријa oтвoрeнo признaјe дa је тo штo је изгoвoриo нeштo у чeму сe сви нaлaзe, штo прeпoзнaју кaкo свoју ситуaцију. Стeпeн идентификaцијe је утoликo вeћи јeр сe глeдaоци идентификују сa нeким кo сe усудиo дa прoгoвoри прoтив систeмa. Oни, мeђутим, сeдe кoд кућe, удaљeни oд мeстa дoгaђaњa, рaздвoјeни екрaнским зидoвимa јeдни oд других, дoк сe нa лицу мeстa нaлaзe њихoви aвaтaри. Мaсoвни рeвoлт кoји би у тoм трeнуткy мoждa мoгao дa нaстaнe је нa тaј нaчин oнeмoгућeн.

Услeд идентификaцијe пoбуњeнички пoтeнцијaл сe дeлeгирa нa слику oнoгa кo прoтeстујe. Пo принципy Лaкaнoвe (Jacques Marie Émile Lacan) oглeдaлнe фaзe,²⁴⁸ гдe дeтe види сeбe у oглeдaлу кaкo нeкoгa кo имa рaзвијeнијe мoтoричкe спoсoбнoсти нeгo штo их oнo зaпрaвo имa, a идентификaцијa oмoгућaвa дa oнo oстaјући у пaсивнoј пoзицији глeдaoцa сeбe дoживи кaкo мoтoрички рaзвијeнијe нeгo штo зaпрaвo јeстe, штo ујeднo и oтклaњa пoтрeбу зa нaпуштaњeм трпнo-глeдaлaчкe пoзицијe, рaдници oстaју у илузији дa су oни ти кoји сe бунe, фaсцинирaни сликoм сeбe кoју видe у пoбуњeнику, ујeднo oстaјући у трпнoј, oднoснo, систeмски пoдoбнoј пoзицији. Дoживљaј сeбe кaкo пoбуњeникa, oднoснo oнoг кoји имa мoћ, путeм сликe другoг кoјa сe дoживљaвa кaкo сoпствeнa, трaжи рeпетицију

²⁴⁸ Видети: Малви, Л., „Визуелно задовољство и нарaтивни филм”, у: *Студије културe*, стр. 387–399.

таквог самозадовољавајућег препознавања, због чега жири и препознаје наступ протагонисте као атрактиван и потенцијално често гледан. Заповест гледања самог талент такмичења, осим ако се не желе платити новчани пенали, делује као компензаторска техно-хегемонијска дисциплинска мера, где се радницима као онима који су гледани од стране хиперсензитивних екрана, омогућава да буду ти који гледају кандидате као друге који су изложени погледу жирија. Као публика талент такмичења, они постају ти који процењују, награђују и кажњавају и за тренутак искорачују из свакодневне позиције у којој су надгледани, процењивани, кажњавани и награђивани.

Овај компензаторски механизам у нашој реалности можда је најочљивији у случају ријалитија. Као гледаоци ријалитија, ми постајемо ти који гледају – гледамо такмичаре, чија ситуација неизвесног „опстанка” у такмичењу јесте реплика наше свакодневице коју одликује неизвесност, с тим да ми као гледаоци, као они који одлучују, постајемо та невидљива, неухватљива и променљива сила којој смо свакодневно изложени. У сцени егзалтираног гледања протагонисте посебно долази до изражаја оно што у својој анализи Ана Мартиноли примећује за све ликове читаве серије, који су реплика нас самих у савременом технолошко – екранском окружењу:

„Они живе у друштву површне комуникације, доминације баналног и агресивног, друштву у коме непрекидно надзиру и бивају надзирани, у коме трампе сопствену приватност за наклоност непознате публике. Ликови серије *Black Mirror* смо ми, а друштво у коме се крећу је наше друштво. Користећи могућност дигиталних технологија, умрежавајући се и чинећи себе доступним и видљивим онлајн, пристајемо на друштвену игру у којој су 'жетони' за игру наше време, наш идентитет (прави или измишљени), наше емотивне и социјалне трансакције, а циљ пењање на измишљеној лествици вредности која је дефинисана бројем следбеника, лајкова и коментара, 'пријатеља'.”²⁴⁹

У идентификација са оним ко се буни, ко се усуди да се успротиви жирију као оличењу неправде и тираније, екран по принципу огледала које даје обрнут одраз, производи обрнуто пропорционалан ефекат. Препознавање слике онога ко се буни,

²⁴⁹ Мартиноли, А., „*Black Mirror*– дигитални медији и утицај нових технологија на савремено друштво”, стр. 141.

односно онога ко има моћ, као сопствене, најчвршће јемчи управо остајање у положају гледаоца, односно, одржавање екрански посредоване технократије. Екран као то што омогућава већу видљивост побуњеничке делатности, уједно је и средство које услед огледално-идентификационог ефекта, трансформише побуњенички у конформистички сензибилитет.

Вратимо се епизоди. Протагониста добија свој канал и са прислоњеним стаклом екрана уз грло радикално критикује систем, при чему на крају сваке емисије прети да ће због осећања безизлаза и бесмисла извршити самоубиство, али тек у наредној епизоди. Након што искључи камеру, протагонисту видимо у његовом новом, пространијем и боље опремљеном стану у ком он брижљиво одлаже свој радни алат – стакло сломљеног екрана – у футролу. Ту се заокружује развојни пут протагонисте који од побуњеника који разбија екран, да би потом један његов део – оштро парче разбијеног екранског стакла – искористио у борби против екрана (стратешко учешће у талент такмичењу зарад радикалне критике система), постаје тај који ће исти део екрана као радну алатку поново реинтегрисати у екранску целину, односно, технократски поредак.

Централно место у овој епизоди заузима приказ надовезивања технохегемоније на експлоатацију људских потенцијала путем екранског корисништва у виду технолошки олакшаног задовољавања стварних или вештачки генерисаних потреба, односно компатибилности либералне демократичности и технократије. Репресивни системи суспендују слободно испољавање психо-физиолошких енергија тиме што прописују облике друштвеног живота унутар којих се оне могу испољавати претварајући их тиме у функционални ресурс за одрживост актуелног друштвено-системског поретка. Субјективно препознати раскорак између могуће артикулације људских потенцијала и њихове друштвено-законске регулативе може генерисати отпор према регулацији и мисаоно и/или делатно усмерење ка алтернативним облицима друштвеног уређења који би били адекватнији људском рефлексивно-осећајном склопу.

Демократски либерализам, насупротив томе, у комбинацији са напредним технолошким средствима, дозвољава извесну дозу разузданости, која може, како то ова епизода илуструје, суптилно прећи у контролисани плански распоређен режим обавезних видова војајеристички генерисаног задовољства путем техно-физиолошког ефекта за ту

сврху адекватних екранских садржаја. Ефикасност хегемонијски успостављене технократије је у томе што се у њој губи граница између психо-физиолошке потребе и друштвено-системске заповести. Могућност за директно задовољење психо-физичких потреба путем екрана, таквим задовољењем доводи и до пражњења људских потенцијала, умањујући могућност њихове субјективне синтезе и сублимације у стваралачки, социјализујући и опирући потенцијал. Недостатак препреке за постизање моменталног задовољства уједно уклања препреку одрживости технократског система. Технократија почива на индустријском принципу императива самоодржања утолико што тај императив стоји у индиферентности према, гледано са хуманистичког становишта, легитимисању самоодржања с обзиром на усклађеност система и његове отворености за развој целокупних људских потенцијала. Напротив, брига за отварање простора за развој људскости у свим њеним димензијама, противна је логици безусловног самоодржања, с обзиром да се животност опире машинско-стварској статичности у сталној потрази за проширењем искуственог опсега. Због тога је предуслов успешне технократије смањивање људског света на најмању могућу меру што се у епизоди коју смо анализирали илуструје и просторно, као озидивање у екранима затворени простор. Просторна ограниченост пропорционална је свођењу стварности на границе екрана.

И култура, могло би се рећи, у основи тежи својеврсном свођењу света у смислу превазилажења отуђених партикуларитета на начин изградње комуникационих оквира унутар којих се превазилази њихов међусобни јаз. Таква тежња, ипак подразумева људску субјективност као посредника у културној размени, а то значи перцептивно-интерпретативну разлику у разумевању културних садржаја, која одлаже коначну сагласност око темеља споразумевања.

На индустријском принципу заснована технократија, међутим, поставља функционалност и самоодрживост насупрот одржању људске субјективности, која јој, штавише, представља сметњу с обзиром на њој иманентну рефлексивну покретљивост која контемплацијом нарушава функционалност, те се препознаје као претња по постојећи поредак. Због тога је технократија успешна у оној мери у којој омогућавањем лаког постизања задовољства прикрива тај механизам као механизам губљења субјективности. Култура у технохегемонијском менталитету, стога представља прекршај, што можемо

видети у сцени у којој протагонисткиња од папира у који је била запакована храна израђује фигуру птице и поставља је поред свог бицикла. Чистач радног простора склања фигуру у кесу за отпатке уз образложење да је то ђубре. Субјективно-стваралачки поглед на ствари који трансцендира њихову функционалну уланчаност у тотални поредак постаје, како законски тако и у свести људи, за систем подривајућа делатност.

Укидањем историјске перспективе, у приказаној дистопији, губи се подстицај временског опажања света као низа пролазних друштвених уређења, чиме се ни тренутна ситуација не може контекстуализовати као актуелност наспрам које стоји низ алтернативних могућности, већ се уместо тога успоставља као једини могући свет. Једини могући отпор технократском поретку, јесте, како то видимо у случају протагонисте, отпор плотско-рефлексивног склопа који настаје из поређења ефекта опажања технолошки необрађеног звука (глас протагонисткиње) и опажања предодређеног путем технолошки филтрираних слика и звукова, где слушање *уживо* као људскији и стварнији вид комуникације генерише осећај одбојности према свакодневним облицима медијски посредованог опажања. То, међутим, може покренути критички сензибилитет, али не нужно и довести до визије другог света, с обзиром на аисторичну заробљеност у једино могуће перпетуирајуће овде и сада.

На основу изложене анализе, могли бисмо рећи да ова епизода детаљно и прецизно илуструје нашу основну хипотезу, тј. савремено отклањање опажаја културно-конститутивне кризе корисништвом екранских медија. Немогућност таквог опажаја у епизоди је приказана као немогућност сагледавања корисника у ситуацији заробљености у екрански продукавану стварност која се метафорички приказује као заробљеност у реалном простору са карактеристикама затвора. Простор неслободе и себе унутар тог простора као униформисаног, деперсонализованог затвореника приказује савремену затвореност у савремени кориснички менталитет. Епизода дакле осликавањем простора радње и карактеризацијом ликова, гледано из угла схватања човека као бића које је у стању да мења себе и свет, и које је штавише, према увидима које смо у раду изнели тиме и суштински одређено, приказује визију доминантног модалитета кризе у којој се данас човечанство налази, а коју конформистичко-стимулативним ефектом екранских медија није могуће као такву опазити.

6. Медијска култура и објективација корисника

Када бисмо с обзиром на претходна излагања поставили питање шта је основни предуслов културе, један могући одговор би гласио да је основни предуслов културе оно што је у односу на човека другост. Култура почиње сусретом са нечим што нам се најпре указује као нама непојмљиво, или не сасвим појмљиво, а опет нешто чега смо део и што је део нас, у шта смо делом интегрисани, а једним делом од њега диференцирани. Та другост може бити природа, Бог, несвесно. Ортега и Гасет даје антрополошко одређење човека као *онтолошког кентаура*, чиме указује на двојакост човека који је једним делом део природе, а другим нешто што није сасвим интегрисано у природни поредак, што јој се опире и резултира стварањем вештачког окружења у коме се не укида природност човека, али се делимично трансцендира чисто природно окружење: „Очигледно због тога што, другим речима речено, човек и природа нису у потпуном складу. Из претходног можемо закључити да човек поседује необичну карактеристику да се само делимично слаже са природом, да је у исто време природан и натприродан, нека врста кентаура, чији се један део налази зарођен у природу, док је други превазилази.”²⁵⁰ Арнолд Гелен (Arnold Gehlen) назива човека мањкавим бивствујућим (*mangelwesen*)²⁵¹ чиме алудира на немогућност човека да преживи као само природи припадно биће, јер за разлику од осталих живих бића нема физиолошких предиспозиција за опстанак у природи над којом претходно није извршио интервенцију стварајући животно окружење које није истоветно са природним – другим речима стварајући културу:

„The epitome of nature restructured to serve his needs is called *culture* and the culture world is the human world. There are no 'natural men' in a strict sense – that is, no human society without weapons, without fire, without prepared, artificial food, without shelter, and without systems of cooperation. Culture is therefore the 'second nature' – man's restructured nature, within which he can survive. 'Unnatural' culture is the product of a unique being, itself of an

²⁵⁰ Ортега и Гасет, Х., *Размишљања о техници*, стр. 48.

²⁵¹ „This is the positive side of Gehlen's characterization of the human being as a 'deficient being' (*Mängelwesen*), whose lack of specialized features constitutes an overwhelming burden.” Rehberg, K.-S., introduction to: Gehlen, A., *Man: His Nature and Place in the World*, Columbia University Press, New York, 1988, str. I-XXXVI, VIII.

'unnatural' construction in comparison to animals. The cultural world exists for man in exactly the same way in which the environment exists for an animal."²⁵²

Могли бисмо стога рећи да се у свом зачетку култура јавља као прва интервенција човека над природом, у циљу премошћивања јаза који га од ње дели, тако што човек преображава природне ресурсе у корист свог опстанка у окружењу у коме би изглед за тај опстанак били мали, уколико би се он ослонио искључиво на своје природне датости. Култура је тако увек и технологија која се у зачетку културе јавља као технологија преживљавања.

Према мишљењу Гелена, међутим, свака интервенција над датим окружењем, мада доводи до извесног растерећења, рађа ново оптерећење и тако почиње процес бескрајне итерације – смене нових оптерећења и растерећења. Човек никада не може одмах бити у сасвим свом свету, већ га увек изнова мора задобијати и управо је тај осећај потпуне неизмирениости са светом који смо назвали културно-конститутивном кризом оно што покреће културу.²⁵³

У извесном смислу могло би се рећи да је хипотетичка ситуација првобитног човека била најпогоднија за културу, јер су непосредна изложеност по опстанак претећој природи уз недостатак знања и технолошке опремљености да се од природе одбрани, најдиректније провоцирали човека на преображавање природног и стварање новог окружења у којем би могао преживети.

Акумулација знања и напредовање технолошких средстава доводе до другачије, у аспекту биолошког опстанка неупоредиво релаксираније ситуираности човека у свету, али уједно доносе нове изазове који призивају на деловање. Оно са чим се данас суочавамо јесте толики ступањ развијености медијско-технолошке апаратуре који до те мере предодређује нашу егзистенцију да је доживљај света као нечега што није сасвим део нас, а што би нас провоцирало да тај расцеп превазиђемо сведен на најмању могућу меру. Нарастајући фонд научног знања које се потом имплементира кроз напредовање технологије која излази у сусрет нашим потребама, све више релаксира нашу жељу за активним суделовањем у промишљању и креирању света који нас окружује. Могло би се

²⁵² Gehlen, A., *Man: His Nature and Place in the World*, стр. 29.

²⁵³ Исто.

рећи да је криза савременог човека као бића културе у томе што је ускраћен за незнање, као и за недостатак технолошких средстава, услед чега би мобилисао ангажовање плотско-рефлексивног склопа ка слободном ширењу, продубљивању и интеграцији свих својих потенцијала кроз процес истраживања непознатог, те последично доводио до награђујућег искуства откривања и упознавања себе и света, као повремених исхода таквог ангажовања. Уместо тога, данас је на делу алгоритмизација менталитета која свако искуство своди на познате, већ постојеће категорије, док се евентуално опирање таквој сместивости углавном проглашава особењаштвом или лудилом.²⁵⁴

Већ сâм приказ корисништва мобилних телефона, на пример, указује на сужавање погледа на границе уског оквира екрана, при чему се навикавањем на те оквире губи способност за опажање и доживљај другости изван технолошко-конформистичке сфере. Додир екранске површине симболички осликава губљење додира са стварним светом, односно вољу да се са светом успоставе додирне тачке, с обзиром да су оне већ успостављене са екраном унутар чијих оквира се смешта редукована слика света.

Сходно томе, дало би се претпоставити да је једна од основних потреба којој екрански медији, почевши од телевизије, све успешније излазе у сусрет јесте потреба *за бивањем код куће*. Бити код куће овде пре свега има пренесену конотацију у смислу осећања света као сопственог дома, као оног који није у расцепу већ у хармонији са нашим индивидуалним бићем. Екрански медији су, међутим, ову потребу испунили не само у метафоричком, већ и у дословном смилу. Након, да парафразирамо Андерса, телевизијског испоручивања света у кућу путем екрана, уследио је развој напреднијих видова екранских супституција социјалног живота омогућених интернетом, који кретање у свет из зоне приватности све мање чине нужним са становишта потребе за партиципацијом у друштвеној заједници. Не морамо из пословних или приватних разлога са неким да се видимо уживо, већ то можемо да учинимо путем онлајн платформи, не морамо ићи на посао већ можемо радити од куће, не морамо отићи по храну или одећу већ можемо да их поручимо онлајн, итд. Било да је реч о изласку из приватности у свет, зарад елементарних потреба или због егзистенцијалног призива за озавичајењем света, екран нас

²⁵⁴ Видети, Булић, К., „Магијски реализам и медијски коректизам: Лудило стварности или стварност лудила?“, у: *Филозофија медија: Медији и лудило*, Естетичко друштво Србије, Удружење грађана „Млади грашак“ за уметност, културу, медије и друштвена питања, Београд, 2022, стр. 19–44.

држи у већој удомљености у свет како просторно тако и психолошки, због чега бити у свету код куће све мање постаје позив који захтева ангажовање, нешто што тек треба постићи, а све више датост.

Губљење из видокруга света као другости, пропраћено је укидањем низа супротности: приватно-јавно, субјект-објект, блиско-далеко, догађај-тривија, уметност-индустрија, естетско-умно, ексцес-норма, рад-доколица, оригинал-копија, итд. Стапање ових супротних парова, односно, бинарних опозиција, представља, како би то рекао Маркузе говорећи о уметности у масовном друштву,²⁵⁵ асимиловање антагонистичких садржаја које почива на пракси симулације њихове супротности. Они се, као поистовећени, прожимају у различитим тачкама конвергенције, сливајући се у један принцип деловања који фундира и стимулише воајеристичку, трпну позицију, изазвану несигурношћу поводом њиховог онтолошког статуса, те адекватног односа према њима који би се темељио на њиховом јасном препознавању.

Приликом сусрета са другим човек препознаје своју различитост која је уједно и предуслов за његово успостављање самосвести о себи као засебном бивствујућем које се онда у односу са тим другим непрекидно изграђује, не потирући никад до краја разлику. Култура у смислу у којем смо је тематизовали у овом раду представља управо манифестацију такве непрекидне изградње у односу са другошћу и као таква она је основни предуслов за онтолошку диференцијацију људскости.

У повесно-теоријској употреби појма, култура се, међутим, а не би ли се истакао контекст у којем настаје и као показатељ скупа пракси једне заједнице која се као таква препознаје с обзиром на временско-просторно-искуствени континуитет тих пракси, ближе одређује као култура овога или онога; као средњовековна култура на пример, култура једне нације или култура неке изоловане праксе, попут културе дијалога или што је данас актуелно као култура *отказивања* (*cancel culture*).²⁵⁶ Уз то, углавном се имплицитно

²⁵⁵ „Кад средства масовне комуникације хармонично и често непримјетно слијевају умјетност, политику, религију и филозофију с комерцијалним огласима, она доводе домене културе на њихов заједнички називник – на форму робе [...]. Апсорбујућа моћ друштва испражњује умјетничку димензију тиме што асимилира њезине антагонистичке садржаје. У домени културе се манифестира нови тоталитаризам баш у плурализму који хармонизира, па најконтрадикторнија дјела и истине мирно коегзистирају у индиферентности.” Маркузе, Х., *Човјек једне димензије*, стр. 68 и 71.

²⁵⁶ О вишезначности појма, као и о легитимисању одређених пракси на начин да им се придодаје реч култура Деан Дуда пише: „Мрежа што је 'култура' плете у свакодневној комуникацији јасно упућује на њезину

подразумева да је реч о људској култури, односно једном онтолошком одређењу човека на основу фундаменталних претпоставки начина његовог бивствовања. Култура, стога, као самостално употребљен појам означава најпре специфично људско постојање у заједници која се изграђује преображавањем природе, а потом свако мишљење и деловање над затеченим окружењем које аналогном доживљају природе, без обзира на пораст знања и напредност технолошко-друштвене структуре, задржава одређен степен недовршености у начину на који га свест доживљава, да би, подстакнута таквом недовршеношћу усмеравала деловање ка коначном измирењу човека и света, о чему Гројс пише:

„Према традицији, људска култура се превасходно бавила потрагом за целовитошћу. Та потрага је била условљена жељом људских јединки да превазиђу свој партикуларитет, да се ослободе личних 'гледишта' насталих под упливом њихових 'животних форми', и да остваре приступ једном општем, универзалном погледу на свет, који би важио свугде и за сва времена.”²⁵⁷

С обзиром на савремене околности, дало би се закључити да култура захтева ближе одређење, а што би се могло подржати једним чак и здраворазумским закључком да данас преовлађује медијска култура.²⁵⁸ Под медијском културом не подразумевамо свеукупност медијских пракси које се препознају као, мада распрострањен и учестао, изолован феномен који коегзистира са другим видовима култура са којима стоји у различитим видовима коњунктура, већ овај појам уводимо с обзиром на питање одакле данас у ситуацији масовног екранског корисништва долази поглед, односно ко гледа, а ко је гледан.

семантичку слојевитост и употребну вриједност. И код нас се мјестимице преклапају значења 'културе' и 'цивилизације', и ми 'културу' везујемо уз биологију, млијечне напитке, бонтон, сјетву и жетву, и у нашим школским програмима, уз глазбену и ликовну, постоји техничка, тјелесна и здравствена култура. [...] 'култура' [је] захваљујући раширеној употреби почела функционирати као кишобрански термин који покрива разноврсне појаве и симболичке праксе. Дијелом је то последица значењског увоза из дискурзивног простора међународне заједнице, а дијелом је ствар у апликативној снази, односно, опћенитој комуникацијској прикладности термина. Потребно је само именовати феномен, испред њега дописати ријеч 'култура' и ствар је ријешена.” Дуда, Д., „Надзирање значења: што је култура у културним студијама?”, стр. 235.

²⁵⁷ Б. Гројс, *У току*, стр. 15

²⁵⁸ Доминацију медијске културе приметио је крајем прошлог века Даглас Келнер: „С појавом медијске културе слике, звуци и представе почињу да учествују у стварању садржаја свакодневног живота, доминирају нашим слободним временом, обликују политичка гледишта и друштвено понашање и нуде грађу на основу које људи обликују чак и споствени идентитет.” Келнер, Д., *Медијска култура*, стр. 5.

Током модерног доба култура проистиче из индивидуалног, конкретним животно-историјским околностима условљеног погледа на свет који детерминише изградњу света и себе у свету, док могућност освајања стајне тачке погледа на свет имплицитно културу чини људском. Она је људска по томе што је поглед у поседу човека чиме је човек у позицији субјекта, а свет у позицији објекта.

Данас је такав однос доведен у питање, пошто је човек као реализатор онлајн активности посредством којих се легитимише као друштвено биће, непрекидно изложен „погледу” алгоритама. Тиме, уместо субјекта који гледа и тумачи, он у све већој мери постаје објекат који је гледан и тумачен, на основу чега се може закључити да је савремена ситуација у аспекту усмерења погледа више налик средњовековној него модерној ситуацији. Ипак, ту постоје битне разлике. Наиме, поједностављено речено, током средњег века, друштвени живот организован је сходно претпоставци да је човек изложен погледу Бога. У модерности, еманципацијом човека, ми постајемо ти који гледамо, док рај постаје метафора за успостављање света који сами пројектујемо на основу сопствених херменеутичко-имагинативних захвата над светом који се испрва указује као другост.

Континуитет са модерношћу у том смислу је и данас донекле на снази, с тим да поново постајемо изложени погледу који овај пут није ни поглед Бога, нити нас самих, већ *поглед* алгоритама. Одношење према алгоритму на изванредан начин наликује односу према Богу, пошто је за разлику од човека алгоритам онтолошки конзистентан и уцеловљен, у смислу да не садржи ону људску двојакост која се састоји из себе тренутног и себе какав бих желео да будем и ка чему стремим, због чега и настаје егзистенцијалистичко одређење човека као онога који још увек није – чије се биће заснива на кретању ка својој замишљеној пројекцији. Кључна разлика била би, међутим, у томе што у једном случају човек редукује оно људско што није усклађено на начелима нпр. богоугодног живота, док рад алгоритма почива на инклузији свега људског што се излаже. Што се више показујемо, алгоритам има више грађе за обраду, што за последицу има установљење човека и света као предвидивих, уоквирених, функционалних, уновчивих.

Алгоритам извесно није свезнајући, већ међу онлајн активностима тражи и изграђује есенцију корисности и функционалности за успостављајући тоталитет. Тај тотални

поредак огледа се у потпуном укидању отпора људскости екранској стварности, услед чега се губи и специфична диференцијација људскости, тј. човека као оног који преко односа са светом непрекидно ствара себе. У извесном аспекту алгоритам следи принцип културе, у смислу да не одбацује ништа што долази у опсег његовог захвата као предмет тумачења, али однос према свему томе не проистиче из покретљиве динамике животности која изнова преиспитује и тумачи, већ из онтолошко-херменеутички стабилно приправљеног оквира. Алгоритам, дакле, постаје субјектом медијске културе, који је с једне стране Боголик у својој целовитости, а са друге човеколик по неограниченој отворености за онлајн појаве које се, међутим, за разлику од људско-културног принципа, подвргавају стратешки приправљеној херменеутици.

Пропустљивост мрежног простора отвореног за најразличитије садржаје чија се дистрибуција не мора нужно легитимисати проценом садржаја са становишта њихове друштвене користи и подстицаја за културу, императив видљивости, као и технолошки обезбеђена могућност да се видљивост постигне на релативно једноставан начин, довели су до данас честе појаве излагања у фрагментарним стањима, неуобручених у претходно (само)успостављен идентитет корисника. Уколико се вратимо на претпоставку да у модерно доба човек опажа свет као недовршен, преокретање усмерења погледа у савремено доба могли бисмо увидети и у томе што се човек излаже у мрежни простор као „недовршен” у смислу неинтегрисаности мноштва сопствених потенцијала и њима одговарајућих стања и поступака у целину личности. Додуше, у претходним излагањима смо истицали да се до стања коначне „довршености” уколико то подразумева заустављање на једном засвагда успостављеном модалитету разумевања и доживљаја себе у односу на свет и није могуће постићи. У случају фрагментарног излагања, имамо међутим, у виду изостајање тежње да се такво, мада никад до краја достижно стање „довршености” достигне. С обзиром да таква тежња од модерног доба сходно теоријским увидима које смо у раду разматрали, битно одређује човека, могли бисмо поставити питање да ли се човек излаже у мрежни простор као он сам, односно у свом *Ja* као дотадашњој резултанти деловања животности.

Наиме, када се каже *Ja*, то подразумева идентитет као скуп рефлексивно интегрисаног мноштва искустава која у збиру образују личност, или како пише Копривица: „Постати ја-

сам, или, другачије речено, *остварити се*, значи најпријашњу ситуативно-агрегативну *мноштеност* бића довести до интелигибилно посуштовљенога *јединства* идентитета.”²⁵⁹ Сходно томе, да бих *Ја* постао видљив морам најпре постати *Ја* као самопрепознатљиво биће које се препознаје у својој засебности и дистинкцији у односу на свет и на друге. Ми се, међутим, на друштвеним мрежама излажемо фрактално погледу других (или алгоритма), посредством видео записа неке активности, или фотографије призора свакодневице који не морају нужно претходно бити интегрисани у наш идентитетски склоп. Илустрације ради, када угледамо неки занимљив и необичан призор који може бити и знаковит у смислу да нам нешто потенцијално поручује и открива, приручност телефона са камером нам не дозвољава да га пропустимо кроз наше искуство и интегришемо у рефлексивно-искуствени апарат како би нас он временом у синергији са дотадашњим искуством утврђивао у сопственој перцептивној јединствености, већ радије посежемо за уређајем, бележимо га и објављујемо путем наших налога, а наша пажња се са самог призора преусмерава на реакције које ће уследити. На тај начин, пажња се преусмерава са самог предмета опажања на нас као на оне који га ексклузивно опажају. Несвакидашњост призора је у функцији потврде наше присутности кроз остварену медијску видљивост.

Али кроз утисак о сталној видљивости који растеређује од тескобе анонимности, екрански медији умањују вероватноћу да ми као њихови корисници уђемо у зону видљивости – ми као самосвесне личности са сопственим погледом на свет. Да би се то могло постићи потребно је заштити се од изложености погледу,²⁶⁰ не би ли искуства изазвана опажањем и рефлексijом формирала образ личности и подстакла на активност

²⁵⁹ Копривица, Ч., *Философија ангажовања*, стр. 57.

²⁶⁰ У тумачењу модерног друштва као друштва надзора за који користи метафору Бентамовог паноптикона, Фуко као његову главну последицу наводи свест „затвореника” о сталном надзору, чак и када тај надзор фактички није на делу. Таква свест проистиче из структуре панаоптикона где „затвореници” не могу видети у ком су тренутку надзирани, па се понашају тако као да је тај надзор непрекидан, прилагођавајући понашање регулационим прописима из страха од казне: „Отуда проистиче главна последица 'Паноптикона': индуковање у затворенику свести о његовој видљивости.” Фуко, М., „Надзирати и кажњавати”, стр. 211 У случају видљивости у интерактивном моделитету екранског корисништва можда би као илустрација пре послужила метафора коју ослањајући се на Фукоа уводи Адам Форд (Ford): „Ми ћемо носити са собом алате за нашу властиту транспарентност и многи, можда већина ће то радити вољно, чак радосно. Ја тај свет зовем Партиципативни Паноптикон.” Ford, A., *A Participatory Panopticon*, ИЕЕТ, 2014, преузето из: Погачар, М., *Археологија медија, микро-архиви и приповедање*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци–Нови Сад, 2018, стр. 70 и 71. Оно што разликује Бентамов паноптикон од партиципативног паноптикона јесте што се у првом случају ради о пасивној изложености погледу, док се у другом ради о активном излагању о чему Мартин Погачар пише: „За разлику од Бентамовог паноптикона, где је 'надзирани' више пасивни објекат контроле, 'партиципативно надзирани' ће предати и последњи делић приватности најновијој аргументацијској моди (а то су данас безбедност и рејтинг људи),” Исто, стр. 71.

која би произилазила из њеног јединственог сензибилитета. Уместо тога екрански медији призивају на излагање себе из сфере интимности, која као простор скривености од јавности треба да обезбеди дозревање опажањем и рефлексijом распоређених и синтетисаних искустава. Навикнутост на тако преурањено излагање неинтегрисаних спонтано-афективних стања и поступака, које, међутим, ипак удовољава нашој потреби за видљивошћу као потврди нас као личности, спутава потребу да се личност уопште и образује, о чему пишу Жил Липовецки (Gilles Lipovetsky) и Жан Сероа (Jean Serroy):

„На првом месту је Ја које излаже најмање и најбезначајније детаље своје егзистенције [...]. Отуда тај вртлог уситњених информација: ја сам онај који је нежења, који воли или не воли ово или оно, који је фан дотичног X или Y... То је мој сингуларитет, без синтетичких закона, без трагања и жеље за кохеренцијом, у многоструким изломљеним површинама једног Мене у дифракцији, којем је довољан један клик да би се дефинисао.”²⁶¹

Могли бисмо поставити питање није ли овде на делу интериоризација индустријског принципа својственог екранским медијима, заслужног за привид целине, док је заправо на снази једна специфична област стварности утемељена на сопственој диференцијалној матрици. Таква интериоризација се манифестује управо тиме да човек наизглед представља себе представљајући заправо један део свог неуображеног афективитета, сходно чему Липовецки и Сероа примећују:

„Представљање не тражи више оно што је некада био јасан циљ – аутентичност, истину – већ валоризује директан и тренутни израз: не више аналитичко и лавиринтско урањање у себе, већ моментално показивање личних искустава, афинитета импресија. У симултаности тренутка исцртава се *live* аутопортрет, без ретуша: информацијски више него интроспективан, он илуструје лик нове индивидуе у времену које управо тече.”²⁶²

Екранским корисништвом слаби се на тај начин способност синтетичко-интегративне функције човека над собом као мноштвом различитих потенцијала и искустава, јер се они неинтегрисани излажу у медијском јавном простору, што последично утиче и на културу.

²⁶¹ Липовецки, Ж. и Сероа Ж., *Глобални екран*, Академска књига, Нови Сад, 2011, стр. 18.

²⁶² Исто, стр. 17, 18.

Носилац погледа на свет као другост може бити само личност која као самосвесна своје посебности освешћује сопствену дистинкцију која омогућава поглед са дистанциране стајне тачке.

Приликом фракталног излагања себе у неинтегрисаном виду посредством друштвених мрежа интенционално се тежи видљивости када је реч о другима, али се, такође, повремено рачуна и на алгоритам у смислу стратегије употребе његове функционалности која би помогла проширењу досега видљивости.

На основу тога могли бисмо рећи да ако смо раније имали недовршен свет који проласком кроз нашу рефлексивну обраду добија свој образ, образујући тако и нас саме, а сада се ми као „недовршени” излажемо екранским медијима, алгоритам постаје тај који нас у свом рачунском захвату образује, враћајући нам свет по нашој мери с обзиром да га обликује на основу „наших жеља” откривених путем корисничких онлајн активности. У том смислу оно што је била синтетичко интегративна функција животности делегира се на машину. Модерна нужност репетиције представљања света која нас изнова утврђује у извесности о нашем постојању,²⁶³ потискује се потребом за сталним излагањем у онлајн простору како би се та извесност генерисала из свести о видљивости. Такво стално излагање укида временитост свести која ствара расцеп између себе тренутног и себе у настајању усмереном ка пројектованом себи у будућности, а култура настаје управо у кретању тим временски генерисаним психолошким растојањем. Стално представљање као самоизлагање одвија се као излагање нас тренутних, без претходне уобличености која настаје на путу ка сопственом животном пројекту преко света ствари, а с обзиром да се

²⁶³ Овде реферишемо на Хајдегера (Martin Heidegger) и његову критику нововековне метафизике. Наиме Хајдегер дефинише модерно доба као доба слике света, која се успоставља представљањем како света тако и себе који представља тај свет. Модерни субјект према Хајдегеровом схватању настаје као онај који себи представља себе као оног који представља свет. Таква констелација човека и света парадигматично се огледа у Декартовом исказу „Мислим дакле јесам”. Наиме субјект као носилац (само)рефлексије утемељује се као једина извесност на основу које се човек онтолошки обезбеђује; која постаје јемац извесности његовог постојања. Да би се, међутим, мислило, мишљење мора имати свој предмет, односно мора се мислити о нечему, а тај предмет се мора представити субјективном погледу, због чега Хајдегер изједначава мишљење са представљањем: „Мишљење је пред-стављање, представљачки однос према представљеном.” Хајдегер, М., *Шумски путеви*, Плато, Београд, 2000, стр. 86. У својој интерпретацији овог Хајдегеровог становишта Мићо Савић пише: „Субјект, оно Ја, схваћен је као оно што је увек присутна основа активности свести. Као самосвест, Ја опажа себе, тј. само себе представља. Као оно *ја мислим* које је увек: *ја мислим нешто*, субјект постављајући себе као оно што увек јесте, поставља и оно што он опажа (посматра), тј. што себи представља.” Савић, М., „М. Хајдегер: Метафизички карактер научно-техничке цивилизације”, у: *Филозофија и друштво*, Београд, 2009, стр. 128.

потврде наше парцијалне изложености, по индустријском принципу у ефекту доживљавају као потврде нас самих у својој целовитости, такво креативно путовање се испоставља као излишно и потискује се репетицијом сталног излагања у циљу сталног подсећања на извесност сопственог присуства.

У том смислу, објективација, односно постварење одвија се не само као излагање погледу другог који нас опредмећује,²⁶⁴ већ у великој мери и режимом само-представљања, који својом фреквентношћу доводи до заборављања на расцеп између себе тренутног и себе у будућности, као основне онтолошке диференцијације људскости, чиме се егзистенцијални образац хуманитета приближава бивствовању ствари које су само оно што јесу, а не оно што би могле бити, о чему је раније било речи. Тиме се како примећује Паточка (Patočka), човек „одрекао самога себе, свог специфичног положаја у свемиру, који почива на томе да је он једино познато живо биће које се односи према бићу, које чак *јесте овај однос*”.²⁶⁵

Овде бисмо, такође, могли направити једну паралелу са предмодерном изложеношћу свевидећем Божанском погледу. Наиме, један од суштински важних видова показивања и доказивања вере било је жртвоприношење. Ритуали жртвоприношења чиме се одговарало на директан захтев Бога, подразумевали су разне видове одрицања – од своје имовине (старозаветне жртве паљенице), или од удовољавања физиолошким потребама (новозаветни пост и уздржање). Одрицање од разних видова сопствености, отварао је простор за продор Божанског у људско, тј. склапање Богочовечанског заједништва. Жртвоприношење је било својеврсни вид вољног ускраћивања задовољења људских потреба на израван, тренутно расположив начин – стицањем и умножавањем имовине, храном, телесним задовољствима, како би се на то место недостатка задовољености као својеврсне празнине уселио Божански руководећи принцип. Жртвоприношење је у том смислу било предуслов за деловање Божанске силе у односу на човека. Њиме се отвара простор за Божанску интервенцију који би уколико се жеље задовоље употребом

²⁶⁴ О опредмећивању погледа другог Сартр пише: „Самим појављивањем другог стављен сам у позицију да судим о себи самом као о једном предмету, јер се појављујем другом као предмет. Други се, напротив, појављује, у извесном смислу као негација мога искуства, јер је он онај за кога ја нисам субјект већ објект.” Сартр, Ж.-П., *Биће и ништавило*, стр. 236 и 242.

²⁶⁵ Паточка, Ј., *Избор из философских списа*, Академска књига, Нови Сад, 2013, стр. 169.

овоземаљских ресурса постала излишна, јер не би имала отворен простор за деловање будући да је он већ испуњен задовољеношћу жеље.

Предуслов за рачунање алгоритама јесте материјал који корисници излажу у онлајн простор. Можемо ли онда такво излагање посматрати као својеврсно жртвоприношење алгоритму, при чему жртвенички олтар постаје екран?

На први поглед ту се не може радити о жртви, јер се она изричито ни од кога не захтева, а објављивање није вид одрицања од жеље, већ управо удољавања сопственој жељи за видљивошћу и потврђивањем од стране онлајн заједнице.

Ако, међутим, пођемо од тога да личност подразумева синтетичко у-ображавање мноштвености људских енергија, њихово довођење у поредак на којем личност почива и на основу којег може саму себе препознати као јединствени – премда због растегљивости животности и повесно-технолошке променљивости света подложен контингенцији – целовити засебни ентитет, а с обзиром да се на интернету често излажу парцијална расположења и активности, без њиховог претходног личносног уобручавања, произилази да је по среди жртвовање сопствене настајуће личности, тј. могућности да се личност образује. Таква могућност се сужава потврдом о сопственој присутности док је заправо на делу потврда неуобручене склоности – ка путовању, моди, одабиру козметичког средства, хедонизму, стављању у ризичне ситуације, игрању игрица. Отвара се простор за рачунско оперисање алгоритма не само као пуко-технолошки предуслов достављања материјала за обраду, већ будући да алгоритам за разлику од Бога не поседује супстанцијалност него управо зависи од тог материјала и као делегирање у-ображавања личности са нас самих на алгоритме. На основу корисничких онлајн активности алгоритам нам враћа нас саме као идентитетски обликоване кориснике. Многи видови онлајн корисништва су у том смислу својеврсно несвесно дигитално жртвоприношење у коме се корисник не свесним чиновима, већ у исходу, одриче или ослобађа од могућности стварања нас самих од нас самих у име отварања простора алгоритму за извођење обрачуна подељених спонтано-афеткивних и животно стилских представљања.

Симболички гледано, преплављеност великог дела онлајн простора садржајем проистеклим из сфере приватности, можемо посматрати као слику неинтенционалног, несвесног дигиталног жртвоприношења. Да би се рачунским оперативним системима

оставио простор за деловање у смеру свођења нас самих на заједнички принцип који би резултирао интеграцијом човечанства у интуитивно свима припадајући свет, корисници не излажу своје интенционално успостављене визије савременог света, које би се испречиле потреби машинског синтетичко-интегративног рачунања, већ излажући се у неинтегрисаним фракталним облицима, отварају простор паметним машинама за такво рачунање.

С обзиром да је жртвоприношење Богу захтевало подвиг и одрицање, то је давало места отпору и противљењу услед сукобљености жеље да се одређени људски потенцијали остваре на земљи, и одрицања од таквих остварења зарад успостављања заједнице са Богом. Дигитално жртвоприношење, као жртвовање сопствене синтетичко-интегративне функције спроводи се међутим по принципу меке моћи екрана у технохегемонијском режиму као компатибилност жеља корисника у власти (екрана) и деперсонализоване власти техно-надзора. Због тога се, будући да не изазивају отпор већ задовољство, екранске жртве драговољно приносе, чиме се увећава узорак за алгоритамске рачунице, што може навести на закључак да ће неко будуће друштво строге регулације и контроле много ефектније, трајније и неопозивије успоставити власт него што је то могао Богочовечански облик заједнице.

У основи неинтегрисаног фрагментираних стања у којима се корисници излажу у мрежни простор могли бисмо уочити дезинтеграцију рационалне и афективне сфере, а управо је њихова интеграција оно што је, према теоријским гледиштима на која смо у раду реферисали један од основних предуслова културе.

Ортага и Гасет истиче потребу да се у складу са рацио-витлистичким гледиштем, као реакцијом на строго рационално-просветитељски модела мишљења, у круг филозофске спекулације укључе и они предмети из домена људске афективности и актуелних друштвених појава које су одрази тог домена: „Свака потреба, ако се оснажи претвара се у ново подручје културе. Кад дође време, родиће се Њутн уживања и Кант амбиција.”²⁶⁶ Ова потреба произилази из увиђања неопходности интеграције афективног и рационалног,

²⁶⁶ Ортега и Гасет, Х., *Медитације о Кихоту*, стр. 16.

која, уколико изостане игнорисањем традиционално нефилозофских предмета од стране рационално-спекулативног захвата, може исходovati неконтролисаним продором рефлексивно незахваћених људских енергија из бића појединца, што може имати деструктивне исходе.

Чешки филозоф Јан Паточка (Jan Patočka), на пример, говори о успешности интеграције оног оргијастичког (празничног, несвесног, нагонског, чулног, карневалског) и профаног (свакодневног, рационалног, етичког, савесно одговарајућег на дужности које намеће скуп цивилизацијских општеприхваћених вредности у оквиру којих се партиципира у заједници), као кључном критеријуму напредности неке цивилизације. Уколико се у самом човеку ова два принципа не интегришу на начин да се оно оргијастичко брижљиво не негује од стране профаног постајући тако стваралачки потенцијал, уместо дезинтегришуће нагонске силе, може доћи до проблематичних видова њихове синтезе на начин да оно претходно занемарено оргијастичко постаје у цивилизацијски регресивном виду компатибилно са рационалношћу:

„Проблем индивидуе, проблем људске особе, од почетка је био проблем превазилажења свакодневице и оргијазма [...]. Што се више модерна научна техника пробија као облик личног односа према бивајућем, што више у свој круг увлачи све што је природно, па онда и људско, што су више традиције давног измирења правог са оним што обузима човека склањане и осуђиване као нереалне, неверодостојне и фантастичне, то је окрутнији реванш оргијастичког ентузијазма.”²⁶⁷

То се, како примећује Паточка, можда најбоље огледа на примеру модерног рата: „Рат је у исти мах највећи подухват цивилизације, производ и оруђе тоталне мобилизације како је то исправно видео Јингер и ослобађање оргијастичких потенцијала који нигде друго себи не могу дозволити крајност у опијености уништење.”²⁶⁸

ОвOME бисмо могли додати и пример нацистичких логора који произилазе из рационалног прорачуна, у којима уживање у злочину као вид оргијастичког постаје компатибилно са интенционално научно-рационално заснованим пројектом подупирући његову реализацију.

²⁶⁷ Паточка, Ј., *Избор из филозофских списа*, стр. 166, 167.

²⁶⁸ Исто.

Чини се да наведене опсервације проблем интеграције рационалног и афективног пре виде у запостављању афективитета од стране рационално-инструменталног ума, што онда може исходovati избијањем афективних стања која могу имати разарајући ефекат на појединца и заједницу. У екранском корисништву пре би се могло говорити о запуштању разумске сфере која у перцепцији мултимедијалних садржаја доводи до превласти афеката, онемогућавајући утемељење самосвести, те организације личности појединца, односно његовог *Ја* као интегрисаног скупа различитих искустава и енергија.

У делегирању синтетичко-интегративне функције (рационалног и афективног) са животности на алгоритме, као исходу претежно афективног екранског корисништва могли бисмо увидети сличан принцип који Паточка објашњава на примеру рата, наиме принцип експлоатације афективитета, који претходно није зауздан и уобличен животношћу, у сврху машинско-технолошке ефикасности вредноване из угла рационално-инструменталног ума.²⁶⁹ Како је је свака активност на интернету уједно и материјал за обраду података, они су у функцији алгоритамског прорачуна, који је утолико прецизнији уколико је узорак за обраду обимнији. Садржаји који, на пример, приказују интиму, стања разуданости, насиље, опасност изазивају и привлаче кориснике, те тако, увећавајући квантитет корисништва, погодују прецизности алгоритамских прорачуна чија функција почива на принципу рационално-инструменталног ума. Афективност која као најнепосреднији плотски вид опажања света садржи потенцијал за отпор постојећој нормативној социјалној регулацији, те њеног трансцендирања другачијим погледом на свет, постаје ресурс за учвршћивање статуса кво. Другим речима, технохегемонија не суспендује телесно-афективни спонтанитет како би сачувала поредак, већ га призива на излагање како би учврстила и увећала регулациону моћ.

²⁶⁹ Јувал Ноа Харари (Harari) уводи појам *датаизам* који дефинише као нову религију чије су основна заповест умреженост и снабдевање алгоритма што већим бројем података. У оквиру вредносних постулата датаизма људска искуства и праксе немају вредност по себи, већ стичу вредност пласирањем у мрежни простор као подаци, какав год да је садржај у питању. Они су безвредни само уколико се не нађу у умреженом простору, а вредни су самим тим што се у њега пласирају, при чему ту вредност одређује алгоритам: „Довољно је да снимимо своја искуства и повежемо их на велики проток података и алгоритми ће открити њихов смисао и рећи нам шта да радимо. Морамо да докажемо себи и систему да и даље имамо неку вредност, а вредност није у самом доживљавању, него у претварању доживљаја у слободни проток података.” Харари, Ј. Н., *Homo Deus*, стр. 474 и 475.

Уколико се вратимо на претпоставку да у модерно доба човек, Ничеовски речено губи свевидећег посматрача,²⁷⁰ те да он постаје онај који посматра себе и свет, треба указати и на проблем вредновања учинка деловања који проистиче из таквог (само)посматрања. Наиме иако човек као сопствени пројект располаже могућношћу самовредновања као процене постигнутог учинка у интенционалном стварању самозадатог модалитета сопствене (будуће) егзистенције, вредновање се врши и од стране других, тј. заједнице у којој он партиципира.²⁷¹ Будући да више нема обезбеђене вертикалне видљивости такво вредновање се огледа и у степену хоризонталне видљивости, односно имплементацијом нечијег учинка у живот заједнице, при чему се подразумева да је заједница свесна појединца из чијег је деловања такав учинак произашао. Овде подсећамо да само-стварање човека као сопственог пројекта о чему говоре Ортега и Сартр, нужно подразумева пројекцију себе у односу са другима на обострану добробит. Видљивост, дакле, као оно на основу чега у погледу Другог имамо потврду нашег постојања, није већ ту, већ се она мора завредити заузимањем позиције која нас чини видљивима. Конститутивни поглед се из трансценденције премешта на другог човека, а степен видљивости постаје друштвено условљен и подложен критеријуму квантитета.

Опсег видљивости уједно представља и вредносну ратификацију учинка у смислу његовог прихватања од стране актуелних структура моћи које га легитимишу, чиме се последично задобија и општенародна прихваћеност, док је и сам појединац као реализатор таквог учинка препознат и ратификован као заслужан за откривање трансценденцијом непосредованог света кроз своје дело. Он кроз одобравајући поглед других задобија свој индивидуално-друштвени идентитет на основу свог дела које није претходно ограничено већ успостављеним вредносним оквирима деловања. Видљивост тако постаје условљена широким препознавањем дела које произилази из индивидуалног погледа на свет, а с обзиром на ограниченост таквог погледа и његово перспективистичко разликовање од других погледа, прихваћеност дела које уводи делатника у зону видљивости увек је у сфери неизвесности. Уколико до прихваћености дође, тиме појединац постаје видљив

²⁷⁰ Видети: Гројс, Б., *У току*.

²⁷¹ У анализи ратификације учинка индивидуалног деловања степеном хоризонталне видљивости у модерно доба ослањамо се на теоријске увиде из: Копривица, Ч., *Философија ангажовања*; Тејлор, Ч., *Доба секуларизације*; исти, *Болест модерног доба*; исти, *Извори сопства/стварање модерног идентитета*, Академска књига, Нови Сад, 2008; Хајдегер, М., *Шумски путеви*; Берђајев, Н., *Савремена криза културе (крај Ренесансе)*.

чиме задобија потврду за своје дело, односно за себе самог. Видљивост, као потврда идентитета, као јемац нечије присутности у животу и заједници кроз поглед другог накнадно се задобија путем идејно-делатне реализације теоријских и практичних ангажовања.

Другим речима, видљивост се постизала преко културе као одговора на затеченост у свету који се интуитивно препознаје као увек недовољно откривен. Са савременом екранско-медијском протетиком управо то нужно посредовање деловања које реферише на актуелни владајући скуп вредности у постизању видљивости престаје да буде нужно. Тескоба анонимности, тј. *невидљивости*, не мора се превазилазити ангажовањем за неку општу ствар што онда и ономе ко се ангажује потенцијално обезбеђује видљивост, већ се она може отклањати снимањем и дељењем сопствених претходно нерелевантних активности са становишта њихове сврхе. Ситуираност у технолошко медијском окружењу омогућава излазак у зону видљивости без неке претходне легитимације друштвено корисним деловањем. Тако на друштвеним мрежама можемо видети безброј снимака, слика и описа из сфере приватности којима задовољавамо жељу за видљивошћу, при чему је та видљивост мерљива бројем прегледа и коментара. Екрански медији нам на најнепосреднији начин омогућавају да себи стално потврђујемо своју присутност кроз технолошки посредовано искорачивање у зону видљивости, као и да пратимо досег те видљивости. Видљивост и признање у медијском корисништву више не морају бити потврда културног ангажовања које сигнализира да су нечија визија и учинци деловања на трагу те визије препознати од заједнице у којој се партиципира као ваљани и подстицајни за даљи развој, већ се они могу освојити без посредовања таквог ангажовања које би уједно и легитимисали саму видљивост. Уколико неугодност због анонимности посматрамо као подстицајни део културно-конститутивне кризе, која се, између осталог, превазилази видљивошћу као резултатом друштвено-културног ангажовања, криза се у том аспекту растерећује на начин да не захтева културу као мост до видљивости већ се захваљујући технолошко-оперативним предиспозицијама екранских медија може превладати директно, стратешки вештим и према култури индиферентним корисништвом, што и саму културу може учинити излишном.

Савремени модалитет излагања конститутивном погледу, могли бисмо напоследку размотрити у контексту раскорака интенције у оквиру културног принципа и њеног учинка. Овде подсећамо на Хајдегерово гледиште да модерни субјект себе обезбеђује тако што себи представља свет. Како је субјект предуслов, могли бисмо рећи носилац културе, то би значило да и култура зависи од могућности да се свет некако представи као целина или Хајдегеровски речено као слика. Уколико се вратимо на доба развијене модерности од када фрагментирање света онемогућава да се он сагледа као целина, намеће се питање није ли можда и програмирање алгоритама проистекло из принципа културе, на начин да се немогућност човека да интегрише непрегледно мноштво светских димензија препушта алгоритмима којима је то могуће? Другим речима, није ли то израз тежње да се за културу, којој препреку прави расуто мноштво светских партикуларитета, поново створе одговарајући предуслови?

Подсетимо се ипак теоријског упоришта овог рада. То што култура не успева да у потпуности испуни оно чему се тежи уједно је и подстицај за поновно обнављање таквог усмерења. Дијалектика културе почива на принципу сличном дијалектици жеље. Жеља увек мора имати свој предмет, тј. објекат, путем којег се остварује, али својим остварењем жеља престаје да постоји, па је због тога она с једне стране усмерена ка свом предмету односно остварењу, а са друге стране не жели да се оствари, јер се тиме самоукида, тј. „јер је жеља објекат самој себи”.²⁷² Стварајући напредне системе за обраду података из жеље да се створи што функционалнији свет са што мање комуникацијских шума и дискрепанције између индивидуалног и друштвено системског, начелно усмерење културе, можда први пут у историји ствара услове да коначно дође до с једне стране жељеног, а са друге нежељеног циља.

Наиме, с обзиром на срастање човека и медијски посредованог света могло би се приметити да је раскорак између интенције и учинка деловања заснованог на принципу културе, у приличној мери укинут чиме се парадоксално, приближавањем испуњењу фундаменталног циља културе пропорционално умањује могућност њеног обнављања.

²⁷² Лудовикос, Н., *Психоанализа и православна теологија : о жељи, свеобухватности и есхатологији*, Православни богословски факултет, Београд, 2010, стр. 23. Уп.: Делез Ж. и Гатари, Ф., *Анти-Едип : Капитализам и схизофренија*.

ЗАКЉУЧАК

У раду смо настојали да прикажемо однос културе и кризе праћењем историјско-епохалних услова западноевропске цивилизације са главним тежиштем на преиспитивању тог односа у савременом добу екранских медија, односно на разматрању ефеката корисништва екранских медија на однос кризе и културе, што смо, с обзиром на претходно одређење ових двају појмова као међусобно саодређујућих, препознали као кризу у култури у смислу епохалне регресије културе. Као кључни разлог томе истакли смо неопазивост културно конститутивне кризе ефектом екранских медија.

На основу егзегетског пресека историјских епоха, а у циљу анализе утицаја екранских медија на кризу у савременој култури, настојали смо да опишемо историјски лук од предмодерних добâ до савремености, који у својој путањи на пољу анализираних феномена пролази кроз чворишта ситуационо-менталитетског додиривања и раздвајања предмодерног, модерног и савременог доба.

У наставку, крећући се хронолошки од ране модерности до савременог доба по епохалним етапама које мапирамо као важне по питању односа кризе и културе, а у циљу сумарног завршног приказа наше хипотезе, дајемо описе сваке од појединачних етапа са нагласком на релационе промене у односу кризе и културе које се унутар њих догађају.

Кризу у савременој култури препознали смо у односу на рађање хуманистичког субјекта, односно, субјективног погледа на свет, као скуп отворених могућности које животност²⁷³ препознаје као такве, уместо као датости, а које се као конкретне друштвено-историјски детерминисане околности указују појединачној свести у исходу индивидуалног херменеутичко-стваралачког погледа на свет. Сам се човек при томе повратно изграђује из реверзибилно-стваралачког односа према свету. Индивидуалност која се изграђује из таквог односа, настаје у раној модерности када се свет указује свести

²⁷³ Подсећамо да смо појам животност преузели од Зимела. Видети поглавље бр. 2/2.2.

као страни ентитет проблемског карактера искорачујући из поретка заснованог на предмодерној трансценденцији.

С обзиром на реверзибило-стваралачку спрегу човека и света условљену ситуацијом модерног доба, установили смо да оваквој спрези претходи (само)опажање човека и света као „недовршених”, односно међусобно супротстављених ентитета и назвали га опажањем културно конститутивне кризе. Доживљај културно конститутивне кризе додатно смо објаснили као осећај без-завичајности (Кангрга) с обзиром на коју ни суштина човека није унапред супстанцијално дата већ се задобија (Ортега, Сартр) у процесу превладавања супротности себе и света кроз културу. Сходно томе, културу смо хипотетички одредили као процес (само)стварања човека и света чији је основни предуслов опажање културно конститутивне кризе. Водећи се том претпоставком, главни узрок кризе у култури видели смо у неопажану културно конститутивне кризе или другим речима у кризи кризе, што је уједно и основна хипотеза овог рада.

Уз претпоставку да се културом с једне стране тежи превладавању расцепа између човека и света, а да с друге стране култура проистиче из доживљаја таквог расцепа указали смо на дијалектичност културе (Адорно, Зимел) као на њено битно структурално својство. Култура се управља ка превладавању културно конститутивне кризе, док је та криза уједно и њен основни покретачки предуслов (Зимел, Берђајев, Копривица). У том смислу неопажану културно конститутивне кризе може бити условљено управо високим постигнућем културе у приближавању човека и света које се испољава у развијености цивилизацијско-технолошког окружења (Берђајев, Арнолд). Ослањајући се на овај, како то Зимел каже парадокс културе,²⁷⁴ који се угледа у интенцији превладавања кризе која, пропорционално учинку такве интенције, може угрозити и саму културу, а с обзиром на нашу главну хипотезу, први значајни модалитет кризе у култури препознали смо у развијеној модерности. Као основни проблем тадашње ситуације препознали смо диференцијацију и фрагментацију света (Зимел, Ортега и Гасет) која онемогућава да се свет сагледа као тоталитет. Мноштво неинтегрисаних и диференцираних сегмената модерног друштва довели смо у везу са умножавањем ствари путем објективација животности тј. изражавања животности у стварима. Другим речима, умножавање ствари и

²⁷⁴ Видети: Зимел, Г., *Контрапункти културе*.

последична фрагментација света у развијеној модерности могли би се посматрати као учинак културе, с обзиром на то да се култура догађа као превладавање културно конститутивне кризе посредством ствари. Немогућност интеграције фрагментираних, међусобно отуђених специјалистичких области знања, доводи до сужавања перспективе опажања света у њихове оквири, док се сами оквири не преиспитују.²⁷⁵ Овде се неопажане културно конститутивне кризе манифестује као измицање самог оквира посматрања света рефлексiji, односно препознавања себе у оквиру једног дела стварности који се указује као привидна целина. Ова неопазивост оквира у извесном смислу већ подсећа на ситуацију предмодерних добâ која смо означили као доба трансценденције у смислу да се свет опажа из урођености у космички поредак чија се структура не доводи у питање, већ се контемплација и деловање²⁷⁶ спроводе унутар тог поретка који, такође, могли бисмо рећи јесте својеврсни оквир.

Неопазивост оквира једног дела стварности из којег се сагледава свет експанзијом телевизије догађа се као неопазивост телевизијског екрана. Телевизијски екран онемогућава опажање културно конститутивне кризе на начин да редуktivно синтетизује умножену парцијализовану модернистичку стварност, чиме заправо преузима културну синтетичко-интегративну функцију од животности. Како је у развијеној модерности таква функција била знатно отежана с обзиром на мноштво фрагментираних области (које с једне стране не могу бити апсорбоване од стране човека, а са друге, не могу за културу бити ирелевантне), телевизија наизглед растеређује животност од проблема непрегледне стварности на начин да репрезентује њену целовиту слику. У перцепцији телевизијског програма се, међутим, не опажа екран, тј. оквир те слике, не само у дословном смислу већ и као интерпретативни оквир стварности у смислу њеног прилагођавања за телевизијски пренос (Манович, Андерс). У перцепцији телевизијског програма уочили смо основне ефекте екранских медија у чијој је основи супституција погледа на свет погледом на екран

²⁷⁵ Едмунд Хусерл у свом делу *Криза европских наука* пише о разлици између тематизовања одређених предмета и тематизовања себе у свом ставу према тим предметима. „Тематско је оно на шта је човек усмерен. Будан живот значи увек бити на ово или оно усмерен, усмерен као на сврху или средство, као на нешто релевантно, занимљиво или неважно, приватно или јавно, на нешто што свакодневица захтева или нешто што искрсава као ново. То све лежи унутар хоризонта света, међутим, потребни су посебни мотиви да би онај ко је таквим светским животом захваћен свој став преиначио и дошао до тога да њега самог на неки начин узме за тему, да у погледу њега развије трајни интерес.” Хусерл., Е., *Криза европских наука*, Дечје новине, Горњи Милановац, стр. 251.

²⁷⁶ Уп: Августин, свети, *Исповести*; Хујзинга, Ј., *Јесен средњег века*.

који приказивањем улепшане, прерађене стварности генерише прогресивну суспензију осећаја културно конститутивне кризе, пропорционално увећавајући запреку отискивању процеса културе, тј. кризу у култури. Због тога смо телевизију означили, сходно приступу екранским медијима назначеном у уводу као први екрански медиј. Опажање екранске стварности путем телевизијског екрана довели смо у везу са ефектом естетске перцепције (Хартман) у којој се стимулисањем чула путем слике, свет опажа као улепшанији и човеку блискији (Меклуан, Андерс, Флусер, Кастелс) те се и на тај начин отклања опажање културно конститутивне кризе. Нагласили смо да је овај ефекат естетске перцепције својствен не само телевизији већ и интерактивном корисништву екранских медија путем интернета.

Са експанзијом интернета и екранских медија долази до поновне фрагментације опажајних модалитета стварности на начин да се једна крупна перспектива на телевизијски посредовану стварност потискује мноштвом корисничких опажаја стварности посредством екранских уређаја, попут мобилних телефона. С обзиром на интерактивност, интернет наизглед ствара погодно тле за културу тако што, за разлику од телевизије, пружа могућност активног одговарања на стварност уочену посредством екрана у различитим видовима екранског корисништва. У корисништву, међутим, дистрибуција и селекција онлајн садржаја („клик“) бивају тумачени од стране алгоритама, вођеном, како то назива Гројс принципом *уновчиве херменеутике* односно свођења корисника на њихове „есенцијалне“ специфичне потребе. Овакво алгоритамско процесуирање видели смо као компатибилно са савременим императивом задовољства, имплицитно садржаног у дигиталном маркетингу за чије потребе се оно углавном и спроводи.

Тумачење потреба корисника од стране алгоритама резултира алгоритамским аранжирањем корисничког онлајн простора у складу са таквим потребама. Екранска стварност постаје пријемчивија кориснику, не само ефектом естетске перцепције већ и могућношћу одабира жељених садржаја од стране корисника, али и достављеним и препорученим садржајима који се групишу на основу анализе корисничких активности. На тај начин, такође слаби доживљај културно конститутивне кризе, што се испољава и као неуочавање међусобне отуђености корисника урођених у диференциране,

корисничким хипериндивидуализмом формиране перспективе на њима прилагођену екранску стварност.

Указали смо, међутим, и на то да се овакво хипериндивидуалистичко уоквиривање – а с обзиром на то да оно долази од екранских медија, као и на блискост појмова екран и оквир (Даковић, Манович) – могли бисмо рећи оваква екранизација савремене корисничке свести, одиграва у једном ширем оквиру дефинисаном неупитним императивом задовољства, због чега смо га назвали секуларним догматским начелом. Задовољство се, што се такође да уочити у дигиталном маркетингу доводи у везу са успешном социјализацијом, односно модалитетима прилагођавања вредносно нормираним облицима партиципације у друштву који са становишта њиховог смисла остају незахваћени животношћу. Сходно томе се и осећај културно конститутивне кризе потискује споља сугерисаном кризом која се дефинише из тумачења потреба корисника као, у основи, потреба за социјализацијом. На основу претпоставке да се криза данас уочава као доживљај недовољне прилагођености свету који се не преиспитује у аспекту вредности на којима је заснован, извели смо поређење савремене епохалне ситуације са ситуацијом предмодерног раздобља у којој се заокружени космички поредак не перципира као могућност, већ као природна датост, тј. као једини могући свет. Уз претпоставку да се задовољство данас у великом проценту генерише из свести о онлајн видљивости, настојали смо да подржимо хипотезу да се императив задовољства као усвојено секуларно догматско начело често следи на начин довођења себе и других у (неретко и животну) опасност, што се потом приказује на друштвеним мрежама.

Надовезујући се на претходно интерпретиране ефекте екранско-медијске посредованости на кориснике, у завршном поглављу смо изнели начелну опсервацију да је у савременом добу култура, под условом да самостално коришћени појам културе имплицитно подразумева да је реч о људској култури на основу које се и сама људскост диференцира од осталих облика бивствовања, потиснута медијском културом (Келнер).

Појам медијске културе дефинисали смо у контексту обрта позиције субјекта и објекта, где медиј постаје субјект, а корисник објект. Хипотезу да се човек екранским корисништвом објективира извели смо с обзиром на појаву фракталног излагања корисника у онлајн простор (Липовецки и Сероа) и довели је у везу са урођеношћу у

екранску стварност која онемогућава поглед на свет са дистанце што би с обзиром на реверзибилно-стваралачку спрегу човека и света уједно значило и сагледавање себе као јединствене личности која као таква може свету поново прићи. Уместо тога осећај неразвијеног јединства (Зимел) са екранском стварношћу условљава афективно и нерелектовано општење у онлајн простору. Стање неразвијеног јединства (са екранским медијима) уједно суспендује осећај културно конститутивне кризе, те животност која се из таквог осећаја покреће, доводи до нивелације тога шта неко у датом тренутку јесте и шта би могао бити (Ортега, Сартр), што за последицу има партиципацију корисника у мрежном простору у модалитету бивствовања сличном стварима, односно само као оно што тренутно јесу, другим речима као објекти. Објективација човека у медијској култури проистиче из компатибилности нерелектованог фреквентног излагања себе у неинтегрисаним стањима у онлајн простор и њиховој ресурсибилности за алгоритамско прикупљање и тумачење података на основу којих алгоритми (ре)креирају екранску стварност, чиме преузимају улогу (медијског) субјекта.

На основу свега реченог може се закључити да такозвани модерни пројекат, настао из духа европске модерности, који стреми сазнавању и откривању човека и света, неспутан задатим аксиолошко-онтолошким оквирима предмодерних епоха, а у циљу, барем начелно, идеалтипски гледано успостављања што хуманијег света, није успео у свом идејно-делатном замаху. Премда смо настојали да покажемо да је култура иницијално оријентисана ка максимализацији људских рационално-афективних, а могли бисмо рећи и духовно телесних потенцијала, испоставља се да је у том настојању преовладао рационално-инструментални ум²⁷⁷ који у име аксиолошки успостављеног начела прогреса иде далеко испред, платоновски речено, бриге о души. Деловање рационално-инструменталног ума се од модерности све рапидније оваплоћује у технолошки све напреднијем окружењу, заобилазећи рефлексију о користи таквог окружења по вишедимензионалну структуру човека која се не исцрпљује у рационалном аспекту (Зимел, Берђајев, Ортега и Гасет). Штавише такво окружење, мада настало из рационално-инструменталног ума, управо суспендује потенцијал рационалне димензије било на начин да распољује рационално и афективно биће (Паточка, Ортега и Гасет) на начин да се рационалност поставља у функцију високе обучености за оперисање напредним

²⁷⁷ Уп.: Тејлор, Ч., *Болест модерног доба*.

технологијама у сврху успона на социјалној лествици, неинтегришући се са афективном димензијом која остаје неуобличена, или спонтаним нерелевантним медијским корисништвом које често произилази из расутости искуствено-афективних стања. У том смислу се бојазни Чарлса Тејлора због могућих последица модерне културе, условљене модерним индивидуализмом у данашње време показују оправданим. Мада сматра да се са модерним индивидуализмом и из њега проистеклом аутентичношћу стварају услови за богатији и садржајнији живот, Тејлор сматра да он уједно доноси и могућност такве регресије човечанства која се можда и не би могла догодити да нису створени повесни услови за настанак и развој модерне културе:

„Као и друге стране модерног индивидуализма – на пример, она која нас позива да сами грађимо сопствена мишљења уверења – аутентичност нас упућује на један самоодговорнији облик живота. Она нам омогућује да живимо (потенцијално) пунији и диференциранији живот, самим тим што нам тај живот потпуније припада. Постоје и опасности – неке од њих смо већ истражили. Ако им подлегнемо, можемо пасти ниже од ступња на којем смо били да се ова култура никада није ни развила.”²⁷⁸

На самом крају размотрићемо под којим би се условима данас могло говорити о култури схваћеној у контексту рада. У раду смо истакли да је у развијеној модерности култура била суочена са два кључна проблема, а то је с једне стране специјалистичко-елитистичко знање и упућеност у наслеђе високе културе и, с друге стране проблем маса генерално незаинтересованих за културу (Ортега и Гасет). У оба случаја се ради о видовима класно и статусно профилисане социјализације (Ортега, Берђајев) која се разликује од културе у смислу у којем смо је у раду контекстуализовали.

Поред дистракције од контемплације над савременим историјско-светским околностима од стране хипериндивидуалистичко уподобљавајућег корисништва екрана, које би по својој структури можда (а с обзиром на незаинтересованост за само-рефлексију у контексту актуелне друштвено-политичке ситуације, коју замењује пука самопромоција присвајањем популарних животних стилова) одговарало менталитету масе из доба развијене модерности, данас постоји и културно сензибилисано екранско корисништво које настоји да критички употребљава медије у циљу културно сврховитог општења.

²⁷⁸ Исто, стр. 71.

Такво корисништво, међутим, често није склоно преиспитивању екрана као полигона за ту врсту пракси, и односи се према екранским медијима као пуким технолошким средствима за друштвено-културно саопштавање. С обзира на такву неосвешћеност оквира екранских медија, због којих Маклуан наглашава да је медиј порука,²⁷⁹ у оваквом приступу екранском корисништву уочили смо континуитет са модернистичким погледом на свет детерминисаног специјалистичким оквиром, с тим да сада није реч о оквиру једне специјализоване области попут одређене научне дисциплине (Хусерл), већ о технолошко-закономерном оквиру самих екранских медија. Опажање културно конститутивне кризе овде не захвата екранско корисништво као проблематичан вид односа према свету, већ се унутар екранског корисништва у његовим различитим облицима артикулишу медијски посредоване праксе проистекле из заинтересованости за проблем човека у савременим светским околностима који се односи на друштво, културу, економију итд. Културно сензибилисано корисништво заобилази саму околност саопштавања посредством екранских медија, чије последице и ефекти на шта смо у раду указивали, не иду у прилог култури. Урушавање вредности успостављених у модернистичко-просветитељској традицији, на које се често указује у културно сензибилисаном екранском корисништву какве су, на пример, критичко мишљење, дијалог, образовање, солидарност, хуманост, урушавају се, дакле, самим екранским корисништвом. У том смислу превиђање екранског оквира културно сензибилисаног саопштавања могло би се схватити као савремени вид апропријације принципа културе од стране индустријског принципа, тако што култура у екранским медијима постаје ресурс медијске индустрије.

На основу тога могло би се поставити питање није ли управо сама упућеност на корисништво екранских медија, у каквом год виду и са каквом год намером да се оно спроводи, главно извориште проблема који би се могао опазити као савремена културно конститутивна криза, и није ли савремени културни сензибилитет прозван на контемплацију самих закономерности екранских медија, пре него што се екрански медији употребе за културно сврховито деловање?

Вратимо се на крају на могућност представљања света коју смо позивајући се на Хајдегера означили као предуслов културе. Надовезујући се на Хајдегера, Вилем Флусер

²⁷⁹ „For the 'message' of any medium or technology is the change of scale or pace or pattern that it introduces into human affairs”, McLuhan, M., *Understanding media/ The extensions of man*, str. 8.

представљање света као обезбеђивање извесности о сопственом постојању шири са периода модерности на читаву историју човечанства.²⁸⁰ Фундаментални епохални историјски прелази од настанка цивилизације, догађају се онда када један начин представљања света изгуби своју представљачку моћ и замењује се другим представљачким модалитетима. Смена представљачких модалитета догађа се као смена светско-историјске доминације различитих медија. До смене долази онда када један медиј почне да представља самог себе, заклањајући свет. Прво представљање света у древним временима било је, према схватању Флусера, реализовано путем слике, да би онда када се свет изгубио у интерреференцијалности слика, слику заменило писмо помоћу којег се онда и слика може поново представити као она која представља свет.

На основу ових Флусерових увида можемо с обзиром на савремену урођеност човека у екранску стварност поставити питање не суочавамо ли се данас са проблемом представљања самог екрана екранских медија које би нам омогућило дистанцирану стајну тачку погледа на савремени свет. Такав проблем може се уочити на примеру многих онлајн пракси у којима је приметно реферисање медијских феномена на медијске феномене, тј. интерреференцијалност екранских медија, која за последицу има „непробојност” екрана, односно немогућност дотицања екрански непосредоване стварности. Нечије медијско иступање коментарише се унутар медија, понашање на друштвеним мрежама коментарише се унутар друштвених мрежа, мултимедијални формати који критички проговарају о друштвено-политичкој стварности попут компилаторних шаљивих клипова и мимова, реферишу на филмове, серије и видео клипове, о чему је већ било речи у претходним поглављима. Можда је најрадикалнији вид немогућности „пробијања” екрана, производња екранских формата који критички проговарају о онлајн корисништву, а у продукционом су власништву компаније Нетфликс, попут документарног филма *Социјална дилема (The Social Dilemma, 2020)*, па и претходно анализирани епизоде серије *Црно огледало* на пример.

На трагу Хајдегерових и Флусерових теорија о представљању света као предуслову опстанка модерног субјекта, па према томе и културе, може се закључити да је, да би се трансцендирао свет екрана потребно пронаћи нови медиј представљања који не би био

²⁸⁰ Видети: Флусер, В., *Комуникологија*.

умрежен и екрански посредован, како би могао да нам представи, Хусерловски речено, нас саме који гледамо у екран, што се с обзиром на савремене околности показује као тежак изазов. Простор за то можда у одређеној мери постоји у различитим видовима *офлајн* уметничких, предавачких и дебатних активности које би се догађале ван простора мреже, те тако у дистанцираности од екрана, макар привремено омогућавале тренутке „одмрежености” који омогућавају интроспективно сагледавање нас у сопственој ситуацији и евентуално допринеле потреби за индивидуалном саморегулацијом корисничких активности.²⁸¹ Међутим, све остаје на нивоу индивидуалних напора уметнички сензибилисаних појединаца и група склоних естетичкој и спекулативној контемплацији.

Да би се, међутим, дошло до могућности представљања савременог света потребно је да се савремено доба које се што интуитивно, што теоријско-аналитички препознаје као прелазно доба *конфузије*²⁸² проистекло из комплексних, из дана у дан променљивих односа друштвених сила, некако у будућности искристалише и добије разрешење у виду прегледнијег хоризонта унутар којег је могуће опазити носећи свеprisутни принцип. У томе, парадоксално, може бити од помоћи машинско-оперативно свођење света и човека на системски одрживе функционалности, које би онда могле у свом сагледивом склопу бити представљене, па према томе и трансцендиране. Оно што би у таквом свету била отежавајућа околност није могућност да такав свет буде нељудски, већ да парафразирамо Ничеа *људски, сувише људски*,²⁸³ каквим га од телевизије до данас чине екрански медији, што би онда довело до потпуне адекватације људских потреба и могућности њиховог изравног задовољења које тај свет нуди, због чега би опстанак другости човека у односу на свет, као предуслов његове онтолошке диференцираности, тј. саме хуманости био под знаком питања.

Критичко успостављање дистанце у односу на екран било би савремено ситуационо условљено искорачивање из зимеловски речено *неразвијеног јединства* у коме се тренутно налазимо са екраном. У том смислу данас је можда прече доћи до саме слике екрана, него

²⁸¹ У свом тексту *Медији – безумље – забава*, Влатко Илић наводи два занимљива примера уметничке праксе који тематизују битне аспекте живота у екранској стварности. У питању су пројекат Мартина Кипенбергера (Martin Kippenberger) „Метро-нет”, као и фотографија „Порекло рата” француске уметнице Орлан (Orlan). Видети: Илић, В., „Медији – безумље – забава”, стр. 128.

²⁸² Уп. Бадију, А. *Похвала позоришту*, Адреса, Нови Сад, 2014.

²⁸³ Видети: Ниче, Ф., *Људско, сувише људско : књига за слободне духове*, Федон, Београд, 2012.

до слике света, која би у што већој мери предочила суштину корисништва и његових ефеката, како би се само корисништво могло диференцирати као један од специфичних чинилаца савремене друштвене стварности, да би се потом промишљало како да се она сврсисходно интегрише са осталим њеним чиниоцима.

Да би се данас свет поново успоставио као другост, потребно је најпре успоставити екран као другост да би се стварности поново могло прилазити као скупу диференцираног мноштва феномена у које спада и њен екрански вид, како би се они могли поново пропитивати, интегрисати и стваралачки преображавати путем културе.

ЛИТЕРАТУРА

- Арент, Хана. *Шта је филозофија егзистенције?*, Досије студио, Београд, 2019.
- Ayala, Francisco. „Ortega y Gasset, Literary critic”, *Critical Inquiry*, Vol. 1, No. 2, University of Chicago, 1974, str. 395–414.
- Арнолд, Метју. „Култура и анархија”, у: *Студије културе* : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 37–43.
- Auslander, Philip. *Liveness. Performance in a mediatized culture*, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, 2008.
- Андерс, Гинтер. *Застарелост човека*, Нолит, Београд, 1985.
- Андерс, Гинтер. *Свет као фантом и матрица*, Прометеј, Нови Сад, 1996.
- Адорно, Теодор и Хоркхајмер, Макс. „Културна индустрија”, у: *Студије културе* : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 66–99.
- Анг, Иен. „Далас и идеологија масовне културе”, у: *Студије културе* : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 329–338.
- Августин, Аурелије. *Исповести*, Београд, Не & Во; Панчево, Вукер-Book, 2002.
- Берђајев, Николај. *Савремена криза културе (крај Ренесансе)*, Дом, Ниш, 1990.
- Берђајев, Николај. *Царство духа и царство ћесара*, Светови, Нови Сад, 1992.
- Берђајев, Николај. *Судбина човека у савременом свету*, Логос, Београд, 2006.
- Берђајев, Николај. *О човековом ропству и слободи : оглед о персоналистичкој филозофији*, Логос, Београд, 2020.
- Биргер, Питер. *Теорија авангарде*, Народна књига-Алфа, Београд, 1998.
- Бодријар, Жан. *Симулакруми и симулација*, Светови, Нови Сад, 1991.
- Бодријар, Жан. *О завођењу*, Октоих, Подгорица, 1994.
- Бодријар, Жан. *Дух тероризма*, Ахипелаг, Београд, 2007.
- Бодријар, Жан. „Симулакруми и симулација”, у: *Студије културе* : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 469–489.
- Бенјамин, Валтер. „Уметничко дело у веку технолошке репродукције”, у: *Студије културе* : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 100–123.
- Бергсон, Анри. *Стваралачка еволуција*, Алгоритам, Београд, 2016.

- Бенгам, Цереми. *Панаоптикон или надзорна зграда* ; Фуко, М., *Око моћи*, Mediterran Publishing, Нови Сад, 2014.
- Братковић, Јана. *Медији и насиље*, Свеучилиште у Загребу/Хрватски студији, Загреб, 2018.
- Булић, Каменко. „Магијски реализам и реализам и медијски коректизам: Лудило стварности, или, стварност лудила?“, у: *Филозофија медија: Медији и лудило*, Естетичко друштво Србије, Удружење грађана „Млади грашак“ за уметност, културу, медије и друштвена питања, Београд, 2022, стр. 19–44.
- Бадју, Ален. *Похвала позоришту*, Адреса, Нови Сад 2014.
- Бурдије, Пјер. „Класни укуси и животни стилови“, у: *Студије културе* : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 155–177.
- Вуксановић, Дивна. *Филозофија медија*, Чигоја штампа, Београд, 2008.
- Вуксановић, Дивна. *Филозофија медија 2, Онтологија, естетика, критика*, Чигоја штампа, Београд, 2011.
- Вуксановић, Дивна. „Креативност и медији: креативне индустрије као пројект ad absurdum“, *In Medias Res* (on line), часопис филозофије медија, Vol. 1, бр. 1, Центар за филозофију медија и медиолошка истраживања, Загреб, 2016, стр. 1299–1308.
- Вуксановић, Дивна. *Филозофија медија 3*, Чигоја штампа, Београд, 2017.
- Вуксановић, Дивна. „Естетска култура и медијска култура“, у: *Естетска култура* : зборник радова, ур. Драшкић Вићановић, Естетичко друштво, Београд, 2018, стр. 95–107.
- Вуксановић Дивна и Ћаловић, Драган. „Критичке референце: један поглед на индустрију забаве и производњу досаде“, у: Вуксановић, Д., Ћаловић, Д. и Илић, В., *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2021, стр. 157–165.
- Вуксановић Дивна и Илић, Влатко. „Простор – медији – уметност – забава: један поглед на савременост“, у: Вуксановић, Д., Ћаловић, Д. и Илић, В., *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2021, стр. 47–64.
- Вуксановић, Дивна и Илић, Влатко. „Простори – медији – уметност – забава“, у: *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2021, стр. 47–64
- Вуксановић, Дивна. и Илић, Влатко. „Стваралаштво – филозофија – уметност – капитализам“, у: Вуксановић, Д., Ћаловић, Д. и Илић, В., *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2021, стр. 21–34.

- Вуксановић, Дивна. „Медији данас: Да ли је насиље забавно”, у: Вуксановић, Д., Таловић, Д. и Илић, В., *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2021, стр. 131–144.
- Ватимо, Ђани. *Крај модерне*, Братство-јединство, Нови Сад, 1991.
- Вирилио, Пол. *Критични простор*, Уметничко друштво, „Градац”, Чачак, 1997.
- Вирилио, Пол. *Информатичка бомба*, Светови, Нови Сад, 2000.
- Вуковић, Вук. *Друштвени медији и управљање комуникацијама*, Факултет драмских уметности, Цетиње, 2019.
- Вулић, Борис. „Важност опроста на путу покре”, у: *Вјесник Ђаковачко-осјечке надбискупије и Сријемске бискупије*, Ђаково, вељача 2019, стр. 12–19.
- Weber, Frances. „An approach to Ortega's idea of Culture: The concept of literary genre”, *Hispanic riview*, Vol. 32, No. 2, University of Pennsylvania Press, 1964, str. 142–156.
- Groys, Boris. *Under suspicion/A phenomenology of media* (Columbia themes in philosophy, social criticism, and the arts), Columbia University Press, 2012.
- Гројс, Борис. *У току*, Службени гласник, Београд, 2020.
- Гиденс, Ентони. *Последице модерности*, Филип Вишњић, Београд, 1998.
- Грамши, Антонио. „Хегемонија, интелектуалци и држава”, у: *Студије културе*, : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 148–154.
- Gehlen, Arnold. *Man: His Nature and Place in the World*, Columbia University Press, New York, 1988, str. I–XXXVI.
- Даковић, Невена и Миловановић, Александра, „Појмовник ТВ серија”, у: Ескенази, Ж. П., *Телевизијске серије*, Слио, Београд, 2010, стр. 168–172.
- Даковић, Невена. „Филмски и други екрани”, у: *Студије филма и екранских медија : Србија 3.0*, ур. Даковић, Н., Филмски центар Србије, Београд, 2019, стр. 9–38.
- Драшкић Вићановић, Ива. „Принцип хуманизма као темељ естетске културе”, у: *Естетска култура* : зборник радова, ур. Драшкић Вићановић, И. ... и др., Естетичко друштво, Београд, 2018, стр. 55–64.
- Дуда, Дин. „Надзирање значења: што је култура у културним студијама?”, *Реч*, No. 64/10, Фабрика књига. Друштвено ангажовано издаваштво, Београд, децембар 2001, стр. 235–252.
- Декарт, Рене. „Расправа о методи”, у: Вејновић, Д., *Повијест филозофије*, Школска књига, Загреб, 1986, стр. 182–189.
- Дебор, Ги. *Друштво спектакла*, А. Голијанин, Београд 2003.

- Дебор, Ги. *Друштво спектакла*, преузето септембра 2018. http://gerusija.com/downloads/Drustvo_spektakla.pdf
- Делимо, Жан. *Страх на западу : (од XIV до XVIII века) : опседнути град I–II*, Књижевна заједница Новог Сада, Нови Сад, 1987.
- Делез, Жи и Гатари, Феликс. *Анти-Едип : капитализам и схизофренија*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци, 1990.
- Dahlgren, Peter. „A critical review of filter bubbles and a comparison with selective exposure”, *Nordicom Review* 42(1), University of Gothenburg, 2021, str. 15–33.
- Де Серто, Мишел. „Проналазак свакодневног”, у: *Студије културе : зборник*, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 232–246.
- Ђукић, Весна. „Живети без културе – медији и културна политика у Србији”, *Култура*, часопис за теорију и социологију културе и културну политику, бр. 137, Завод за проучавање културног развитка, Београд, 2012, стр. 12–25.
- Ђукић, Богомир. „Декаданција културе, деструкција естетског и естетика”, у: *Естетска култура : зборник радова*, ур. Драшкић Вићановић, И. ... и др., Естетичко друштво, Београд, 2018, стр. 65–78.
- Ђорђевић, Марко, Станојевић, Добривоје, Ђорђевић, Тамара. „Трагедија селфија”, у: *Филозофија медија: медији и усамљеност*, Београд, Естетичко друштво Србије, НВО „Млади грашак” за уметност, културу, медије и друштвена питања, Јагодина, Факултет педагошких наука, 2021, стр. 63–71.
- Ђурић, Милош. *Проблеми филозофије културе*, Књижарница Рајковића и Ђуковића, Београд, 1929.
- Еко, Умберто. *Историја лепоте*, Плато, Београд, 2004.
- Жилсон, Етјен. *Увод у хришћанску филозофију*, Бернар, Богословско друштво Отачник, Београд – Стари Бановци, 2011.
- Зимел, Георг. *Контрапункти културе*, Јесенски и Турк, Загреб, 2001.
- Зимел, Георг. *Филозофија новца*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци, Нови Сад, 2004.
- Илић, Влатко. „Како пишемо уметност”, у: *Филозофска истраживања* 120, 4, Хрватско филозофско друштво, 2010, стр. 635–648.
- Илић, Влатко. *Увод у нову теорију позоришта*, Нолит, Алтера, Београд, 2010.
- Илић, Влатко. „О креативности у времену медија”, *In Medias Res* (on line), часопис филозофије медија, Vol. 1, бр. 1, Центар за филозофију медија и медиолошка истраживања, Загреб, 2016, стр. 1291–1297.

- Илић, Влатко. „Медији – безумље – забава” у: Вуксановић, Д., Ћаловић, Д. и Илић, В., *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2021, стр. 115–129.
- Илић, Влатко. „Дигитални театар: уметност позоришта и индустрија забаве”, у: Вуксановић, Д., Ћаловић, Д. и Илић, В., *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2021, стр. 167–190.
- Иглтон, Тери. „Марксизам и деконструкција”, Бекер, М. (прир.), *Сувремене књижевне теорије*, Свеучилишна наклада Либер, Загреб, 1986, стр. 353–362.
- Јевремовић, Петар. „Хришћанство и култура”, *Источник*, год. 11, бр. 41, Књижевно друштво Писмо, Земун, Сремски Карловци, 2002.
- Јевремовић, Петар. *Тело, фантазам, симбол*, Службени гласник, Београд, 2012.
- Јасперс, Карл. *Духовна ситуација времена*, Књижевна заједница Новог Сада, Нови Сад, 1987.
- Јасперс, Карл. *Филозофија*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци, 1989.
- Јурић, Хрвоје. „Кангина ријеч о завчају”, *Филозофска истраживања* 94–95, Хрватско филозофско друштво, Загреб, 2004, стр. 757–762.
- Лингер, Ернст. *Радник : сазданост и владавина*, Укронија, Логос, Центар за конзервативне студије, Београд, 2011.
- Јанарас, Христо. *Азбучник вере*, Беседа, Нови Сад, 2000.
- Келнер, Даглас. *Медијска култура : студије културе, идентитет и политика између модернизма и постмодернизма*, Слио, Београд, 2004.
- Кастелс, Мануел. *Успон умреженог друштва*, Службени гласник, Београд, 2018.
- Касирер, Ернст. *Филозофија симболичких облика*, Дневник, Нови Сад, 1985.
- Козелек, Рајнхарт. *Критика и криза*, Плато, Београд, 1997.
- Куленовић, Нина. *Концепт културе између индивидуализма и холизма : поглед из просветитељско-контрапросветитељског спора*, Филозофски факултет, Одељење за етнологију и антропологију, Београд, 2021.
- Кон, Жан. *Естетика Комуникације*, Слио, Београд, 2001.
- Китлер, Фридрих. *Оптички медији*, Факултет за медије и комуникације, Београд, 2018.
- Кар, Николас. *Плитко*, Хеликс, Смедерево, 2013.

- Kilgore, William. „Freedom in the perspectivism of Ortega”, *Philosophy and Phenomenological research*, Vol. 32, No. 4, International Phenomenological Society, 1972, str. 500–513.
- Копривица, Часлав, *Философија ангажовања*, Завод за уџбенике, Београд, 2014.
- Clive, Geoffrey. „'Revolt of the Masses' by Jose Ortega y Gasset”, *Daedalus*, Vol. 13, No. 1, Twentieth – Century Classic Revisited, 1974, str. 75–82.
- Livingstone, Leon. „Ortega y Gasset’s Philosophy of art”, *PMLA*, Vol. 67, No. 5, Cambridge University Press, Sep. 1952, str. 609–654.
- Ливис, Френк Рејмонд. „Масовна цивилизација и мањинска култура”, у: *Студије културе : зборник*, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 43–52.
- Липовецки, Жил и Сероа, Жан. *Глобални екран*, Академска књига, Нови Сад, 2011.
- Лудовикос, Николај. *Психоанализа и православна теологија : о жељи, свеобухватности и есхатологији*, Православни богословски факултет, Београд, 2010.
- Лиотар, Жан Франсоа. *Постмодерно стање*, Карпос, Београд, 2020.
- Миловановић, Александра. „Ре: медијација и ре: генерација: #самокажем, прва балканска web серија”, у: *Студије филма и екранских медија : Србија 3.0*, прир. Даковић, Н., Филмски центар Србије, Београд, 2019.
- Мартиноли, Ана. „Конвергенција и дигитализација медија – нове улоге публице и медија”, *Медијски дијалози*, Vol. 4, No. 2, Подгорица, Елит – Економска лабораторија за истраживање транзиције, 2011, стр. 7–22.
- Мартиноли, Ана. „Black Mirror – Дигитални медији и утицај нових технологија на савремено друштво”, *Зборник Факултета драмских уметности* 33, Београд, 2018, стр. 133–146, 141.
- Масс Armstrong, A. „The philosophy of Ortega y Gasset”, *The philosophical quarterly*, Vol. 2, No. 7, Oxford University Press, 1952, str. 124–139, 127.
- Мараш, Срђан. „Естетска култура као еманципована чулна култура у друштвеном медијуму технике и умеетности”, у: *Естетска култура*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2018, стр. 185–199.
- Marion, Jean Luc. *The crossing of the visible*, translated by J.K A. Smith, Standford University Press, Standford – California, 2004.
- Малви, Лора. „Визуелно задовољство и наративни филм”, у: *Студије културе : зборник*, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 387–398.
- Маркузе, Херберт. *Човјек једне димензије*, Веселин Маслеша, Свијетлост, Сарајево, 1989.
- McLuhan, Marshall. *Understanding media/ The extensions of man*, The MIT Press, London and New York, 1994.

- Маршал, Маклуан. *Електронски медији и крај писмености*, Карпос, Лозница, 2012.
- Манович, Лев. *Метамедији*, Центар за савремену уметност, Београд, 2001.
- Manovich, Lev. „The Practice of Everyday (Media) Life”, www.manovich.net, приступљено 17.11.2008.
- Новаковић, Марко. „Култура чулности у добу технократије”, у *Естетска култура : зборник радова*, ур. Драшкић Вићановић, И. ... и др., Естетичко друштво, Београд, 2018, стр. 214–239.
- Ниче, Фридрих. *С оне стране добра и зла; Генеалогичка морала*, Дерета, Београд, 2003.
- Ниче, Фридрих. *Људско, сувише људско*, Федон, Београд, 2012.
- Ortega y Gasset, Jose. *The Dehumanization of art and other essays on art, culture, and literature*, Princeton University press, Princeton, N.J., 1968.
- Ortega y Gasset, Jose. *Meditations on hunting*, Charles Scribners Sons, New York, 1972.
- Ортега и Гасет, Хозе. *Размишљања о техници*, Градац, Чачак, 1996.
- Ортега и Гасет, Хозе. *Побуна маса*, Чачак, Градац, 1998.
- Ортега и Гасет, Хозе. *Посматрач*, Слио, Београд, 1998.
- Ортега и Гасет, Хозе. *Медитације о Кихоту*, Матица српска, Нови Сад, 2000.
- Ортега и Гасет, Хозе. *Што је филозофија?*, Деметра, Загреб, 2004.
- Обрадовић, Огњен. „Медијски посредована погубљења”, у: *Филозофија медија: медији и конфликти*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2020, стр. 99–113.
- Отфрид, Хефе. *Да ли је демократија способна за будућност?*, Академска књига, Нови Сад, 2016.
- Орвел, Џорџ. *1984*, Verzaipress, Београд, 2000.
- Петровић, Сретен. „Козметичко улепшавање света и аутентично стварање”, у: *Естетска култура : зборник радова*, ур. Драшкић Вићановић, И. ... и др., Естетичко друштво, Београд, 2018, стр. 39–54.
- Palfrey, John, Grasser, Urs. *Born Digital: understanding the first generation of digital natives*, Basic books, New York, 2008.
- Плеснер, Хелмут. *Ступњеви органског и човјек*, Веселин Маслеша, Сарајево. 1981.
- Паточка, Јан. *Избор из филозофских списа*, Академска књига, Нови Сад, 2013.

- Piñeiro-Otero, Teresa i Martínez-Rolán, Xabier. „Understanding Digital Marketing – Basics and Actions”, u: *MBA/Theory and application of Business and Management Principles*, Springer, 2016, str. 37–77.
- Pariser, Eli. *The Filter Bubble*, The Penguin Press, New York, 2011.
- Погачар, Мартин. *Археологија медија, микро-архиви и приповедање*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци, Нови Сад, 2018.
- Rihan, Ibrahim. *Digital Marketing: Definition , History, Strategies, Developments, Advantages and Limitaions*, https://www.academia.edu/29461503/Digital_Marketing_Definition_History_Strategies_Developments_Advantages_and_Limitaions, приступљено 16.11.2022.
- Rotha, R., Ajithkumar., P., Natarajanb, G., Achuthanb, K., Moonc, P., Zinzowc, H., Chalil Madathil, K., „A study of adolescents’ and young adults’ TikTok challenge participation in South India”, *Human Factors in Healthcare*, Vol. 1, Elsevier, Amsterdam, December 2021
- Сартр, Жан Пол. „Егзистенцијализам је хуманизам”, у: Вејновић, Н., *Повијест филозофије*, Школска књига, Загреб, 1968.
- Сартр, Жан Пол. *Биће и ништавило*, Нолит, Београд, 1984.
- Савић, Мићо. „М. Хајдегер: Метафизички карактер научно-техничке цивилизације”, у: *Филозофија и друштво* 20, 1, Институт за филозофију и друштвену теорију, Београд, 2009, стр. 107–140.
- Соколов, Владимир Евгеевич. *Култура и личност*, Просвета, Београд, 1976.
- Тејлор, Чарлс. *Болест модерног доба*, Чигоја штампа, Београд, 2002.
- Тејлор, Чарлс. *Извори сопства/стварање модерног идентитета*, Академска књига, Нови Сад, 2008.
- Тејлор, Чарлс *Доба секуларизације*, Службени гласник, Београд, 2011.
- Тилих, Пол. *Теологија културе*, Ех Libris, Ријека ; Synopsis, Сарајево, 2009.
- Таловић, Драган. „Ријалити у доба изгубљене аутентичности”, у: Вуксановић, Д., Таловић, Д. и Илић, В., *Нова критичка теорија: филозофија забаве*, Естетичко друштво Србије, Београд, 2021, стр. 81–93.
- Fischer-Lichte, Erika. *The Routledge Introduction to Theatre and Performance Studies*, Routledge, Oxon, New York, 2014.
- Фулвио, Шуран. „Масмедији, говорници знаствено-технолошког апарата”, *In Medias Res* (on line), часопис филозофије медија, Vol. 3, бр. 4, Центар за филозофију медија и медиолошка истраживања, Загреб, 2014, стр. 442–456, <http://www.centar->

fm.org/inmediasres/images/pdf/4/Fulvio%20Suran%20-%20Masmediji%20-%20glasogovornici%20znanstveno-tehnoloskog%20aparata.pdf

- Флусер, Вилем. *Комуникологија*, Факултет за медије и комуникације, Београд, 2015.
- Фуко, Мишел. *Историја сексуалности 1, Воља за знањем*, Карпос, Лозница, 2006.
- Фуко, Мишел. „Историја сексуалности”, у: *Студије културе* : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 178–154.
- Фуко, Мишел. „Надзирати и кажњавати”, у: *Студије културе* : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 186–231.
- Фиск, Џон. „Популарна дискриминација”, у: *Студије културе, Студије културе* : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 339–346.
- Ferguson, Christopher. J., *Adolescents, Crime, and the Media*, Springer-Verlag, New York, 2013.
- Харавеј, Дона. „Манифест за киборге”, у: *Студије културе* : зборник, прир. Ђорђевић, Ј., Службени гласник, Београд, 2012, стр. 604–640.
- Хојзинга, Јохан. *Јесен средњег века*, Матица српска, Нови Сад, 1974.
- Хартман, Николај. *Естетика*, Дерета, Београд, 2004.
- Хајдегер, Мартин, *Шумски путеви*, Плато, Београд, 2000.
- Хабермас, Јирген и Рацингер, Јозеф. *Дијалектика секуларизације*, Досије, Београд, 2007.
- Харари, Јувал Ноа. *Ното Deus*, Лагуна, Београд, 2015.
- Хусрел, Едмунд. *Криза европских наука*, Дечје новине, Горњи Милановац, 1991.
- Harper, Frederic. *Succes in programming, How to gain recognition, power and influence through personal branding*, Apress, New York, 2015.
- Чејни, Дејвид. *Животни стилови*, Слио, Београд, 2003.
- Џејмсон, Фредерик. *Крај уметности или крај историје*, Art press, Београд, 2015.
- Џалто, Давор. „Неопходне слике: масмедији и царство пролазног”, *In Medias Res* (on line), часопис филозофије медија, Vol. 1, бр. 1, Центар за филозофију медија и медиолошка истраживања, Загреб, 2012, стр. 21–27, <http://www.centar-fm.org/inmediasres/images/pdf/1/Davor%20Dzalto%20-%20Neophodne%20slike-Masmediji%20i%20carstvo%20prolaznog.pdf>
- Шуваковић, Мишко. *Појмовник савремене уметности*, Horetzky, Zagreb, Vlees & Beton, Ghent, 2005.

- Shyam Sundar, Susan. *The Handbook of the Psychology of Communication Technology*, Wiley Blackwell, Chichester, 2017.
- Shin, Un-Chol. „Ortega s Concept of Artist”, *Journal of Aesthetic Education*, Vol. 20, No. 3, University of Illinois Press, Fall 1986, str. 19–29.

Изјава о ауторству

Потписани-а Милан Вучковић _____
 број индекса __2013Д_____

Изјављујем,

да је докторска дисертација / докторски уметнички пројекат под насловом

Утицај екранских медија на кризу у савременој култури – Модернизам и нова медијска парадигма

- резултат сопственог истраживачког / уметничког истраживачког рада,
- да предложена докторска теза / докторски уметнички пројекат у целини ни у деловима није била / био предложена / предложен за добијање било које дипломе према студијским програмима других факултета,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

У Београду, __29.12.2022_____

Потпис докторанда

Милан Вучковић____

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитет уметности у Београду да у Дигитални репозиторијум Универзитета уметности у Београду унесе моју докторску дисертацију/ докторски уметнички пројекат под насловом:

Утицај екранских медија на кризу у савременој култури – Модернизам и нова медијска парадигма_____

која / и је моје ауторско дело.

Дисертацију / докторски уметнички пројекат са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигитални репозиторијум Универзитета уметности у Београду могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство

2. Ауторство - некомерцијално

3. Ауторство – некомерцијално – без прераде

4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима

5. Ауторство – без прераде

6. Ауторство – делити под истим условима

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци, кратак опис лиценци дат је на полеђини листа).

Потпис докторанда

У Београду, __29.12.2022

Милан Вучковић

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторске дисертације / докторског уметничког пројекта

Име и презиме аутора: Милан Вучковић

Број индекса ___2014Д_____

Докторски студијски програм__Научне докторске студије теорије драмских уметности медија и културе_____

Наслов докторске дисертације / докторског уметничког пројекта

___ Утицај екранских медија на кризу у савременој култури – Модернизам и нова медијска парадигма_____

Ментор: др Влатко Илић

Коментор: _____

Потписани Милан Вучковић_____

изјављујем да је штампана верзија моје докторске дисертације / докторског уметничког пројекта истоветна електронској верзији коју сам предао за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета уметности у Београду.**

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука / доктора уметности, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета уметности Београду.

У Београду, ___29.12.2022_____

Потпис докторанда

Милан Вучковић

