

Divna Vuksanović  
FILOZOFIJA MEDIJA 3:  
ONTOLOGIJA, ESTETIKA, KRITIKA

Edicija  
KULTURA \* UMETNOST \* MEDIJI

*Urednica*  
Prof. dr Milena Dragičević Šešić

*Recenzenti*  
Prof. dr Zoran Jevtović  
Prof. dr Predrag Finci  
Prof. dr Lino Veljak

Izdavanje knjige finansijski je pomoglo  
Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije

Divna Vuksanović

FILOZOFIJA MEDIJA 3:  
ONTOLOGIJA, ESTETIKA, KRITIKA



*Čigoja*  
S T A M P A



*Knjigu posvećujem svojim roditeljima,  
koji se u njoj i danas ogledaju:  
Mirjani Mimici Vuksanović i Milentiju Puru Vuksanoviću,  
sa zahvalnošću i ljubavlju...*



## SADRŽAJ

AUTORSKA BELEŠKA .....	9
PERSPEKTIVE FILOZOFIJE: FILOZOFIJA MEDIJA .....	11
FILOZOFIJA MEDIJA VS. „MISLITI MEDIJE” .....	25
MEDIJSKA TEHNOLOGIJA I IMAGINACIJA .....	41
MEDIJI KAO UMETNOST .....	57
PROBLEM JAVNOSTI: PORNOGRAFIJA SAVREMENIH I NOVIH MEDIJA .....	73
KRIZA ŠTAMPE I KONTROVERZNI POJAM POLITIČKE KOREKTNOSTI .....	89
MEDIJSKA GLOBALIZACIJA I KULTURE OTPORA .....	105
FILOZOFIJA MEDIJA I TEORIJA „ELEGANTNOG” UNIVERZUMA: PROSTOR KAO HOLOGRAFSKA PROJEKCIJA SVESTI .....	121
MEDIJSKA KULTURA: ANTROPOMORFIZAM I SUBJEKT – OBJEKT STVARNOST .....	135
BUDUĆNOST MEDIJA: MEDIJI I SMRT .....	149
MIKRO I MAKRO KOSMOS: ČOVEK I SVET U INTERAKCIJI .....	165
ODABRANA BIBLIOGRAFIJA .....	179
NETOGRAFIJA .....	183
KRATKA BIO-BIBLIOGRAFIJA AUTORKE .....	189





---

## AUTORSKA BELEŠKA

Knjiga *Filozofija medija 3* je, kao i prethodna dva rukopisa ovog tromnog izdanja, nastala sabiranjem problemski srodnih tekstova objavljenih u naučnoj periodici i zbornicima radova s naučnih skupova u zemlji i regionu, održanih tokom proteklih nekoliko godina. Iako je jedan broj publikovanih radova sa sličnom tematikom izostao iz ovog izdanja selekcijom autorke, čini se da je predmet preispitivanja dovoljno celovito zahvaćen da pruža odgovarajući uvid u započeta istraživanja u okvirima široke tematske oblasti filozofije medija.

U Beogradu, 14. februara 2017. g.



---

## PERSPEKTIVE FILOZOFIJE: FILOZOFIJA MEDIJA

*Dva filozofa spremaju za skromnu nagradu sve učenike-ce srednjih škola koji imaju da polažu razredne ili privatne ispite. Isto tako spremaju i učenike-ce za prijemni ispit. Časove drže u Trećoj beogr. Gimnaziji i kod učeničkih kuća. Upi-tati u Trećoj beogr. Gimnaziji.*

*Politika, 1906.*

Radikalno postavljeno pitanje, u duhu mišljenja kritičke teorije Teodora Adorna (Adorno) – „Wozu noch Philosophie” („Čemu još filozofija”)<sup>1</sup>, čini se i dalje aktuelnim, ali i bolno otvorenim. Adorno, tim povodom, kaže sledeće: „Onaj tko brani neku stvar koju duh vremena odbacuje kao zastarjelu i nepotrebnu, stavlja sebe u najnepovoljniju poziciju. Njegovi argumenti zvuče pomalo pristrano. Da, ali razmislite samo, kaže on, kao da teži naturiti nešto onima koji to neće.”<sup>2</sup> Insistiranje i istrajavanje

---

1 A koje cinici današnjeg doba obesmišljavaju dodatnim pitanjem: ‘Čemu uopšte pitanje: čemu još filozofija?’. S tim u vezi, vredi, naime, i obratno. Ova (pseudo)upitnost nad pitanjem: ‘Čemu?’ može se tumačiti i kao ona konstatacija koja afirmiše filozofiju posredstvom negiranja pitanja o smislu njenog postojanja, odnosno kao lukavstvo samog filozofskog uma koji čudenjem odgovara na vlastito postojanje.

2 Theodor W. Adorno, „Čemu još filozofija” u: *Čemu još filozofija* (drugo, dopunjeno izdanje), Centar za kulturnu djelatnost Zagreb, Zagreb, 1982, str. 25.

na ovom pitanju, po našem mišljenju, *de facto* znači, ne samo mogući konfliktualni odnos filozofije prema stvarnosti, nego i svojevrsni nastavak preispitivanja njene povesne uloge u kretanju teorije i prakse današnjeg vremena, ali i anticipiranja perspektiva kako povesnog, tako i njenog vlastitog razvoja u budućnosti. U dobu (pre)naglašavanja kraja istorije, duha, i uopšte – metafizike i njenih „naracija”, u eri vladavine kvantne fizike, nano-tehnologija, neurofiziologije, tzv. „transhumanističkih” vrednosti, znanja i veština, što su prevashodno u korelaciji s potrebama neoliberalne tržišne ekonomije, kao i sveta medija, iznova se pokreće pitanje potrebe za filozofijom i njene „koristi” kako za čovekov život, tako i za samu (filozofsku) stvar.

Odgovarajući na slično novinarsko pitanje, postavljeno u intervjuu koji je dnevnom listu *Der Spiegel* svojevremeno dao Karl Levit (Löwith) – „Wozu heute noch Philosophie”, autor je u jednoj rečenici, indirektno doduše, definisao polazište današnje filozofije u odnosu na nauku i tehnologiju, konstatujući da je sam razvoj, odnosno specifični pojam *razvoja* koji se tiče napredovanja nauke i tehnike – ireverzibilan.<sup>3</sup> Prema našim shvatanjima, pitanja nauke, tehnologije i medija s jedne, i filozofskih refleksija s druge strane, nužno se prepliću i aktuelno posreduju. Istina je, zaista, da se razvojni put koji su prešla ova posebna znanja ne može ponoviti, niti pak vratiti. Slično, u knjizi *Wozu Philosophie*, raspravlja se, pre svega, u duhu interpretiranja Hajdegerove (Heidegger) filozofije, ali i negativne metafizike (*Negative Metaphysik*) Teodora Adorna, kao i čitave frankfurtske filozofske škole mišljenja, o jednoj svojevrsnoj političko-tehničkoj revoluciji, koja, između ostalog, i pretpostavlja ovakvo jedno pitanje.<sup>4</sup>

Pišući o principima nove filozofije, a u sporu s Hegelovom (Hegel) idealističkom dijalektikom i njenim „starim režimima”

---

3 Vid. intervju: „Wozu Heute noch Philosophie? Spiegel – Gespräch mit dem Philosophen Karl Loöwith”, na stranici: [www.spiegel.de/spiegel/print/d-45520624.html](http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-45520624.html).

4 Vid. Hans Ebeling, *Wozu Philosophie?: Über das Eine jenseits des Seins*, Königshausen & Neumann, Würzburg, 1998.

mišljenja, Fojerbah (Feuerbach) je, pre skoro vek i po, u svojoj knjizi *Principles of the Philosophy of the Future* (*Principi filozofije budućnosti*), a povodom shvatanja filozofije u antropološkom, kao i u ključu filozofije prirode (fizike), na više mesta apostrofirao čoveka kao „ekskluzivni” predmet nauke, izrekavši, pri tom, sud o budućoj, tj. novoj filozofiji: s jedne strane, ona bi, izučavajući čoveka kao svoj glavni predmet, bila na strani antropologije, a s druge bi padala u domen fiziologije, ocrtavajući time, u isto vreme, obrise jedne „univerzalne nauke” koja je, u Fojerbahovom slučaju, često interpretirana kao materijalizam humanističke provenijencije.<sup>5</sup> Ali, u suprotnosti s očekivanjima ovog autora, danas bismo, verovatno, mogli da konstatujemo sledeće: niti je savremena filozofija oficijelni nosilac titule „kraljice” znanja, niti je pak, kako se čini, čovek u središtu njenih izučavanja. Rečju, filozofiji se u današnjem vremenu može postaviti pitanje – da li ona uopšte predstavlja oblast istraživanja koja pretenduju na univerzalnost „znanja”, i nije li čovek, kao predmet njenih mogućih preispitivanja, gotovo u potpunosti marginalizovan kao „subjekt”, te redukovan na neke od svojih funkcija (intelektualnih, voljnih, radnih, „duhovnih”, itd.), i naposljetku fetišizovan kao, recimo, predmet ispitivanja u oblasti neurolingvistike ili neuromarketinga.

Prvo što se filozofiji imputira u aktuelnom društvenom trenutku, globalno uzevši, i to prvenstveno s kritičkih pozicija koje su definisane izvan nje same, jeste navodna izlišnost ovakve vrste znanja (o čemu piše i Adorno), pošto ono uglavnom nije profitabilno: naime, iako već ustaljena oblast istraživanja i priznata akademska disciplina, filozofija kao da postepeno iščezava ne samo iz sfera obrazovanja i nauke, već i iz svakodnevnog života,<sup>6</sup> bi-

---

5 Ludwig Feuerbach, *Principles of the Philosophy of the Future*, Translated by Manfred Vogel, Hackett Publishing Company, USA, 1986.

6 Primera radi, videti o tome blog nesvršenog studenta filozofije, u tekstu pod nazivom: „Why Philosophy is not important” od 10. VII 2006, koji, zapravo, po našem mišljenju, odgovara današnjim vladajućim mnenjima o filozofiji. Na stranici: [michaelosabe.tripod.com/blog/index.blog?entry\\_id=1518151](http://michaelosabe.tripod.com/blog/index.blog?entry_id=1518151).

vajući potisnuta potrebama za novim saznanjima koja bi, prvenstveno, trebalo da korespondiraju sa zahtevima globalnog tržišta rada i kapitala. A kako filozofija uglavnom nije prepoznata kao onaj „intelektualni kapital”<sup>7</sup> koji posve odgovara potrebama duha vremena, redukovanog, pre svega, na tržišne aspiracije, poduprte globalnim medijima i prepariranom javnošću, to joj institucionalizovano mesto u društvenoj zajednici, generalno gledano, više nije osigurano.

Otuda filozofsko mišljenje sve češće postaje nekakav standardizovani prilog naučnim časopisima, projektni zadatak ili čak laboratorijski eksperiment, na osnovu koga se usavršavaju postojeća ili „lansiraju” nova naučna saznanja, i to neretko u dovršenim paradigmatama koje ne ostavljaju prostor za problematizovanje, odnosno kritičko preispitivanje. Osim kabinetских i tzv. „desk” istraživanja, kao i preglednih radova, „originalni” naučni (filozofski?) članci se neretko svode na isečke iz empirijskih istraživanja, a po uzoru, recimo, na lingvistiku, eksperimentalnu psihologiju ili prirodne nauke. Projekti poput nekadašnje nedovršene *Enciklopedije* iz epohe prosvetiteljstva, na primer, unutar kojih se elaboriraju, ili pak rešavaju ona relevantna, bilo povesna bilo aktuelna filozofska pitanja, gotovo da ne postoje, osim longitudinalno sprovedenih preispitivanja filozofske baštine određene kulturne sredine ili epohe.

S tim u vezi, postavlja se pitanje hiperprodukcije naučnih filozofskih članaka na jednoj, i predstave o umanjenom značaju/učinku filozofije u današnjem vremenu, na drugoj strani. Otuda proi-

---

7 Tezu o prelasku na „intelektualni kapitalizam” i tzv. „imperije uma” lansirao je doktor teorijske fizike i futurista iz Njujorka (City University of New York), profesor Mičio Kaku (Kaku), pokušavajući da, kako tvrdi, kompletira Ajnštajnovu (Einstein) snove, sistematizujući ih u jednu jedinstvenu teoriju multiverzuma („theory of everything”): „We are seeing a gradual shift from commodity capital to a mix of commodity and intellectual capital. And that is going to be the currency of the future.” Vid. delove intervju s Kakuom na stranici: <http://business.inquirer.net/151279/for-futurist-intellectual-capital-is-key>.

stiče i dilema da li je filozofiji potreban marketing, kako bi se što bolje pozicionirala na tržištu znanja, što prethodno pretpostavlja da je znanje definljivo, podložno merkantilnoj razmeni, i da ne predstavlja samo môć, nego i specifičan robni proizvod, tj. „predmet” transakcija što se događaju unutar globalnog tržišta znanja. I mada pitanje relacija tržišta i znanja, odnosno filozofije i njenog aktuelnog, neoliberalnog socio-ekonomskog okruženja, ostaje, bar za sada, nerazrešeno, i, po našem mišljenju, nužno konfliktualno, pretpostavka, odnosno uverenje da će filozofija nadživeti korporativnu ideologiju predstavlja osnovno polazište za naše dalje analize.

Naime, u intervjuu pod naslovom „Filozofija će odoleti korporativizmu”, data je skica koja ide u prilog potkrepljenju teze o potrebi za filozofijom u današnjem vremenu. „Za razliku od većine disciplina koje ubrajamo u društvene nauke – a da podsetimo, sve su one proistekle iz okrilja filozofije – unikatnost filozofije sastoji se upravo u tome što ona kontinuirano ulaže napor u preispitivanje sopstvenih ’vrednosti’ na kojima se temelji, kao i razloga postojanja. Dve su ’dobiti’ iz ovog preispitivanja: prva, da filozofija, konstatujući eventualnu zaparloženost, krizu i vlastitu smrt, otvara prostore za problematizovanje svojih (alternativnih) mogućnosti; a druga, da ovim načinom preispitivanja i kritike svog delovanja filozofija izbegava zastarevanje i perspektivu zalaska, kako u epistemološkom (ontološkom), tako i u estetičkom, etičkom i kritičkom ključu.” I dalje se kaže, a povodom kritičkog mišljenja i položaja filozofije u današnjem vremenu, sledeće: „Status filozofije danas varira od kulture do kulture, represivni režimi i tržišne ekonomije uglavnom ne podržavaju kritičko mišljenje ili ga marginalizuju tako što ga dovode u ravan nebitnih, odnosno neprofitabilnih znanja, dok kulture koje drže do sebe neguju filozofiju, bilo kao akademsku disciplinu, gimnazijski predmet, ili neki od oblika neformalne edukacije... Ovo prevrednovanje filozofije, koje je i unutrašnje, ali i spoljašnje, omogućuje joj dalji rast i razvoj.”<sup>8</sup>

---

8 Tatjana Venčelovski, „Filozofija će odoleti korporativizmu”, intervju s Divnom Vuksanović, Internet portal P.U.L.S.E., na stranici: [www.pulse.rs/filozofija-ce-odoleti-korporativizmu/](http://www.pulse.rs/filozofija-ce-odoleti-korporativizmu/).

I naposljetku, u zaključku koji se ovim povodom ističe, stoji i tvrdnja da će „filozofija odoleti korporativizmu i negativnim tokovima procesa globalizacije, pošto je konstanta 'rada pojma' i duha, pa i upotreba kritike, u svim kulturama i vremenima, zapravo, 'empirijski' potvrđena. Takođe, čak i ukoliko bi filozofija bila proglašena za zastarelu, irelevantnu, izlišnu, odviše subverzivnu, ili čak revolucionarnu aktivnost, i usled toga, oficijelno ukinuta i zabranjena, čini mi se da bi se održala i tako 'nefunkcionalna' i nedovoljno 'vidljiva', kao jedan od poslednjih momenata otpora tiraniji (gluposti), neobrazovanosti i beslovesnom svetu zabave u čijem se središtu najčešće susrećemo s profitom i njegovim derivatima: različitim idolima, narcisoidnom telesnošću i kultom (samo)potrošnje.”<sup>9</sup>

Predrasuda o tome kako je filozofija impotentna u odnosu na tzv. „stvarnost”, time što ne rešava goruća pitanja čovečanstva, nego se uglavnom bavi sopstvenom, najčešće hermetičnom problematikom, filozofiju (iznova) dovodi do momenta iskazivanja potrebe za opravdanjem svog postojanja. Iako je aktuelna filozofija, u izvesnom smislu reči, učinila napor da se pozabavi pitanjima relevantnim za savremenog čoveka, njegovu misao i praksu, posegnuvši bilo za specijalizovanjem znanja u smeru njegove praktične primene (recimo, primenjena etika, politička filozofija, i dr.) ili, pak, usmerenjem ka empiriji i eksperimentu (eksperimentalna estetika, itd.), čini se kao da je izgubila titulu „znanja”, prešavši, kako bi to Niče (Nietzsche) formulisao, u domen vlastite „arhivistike”, ili pak u medijum spektakla, sagledanog u rasponu od „mišljenja na pozornici” Sloterdijk (Sloterdijk), preko tzv. postfilozofije (Nenad Daković), pa sve do njene medijske popularizacije, u slučaju Slavojka Žižeka (Zizek)<sup>10</sup>, na primer.

Naše je mišljenje, međutim, da – iako hegelovski gledano, filozofija dolazi prekasno, to još ne znači da živimo vreme njenog

---

9 Isto.

10 Klipovi na Youtube-u, dugometražni filmovi o kinematografiji i ideologiji, i sl.



(odloženog) kraja, niti pak nekakve spektakularne komemoracije. O živosti unutar sfere i „pojma” filozofije, o različitosti njenih stilova, orijentacija i pravaca razvoja, i uopšte – o šansi filozofije da plodotvorno razvije beskonačnost svojih mogućnosti, pisao je još Niče, aludirajući na veliku usamljenost poslednjeg filozofa, ali i poliperspektivizam koji predstavlja nasleđe njegovih puteva projektovanih u budućnost. S druge strane, vizionarstvo jednog Bloha (Bloch), na primer, njegovo uverenje da utopija ne umire (uprkos mnenjima o kraju utopije), a Nada ostaje princip ka kome se krećemo kao ka svome zavičaju, predstavljaju, između ostalog, nasleđe onog teorijskog optimizma, u koji je, nesumnjivo, ugrađena ideja o promeni, kako filozofije, tako i sveta što je okružuje, pa i samog čoveka. Ovde, pri tom, treba istaći poželjnost revolucionarnog karaktera ovih promena, čiji potencijal u sebi nosi upravo filozofija, kao „svoje vreme u mislima zahvaćeno”, ali i kao ono mišljenje kome naučna ili religijska objašnjenja nisu niti nužna, a ni dovoljna, u svrhu korenite izmene sveta, kako to nagoveštava čuvena Marksova (Marx) 11. teza o Fojerbahu.

Naizgled u suprotnosti s postojećom krizom filozofije i njenim razvojnim mogućnostima, posebno u svrhu usklađivanja sa vladajućim tržišnim tendencijama, te u smeru razvoja intelektualnog, kulturnog ili simboličkog kapitala, stoji činjenica da su mnogi filozofi danas u tolikoj meri uticajni, da spadaju u red lidera-kreatora svetskog javnog mnjenja. U ovu kategoriju filozofâ / mislilaca, kako je poznato, spadaju, po našoj oceni, u prvom redu – Rasel (Russell), Chomski (Chomsky), Bodrijar (Baudrillard), Fuko (Foucault), Fredrik Džejmson (Jameson), Žižek, i drugi, nalazeći se na bizarnim, najčešće novinskim top-listama najeminentnijih mislilaca današnjice, upravo suprotno predviđanjima da će filozofija, kao profesija, odumreti u XXI veku, a usled zahteva tržišta koji su okrenuti produkciji roba i usluga, a ne mišljenja (*sapere aude!*). No, osim delovanja istaknutih pojedinaca u globalnom javnom prostoru, a čije se mišljenje pokazalo vrlo delotvornim u različitim domenima prakse (posebno u politici i medijima masovnih i novih komunikacija), valja istaći i činjenicu

da je u poslednje vreme, kako se čini, filozofija pomerila svoje težište istraživanja sa bazično teorijskih, na praktička pitanja, posebno u domenu etike i politike (karakteristični primeri su bio-etika ili bio-politika), ili pak filozofskog savetovanja (Lu Marinof /Marinoff/), bližeg psihologiji, menadžmentu ili pomodnim trendovima, sintetizovanim u praksama usmerenim na lični rast i razvoj – tzv. *couching*.

Međutim, ono što nas ovde prevashodno interesuje jeste problem odnosa filozofije i medija (sukobi, ukrštanja, kritika, itd.), za koji smatramo da predstavlja jedno od krucijalnih pitanja kako savremenih tokova filozofije, tako i razvoja filozofije u budućnosti. Naime, u današnjem vremenu, mišljenje je moguće posredovati ne samo u mediju pojma i jezika, već i u različitim javnim sferama koje su tehnološki konstruisane, i u kojima se komunikacijski prožimaju pojam, jezik i slika, mišljeni kao *techne*. Takozvani primat „optičkog uma” u našem vremenu, i njegove neo-barokne razvojne strategije,<sup>11</sup> omogućili su drukčije sagledavanje novih oblika „pojavlivanja” mišljenja posredovanog jezikom tehnologije. No, da li je to mišljenje sklono filozofskoj refleksivnosti koja teži istini ili je puki estetski privid, odnosno regres i polje konstruisanja javnih mnjenja, kolektivne imaginacije i mitskih predstava o stvarnosti, jedno je od osnovnih pitanja kojima bi se trebalo pozabaviti kada je reč o filozofiji, kritički preispitivanoj u okvirima tzv. „društva spektakla” (Debor /Debord/).

Otuda se u našem vremenu pojavila i nova filozofska disciplina – filozofija medija, koja je sebe, prema mišljenju nekih teoretičara poput Stepanova (Stepanov), na primer, refleksivno uspostavila, odnosno disciplinarno zasnovala još u proteklom veku, na tragu medijskih istraživanja mislilaca kao što su Benjamin (Benjamin), Anders (Anders), Makluan (McLuhan), Fluser (Flusser) i drugi. Kako tvrdi Stepanov – odgovarajući na pitanje

---

11 Opširnije o tome vid. u: Divna Vuksanović, *Barokni duh u savremenoj filozofiji: Benjamin – Adorno – Bloh*, Institut za filozofiju Filozofskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2001.

šta je, zapravo, filozofija medija ili „Medienphilosophie” – ona je, istorijski gledano, „kontinentalni produkt” filozofije nemačkog govornog područja kasnih 80-ih godina prošlog veka, potekla iz oblasti literarne kritike s jedne, i teorija o „slikovnim” ili „ikoničkim obrtima” (*pictorial / iconic turn*), kao i odnosa teksta i slike (*image*), na drugoj strani.<sup>12</sup> Nadalje, po shvatanju Stepanova, filozofija medija je svoju ekspanziju doživela u narednom, XXI veku, objavljivanjem najpre Hartmanove (Hartmann) *Medienphilosophie* (koja se prevashodno bavila uticajima medija na filozofiju), a potom i drugih mislilaca, delujućih u novoj istraživačkoj oblasti na nemačkom govornom području. Pored toga, na engleskom govornom području, kao najuticajnijiu studiju u ovoj oblasti filozofsko-medijskih istraživanja, Stepanov ističe rad Marka Hansena (Hansen), koji, inspirisan delima Bergsona (Bergson), Deleza (Deleuze) i Gatarija (Guattari), problematizuje međudnose ljudskog organizma i digitalnih medija, i to u delu pod nazivom *New Philosophy for New Media (Nova filozofija za nove medije)*.<sup>13</sup>

Ovaj kroki razvoja filozofije medija kao nove orijentacije, škole mišljenja, pravca ili discipline u svetu i u nas, istina, ne govori toliko o potrebi koja je nastala i razvila se iz same filozofije, koliko o nužnosti da se filozofija *ovde* i *sada* pozabavi fenomenima medija i novih komunikacionih tehnologija, usled njihove nagle ekspanzije, kao i sve većeg upliva kako na domen mišljenja, emocija i delanja, tako i na svakodnevni život čoveka. Uzajamni uticaji medija na mišljenje i mišljenja na medije, zahtevaju uistinu jedan viši nivo refleksije, i onu kritičku distancu koja bi omogućila otvaranje čitavog jednog interpretativnog polja za preispitivanje njihovih manifestacija i relacija, odnosno najrazličitijih posredovanja. Ovo je posebno naglašeno ako se imaju u vidu ona tumačenja „duha vremena” koja ga definišu i razumeju

---

12 Vid. Dr. Mikhail Stepanov, „What is pragmatic media philosophy in philosophy of media?”, na straiici: [www.nordprag.org/papers/epc1/Stepanov.pdf](http://www.nordprag.org/papers/epc1/Stepanov.pdf).

13 Isto.

kao epohu post- ili transhumanizma, a u kojoj nove tehnologije i medijske kulture preuzimaju vodeću ulogu u koncipiranju, ali i strukturiranju sadašnjosti i budućnosti.

Osim navedenih razloga, savremena filozofija bi valjalo da, u svoj korpus preispitivanja, uključi filozofiju medija i stoga što mediji danas postaju, kako izgleda, osnovna poluga u kreiranju *common sense*-a,<sup>14</sup> odnosno, po našem uverenju, „centralni teren” borbe za interpretaciju stvarnosti, o čemu, između ostalog, piše Daglas Kelner (Kellner) u uvodnim poglavljima svoje *Medijske kulture*.<sup>15</sup> Naime, pored nauke (zajedno sa tehnologijom) i religije, koje su često bile u sporu sa filozofijom s obzirom na pretenziju prioritarnog, odnosno dominantnog „pogleda na svet”, u današnjem vremenu, mediji, slično, postaju sinonim za opštu svest (i nesvesno), odnosno za vladajuću sliku sveta. Otuda je poznavanje medija, kao i uspostavljanje refleksivno-kritičkog odnosa prema njima, po našem mišljenju, nezaobilazno pitanje savremene filozofije.

U tekstu pod nazivom: „Media Philosophy and Media Education in the Internet Age” („Filozofija medija i obrazovanje za medije u dobu Interneta”),<sup>16</sup> autor članka izražava zabrinutost u pogledu osporavanja samog sadržaja jedne „medijske teorije” (*media theory*) koja se često u praksi konfrontira sa retoričkim pitanjem kakvog to posla filozofija može da ima sa stvarima medija (*what philosophy has to do with media*). Tim povodom, on smatra da je ovo prvorazredno filozofsko pitanje, kao što su to pitanja jezika ili nauke, na primer. Problem koji on vidi u prihvatanju jedne nove struje, orijentacije, škole mišljenja ili filozofske discipline kakva je *filozofija medija*, jeste, kako se u tekstualnom prilogu na-

---

14 Danas postoje i tzv. *Common Sense Media*, koji upravo podcrtavaju ovu funkciju medija, delujući na Internetu (u formi bloga), kao i na društvenim mrežama i platformama, kao što su Youtube, Twitter, i sl. Vid., npr., na stranici: [www.common-sense-media.org](http://www.common-sense-media.org).

15 Daglas Kelner, *Medijska kultura*, Clio, Beograd, 2004.

16 Mike Sandbothe, „Media Philosophy and Media Education in the Internet Age”, vid. na stranici: [www.sandbothe.net/260.html](http://www.sandbothe.net/260.html).

vodi, iritabilnost i sumnja izražena zbog upotrebe „neologizma”, bilo da je reč o „filozofskoj teoriji medija” (*philosophical media theory*) ili o „filozofiji medija” (*media philosophy*), a koju nastoji da razveje u svom članku, dajući argumente u prilog postojanja i značaja jedne sveobuhvatne filozofske teorije kakva je filozofija medija.

Izvesno je, međutim, da pitanje fundiranja filozofije medija, ili jedne filozofski zasnovane teorije medija, nije samo terminološke prirode – njeno opravdanje ne treba da se oslanja, kako rekospo, isključivo na spoljašnje razloge – a u smislu reakcije na glavni prigovor o zastarelosti filozofije, ili, drukčije rečeno, njene izlišnosti u vremenu dominacije Interneta, multimedije, društvenih mreža, i tome slično. Naime, ukoliko bi se obistinila predviđanja futurologa poput Kakua – koga smo pomenuli na početku teksta – o tome da će Internet umrežavanje biti zamenjeno umnim, i to bez posrednika kao što je Web, tj. da za njega neće više biti potrebni ekrani i intefejs, što bi, posledično, omogućilo egzistiranje i nakon fizičke smrti osobe, onda pitanja filozofije medija treba da pokrenu preispitivanja i kritiku i u odnosu na ovakve mogućnosti medijacije, a koje počivaju na nekritički uvedenoj sprezi medija sa naukom i tehnologijom. S futurološkog stanovišta gledano, tj. iz tehnološki projektovane budućnosti transhumanističke provenijencije, pitanje filozofije medija može biti sagledano i iz tzv. postmedijske perspektive, kao njeno realizovanje kroz fakt ukidanja. Ali, to nam ovde, bez sumnje, nije osnovna namera.

Tragajući za pitanjem smisla filozofije u našem vremenu – otvorenim na početku teksta – a povezanim s iskustvom kraha prosvetiteljstva i realizovanja tamnih momenata dijalektičkog kretanja povesti kroz globalne ratove, finansijske krize, represiju, teror i terorizam, i dalje zapitani nad mogućnošću ne samo pisanja poezije nakon Aušvica, već i (filozofskog) mišljenja koje se danas, u sve većoj meri, može tretirati kao „incident”, a ne, recimo, podsticaj na kritiku i promenu, zaustavićemo se kod njegove radikalizacije, koja na sebi svojstveni način utire put ka konstituisanju filozofije medija; i to na temelju lingvističkih istraživanja

jednog Makluana, na primer, kao i kritike sistemskog delovanja savremenih medija komuniciranja, upućene od strane interdisciplinarno orijentisanih mislilaca frankfurtske filozofske „škole”.

Jer i „pitanje” – ‘čemu filozofija ako nije filozofija medija’ želi postati retoričkim pitanjem”.<sup>17</sup> Zašto? Pretpostavimo zbog toga, što pojedini savremeni filozofi – a njih je, u poslednje vreme, sve više – imaju potrebu da filozofiju kritički preispitaju i legitimišu kroz njeno posredovanje s medijima. Pomenutim pitanjem, koje pretenduje na retoričnost u bliskoj budućnosti – artikuliše se, naime, svojevrsni nagovor na filozofiju medija, bilo da je reč o ontologiji, etici, esteticu, ili sveobuhvatnom razumevanju, problematizovanju i kritici medija. Nastavljajući u sličnom tonu, Sead Alić ocrtava i područje preispitivanja filozofije medija: „Ono se naslanja na tekstove o upitnosti pozicije filozofije danas, a sugeriira odgovor koji leži u području (samo)propitivanja medijacijske dimenzije kako filozofije same, tako i općenite medijacijske dimenzije čovjeka i drugobivstva.”<sup>18</sup> A kao razloge za slabljenje pozicija koje je filozofija imala u ranijim vremenima, isti autor navodi i sledeće: „Izostajanje univerzalne filozofske kritičke misli u procesu izgradnje i realizacije novih umreženih kanala komunikacije rezultiralo je gubljenjem relevantnosti filozofijskoga govora.”<sup>19</sup> Dok u nastavku kaže: „Filozofija, dakle, ne može našim životima ponuditi niti nešto teorijski, niti praktički relevantno.”<sup>20</sup> Zapravo, mi ovaj stav ne razumemo kao onaj koji je nužno isključiv u odnosu na moguće pravce razvoja filozofije koja nije filozofija medija, već više kao prigovor upućen savremenoj nauci, kao i različitim derivatima tradicionalnih i novih religija, što onda otvara put za kritičko utemeljenje i razvoj filozofije medija kao filozofije, a ne nekakvih uopštenih teorijskih interpretacija medija

---

17 Sead Alić, „Čemu filozofija ako nije filozofija medija”, u: *Kultura*, časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku br. 133, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka Srbije, Beograd, 2011, str. 30.

18 Isto.

19 Isto, str. 28.

20 Isto, str. 29.

koje nemaju filozofsko utemeljenje (studije medija, sociologija i psihologija medija, menadžment medija, i tsl.).

Naš zaključak je, tim povodom, sledeći. Civilizacijski rast i razvoj u sebe uključuje kako napredak (naučnog) saznanja, tako i ekspanziju tehnologija koje ovakav vid znanja podržavaju i delom omogućavaju. Slično je i sa komunikacionim i medijskim tehnologijama, koje su bitna poluga razvoja globalnog tržišta, posebno na simboličkom planu. Mediji su danas, zapravo, pored tržišta, glavni nosilac interakcije s čovekom. Zbog toga je veoma značajno za savremenog čoveka/ženu da prozre i demistifikuje delovanje medija, poznajući njihovu strukturu, mehanizme delovanja i sferu uticaja. Tzv. „medijska pismenost” ili „obrazovanje za medije” na kojima se u poslednje vreme insistira, ukoliko u sebi ne sadrže filozofsku komponentu kao svoju osnovu i krajnju sintezu, svode se na onu edukaciju kojoj bitno nedostaje problemsko-refleksivna dimenzija – čime manifestuju suštinski nedostatak – kritičnost, pa samim tim i nedelotvornost u pogledu bilo potencijalne ili realne promene sveta koji nas okružuje. Poznavanje, razumevanje i kritički odnos prema medijima, što bi valjalo da, kao polazišne vrednosti, zastupa filozofija medija, omogućile bi ne samo novo preispitivanje relacije čoveka/žene i njegovog/njenog sveta, već i filozofije i njenih svekolikih razvojnih mogućnosti.





---

## FILOZOFIJA MEDIJA VS. „MISLITI MEDIJE”

*Iako je ova Istina (...) o kojoj ja govorim većito važeća, pokazuju se ljudi nesposobni da je shvate – i pre nego što za nju čuju, i kad je jednom čuju.*

*Jer iako se sve dešava po toj Istini, liče oni na neiskusne kad se okušaju u rečima i delima.*

*A ja te reči i dela izlažem rastavljajući svako od njih prema njegovom postanku i pokazujući njegovu suštinu.<sup>1</sup>*

Pitanje kojim ćemo se ovde baviti tiče se mogućnosti zasnivanja filozofije medija izvan uobičajenog konteksta tematizovanja medijske teorije i prakse, karakteristične za kraj XX i početak XXI veka. Posmatrati, promišljati, analizovati, interpretirati i kritički delovati preko ili unutar vrlo dinamične, dijalektične i polidimenzionalne medijske sfere, toliko tipične za naše doba, još ne znači da se krećemo u području interesovanja filozofije koja za svoj predmet uzima medije, ma kako ih u ovom času poimali, definisali, upotrebljavali, odnosno tumačili i razumevali. A kako i sam potencijalni predmet izučavanja, sa svoje strane, jeste određujući za metod mišljenja, to mediji, kao specifično dimenzionirani predmet promišljanja, bitno mogu da utiču na „filozofski”

---

1 Heraklit, *Fragmenti*, Grafos, Beograd, 1981, str. 39.

pristup „vlastitoj” stvari. Vredi, međutim, i obratno: kao što svako mišljenje nije, u isto vreme i filozofsko mišljenje, tako ni bilo koje metodično reflektovanje ukupne medijske sfere ili njenih fenomena ne spada nužno u domen filozofske misaone prakse, kritike, ili pak filozofskih pokušaja sintetizovanja znanja.

Za polaznu tezu posebno je ilustrativno to što se u današnje vreme teorijska istraživanja medija u velikoj meri okreću empirijskim datama prikupljenim u ovoj oblasti, baveći se, između ostalog, analizama medijskih sadržaja, istraživanjem publike, njenih doživljaja, navika i potreba, načinima upravljanja, generisanja i modelovanja komunikacija, odnosom prema medijskoj regulativi, i slično – što rečito govori u prilog tome da savremene teorije medija u načelu nastoje da opišu (i naučno objasne) aktuelne medijske fenomene, ne istražujući, pri tom, pozadinski plan „ontologije” medija (i njoj odgovarajuće „fenomenologije”), koja je bitno određujuća za najrazličitije medijske teorije i prakse našeg doba. Iako je nesporno da je empirijski pristup medijskoj tematici, sa stanovišta filozofije medija, sasvim opravdan i svrsishodan, u slučaju većine istraživanja ove vrste, reč je ipak o nereflektovanom metodu preispitivanja, koji se često redukuje na svoju vulgarnopozitivističku varijantu, što zasigurno ne bi moglo da se svrsta u filozofsko odnošenje prema medijima kao posebnom predmetu istraživanja. Tek sporadični pokušaji savremenog filozofskog pristupa medijima, što su se kretali u rasponu od ontologije radija i televizije Gintera Andersa preko Bodrijarove fenomenologije zavođenja, pa sve do ontologije kao imagologije Tejlora (Taylor) i Sarinena (Saarinen), demonstriraju koliki bi, zapravo, značaj ova dimenzija filozofije medija mogla da ima za čitavu savremenu kulturu i teorije novog doba.

Nadalje, i opredeljenje za medijsku kritiku se, takođe, događa uglavnom na tragu analiza medijskih sadržaja etičke, odnosno problematike vrednosnih parametara i kodeksâ, te manje ili više uspešno sprovedene estetske „kodifikacije” domena simboličke razmene znakova unutar medijske sfere i interaktivnih komunikacija, što medijsku kritiku, mišljenu kao ontologiju, potiskuje

kao manje značajan momenat istraživanja, u odnosu na sve prethodno pobrojano. O kritici medija, sagledano u kontekstu socijalnih zbivanja, s druge strane, govori se najviše u političkom žargonu delovanja medija (najčešće masovnih komunikacija), i to kako lokalno, tako i globalno uzevši (pitanja manjinskih socijalnih, etničkih, religijskih grupa, rodna problematika, i dr.), dok se istraživačka tendencija radikalne kritike kulturne industrije, na primer, a koju je svojevremeno dosledno zastupala frankfurtska filozofska škola mišljenja, danas sve više utapa u opšte teorijsko konformiranje, vidljivo čak i unutar tzv. „studija kulture i medija”, proisteklih upravo na temelju kritičke teorije društva, uobličene od strane filozofa i interdisciplinarno orijentisanih mislilaca okupljenih oko nekadašnjeg Instituta za socijalna istraživanja u Frankfurtu.

Sve ovo, kao i narastajuća potreba za fundamentalnijim i kritički delotvornijim, odnosno kompleksnijim promišljanjem sveta medija u pogledu njegovog nastanka, uloge i značaja, razvojnih perspektiva, kao i svih ostalih, tradicionalnih filozofskih pitanja, problema i stavova, koji se mogu dovesti u vezu sa sadržajima i opsegom „medijske kulture”, vodi do ideje o koncipiranju jedne sveobuhvatne filozofske teorije (s interdisciplinarnim predznakom), koja bi naporedo sa preispitivanjem svojih principa i metoda mišljenja, ispitivala i tokove kretanja medijske kulture, kao onog kompleksa fenomena današnjice koji je dominantna kretanja procesa što se događaju unutar sfere globalnih socijalnih odnosa. Interesantno je da ova „potreba” za utemeljenjem savremene filozofije medija koincidira sa pojavom tzv. novih, digitalnih, interaktivnih i socijalnih medija, pošto se, navodno, pokazalo da „stare” teorije filozofije i kulture ne mogu biti mehanički (nekritički) primenjivane na predmetu koji je posve nov i tek u nastajanju, odnosno u okruženju brzih i intenzivnih promena.

Stoga ćemo ovde, makar u nacrtu, pokušati da trasiramo putanju mogućeg kretanja i kritičkog prožimanja filozofske paradigme s jedne, i različitih teorijskih refleksija o medijima, s druge strane, nastojeći da ukažemo na specifičnu razliku, ali i moguću

saradnju između njih. Jer, savremena mnjenja o medijima, bilo da su ona konzumentskog/korisničkog ili naučnog karaktera, ne dosežu, kako izgleda, do onih (prvih) pitanja koja predstavljaju polazne pretpostavke za mišljenje o medijima kao takvim (ontologija), niti pak u dovoljnoj meri sagledavaju njihovu kompleksnu poziciju u današnjem (globalnom) socijalnom okruženju (kritička teorija medija). Zalaganje za sistemsko izučavanje teorijskih pretpostavki o medijima – što ne isključuje fragmentarizovanu poziciju kritike, shvaćene u smislu negativno-dijalektičkog momenta misaonih kretanja u ovoj sferi<sup>2</sup> – trebalo bi da posluži kao nagovor na filozofiju medija, tj. plediranje za onu teoriju koja bi na kritički način progovorila o svom poreklu, sadržaju i metodama fundiranja, te o spekulativnom istorijatu i praksi vlastitog delovanja.

Ideja o razgraničenju polja delovanja tzv. „teorije medija”, studija medija, sociologije, psihologije i ekologije medija, medijskog menadžmenta, i drugih srodnih disciplina, a u odnosu na filozofiju medija, kao disciplinu u zasnivanju, značajna je ne samo zbog njenog aktuelnog apstrahovanja, te uvođenja nove oblasti izučavanja u korpus najrazličitijih teorijskih „znanja” (i veština) o medijima, već zbog toga što ova „karika” bitno nedostaje savremenoj edukaciji u oblasti medija, a to se, potom, vidno reperkutuje i na područje medijske prakse. Tako bi se, s pravom, o medijima danas moglo reći: kakva je teorija, takva je i praksa, jer bez pokušaja utemeljenja medija i prizora koji iz njih potiču u oblasti filozofskih znanja, teško se može išta praktično učiniti u domenu (sistemskog) delovanja ove sfere. Čak i ukoliko bi prak-

---

2 Iako je kritika medija sporadično prisutna na opštoj teorijskoj sceni, ona se još nije konstituisala kao filozofska disciplina – namenjena svima ili nikome, unapred je sebe (ironično) proglasila „glupom” i marginalnom, istrajavajući na kritičkom otklonu prema *mainstream* mišljenjima, vrednosno inkorporiranim u savremene teorije i interpretativne orijentacije mišljenja o medijima. Vid. *Internet Directory for Dummies, A Reference for the Rest of Us!*, by Brad Hill, IDG Books Worldwide, An International Data Group Company, Foster City, Chicago IL, Indianapolis, IN, Southlake, TX, 1997.

sa bila prva, tj. prethodeća u odnosu na teorijska objašnjenja i razumevanja njenih mnogobrojnih aktivnosti, bez odgovarajućeg filozofskog utemeljenja i kritike, ova praksa bi bila slepa, što je, kako izgleda, najčešći slučaj s medijima u našem vremenu.

Istorijat uzajamnog definisanja odnosa između filozofije i medij(um)a<sup>3</sup> je, kako se čini, stariji nego što se to obično misli. Još u antičko doba, naime, u sam osvit filozofije, prva pitanja o pra-počelima (*arhe*), doticala su se i svojevrsnih preispitivanja koja su bila, najopštije gledano, realizovana u oblasti izučavanja „medija”, to jest – bila su „medijske” prirode. Istražiti šta je prvo i šta jeste, za pre-sokratovce je značilo, između ostalog, i baviti se prvobitnom neposrednošću koja nas (potencijalno i realno) posreduje, bilo da je reč o vodi, vazduhu, vatri ili o pojmu/ideji beskonačnosti. Pri tom, ranim shvatanjima „arhe” nisu odgovarali puki elementi, „tehničkim” putem absorbovani iz nekakve prethodeće sinteze, nego je ovaj pojam trebalo da predstavlja samu tu sintezu, koja, nadalje, omogućuje misaone refleksije i sve komplikovanije procese pojmovnog, kao i svakog drugog mogućeg posredovanja, pa samim tim i odgovarajuće prakse, koja proističe iz prvobitnog „medijuma” posredovanja.

U ovom smislu reči, „arhe” je bilo nemoguće „locirati” i empirijskim putem zahvatiti, već je tu *uvek već* bilo govora o nekakvoj preiskustvenoj, apriornoj sintezi, po kojoj je sve ostalo bivalo, i na osnovu nje i iz nje proishodilo. Kosmos je, nastavši na osnovu ovog pra-počela (kao pretpostavke i pra-uzroka svih zbivanja), predstavljao onaj prvobitni (kreativni) medijum, koji je funkcionisao kao „sredina” za sva aktuelna i buduća posredovanja – kako prirode, tako i same spekulacije. Valja naglasiti da je „subjekt” („medijator”) ovog posredovanja tada bio smeštan izvan dosega čovekovih moći, i da su ga presokratovci videli isključivo kao „kosmičko” načelo. Zbivanja po ovom pra-načelu, starogrčki mislioci su doživlja-

---

3 Latinski termin *medius* (pl. *media*), iz koga potiče kasnija pojmovna distinkcija: „medium” – „medij”, karakteristična za savremeno doba, prvobitno je označavao „sredinu”, „nešto između”, poput vazduha, na primer, što omogućava, odnosno „posreduje” komunikaciju.

vali kao pravilna, zakonita i večita, tako da se na osnovu toga može pretpostaviti da su se i procesi medijacije (posredovanja) zbivali shodno prvobitnom poretku i pravilnostima.

Dakle, ovde je, prema našem mišljenju, reč o uspostavljanju pretpostavki za svako posredovanje (medijaciju), pri čemu se kao prvi medijum (počelo i njegovi razvojni potencijali) javlja „arhe”, dok je sve ostalo rekonstruisanje, te ono aposteriorno posredovanje, koje se nužno (a često i nekritički) udaljava od prvog pitanja o svom poreklu. Iz ovoga se može izvući *ad hoc* zaključak da izvorište same filozofije, kao i medij(um)a kao takvih, počiva u našem odnosu prema „arhe”, te je u tom smislu reči, pitanje filozofije, kao i pitanje medij(um)a, uvek otvoreno i aktuelno. Uz to, kako izgleda, i filozofija, shvaćena u najširem značenju pojma, kao i različite medijske prakse, ne mogu se misliti bez uporišta u prvim načelima, tako da je, u oba ova slučaja, ontologija polazište za svaku moguću refleksiju o pomenutim pitanjima. Tematizovanje medija je, otuda, i stvar filozofije, kao što je i jedan od najznačajnijih problema savremene filozofije – medijska problematika.

Zaborav relevantnih ontoloških pitanja može se dovesti u vezu sa tzv. „dromološkim” perspektivama čitanja i poimanja realnosti savremenog doba, o čemu je poslednjih decenija intenzivno pisao Virilio (Virilio), i u vezi s tim – o gubitku supstance i svojevrstnoj aktuelizaciji estetike nestajanja, na čije je mesto stupila racionalna logika profita, u velikom stepenu zamagljena ekspanzijom tzv. novih tehnologija. Analogija sa kosmološkim pristupom presokratovaca sferi „medija” i medijatizacije, sagledana u interpretativnom kontekstu „dromologije”, više je nego očigledna, zahvaljujući polaznoj ideji širenja savremenog medijskog prostora na račun „prirodnog” ambijenta, kao što se to nekada pripisivalo supstanciji ili njenim elementima – vazduhu i vodi.<sup>4</sup> S druge strane, supstitucija

---

4 „Alongside air pollution, water pollution and the like, there exists an unnoticed phenomenon of the world’s dimensions that I propose to call **dromospheric** – from *dromos*: a race, running.” Paul Virilio, „The Perspective of Real Time”, u: *Open Sky*, Translated by Julie Rose, Verso, London – New York, 2008, str. 22.

tradicionalnih ontoloških (i estetičkih) kategorija prostora i vremena podvrnutih fenomenu nestajanja, putem predikata vezanih za tzv. „dromosferu”, prema Virilioovom shvatanju, obelodanjuje još jednu terminološko-pojmovnu zamenu, transponovanu na plan društvenih odnosa. Naime, pozivajući se na poetska mnenja o kraju istorije, on sugerise, u duhu vlastitih teorijskih elaboracija o brzini (*speed*), a u pogledu detekcije sadašnjeg okruženja i njegove „autentične” fenomenologije, koncipiranje „javne dromologije” (*public dromology*), koja bi igrala ulogu nekadašnje sociologije, preispitujući zbivanja u javnom životu (prostoru) savremenog čoveka.<sup>5</sup>

Sasvim je druga stvar to što danas, u doba sveopšte fetišizacije, a samim tim i marginalizacije mišljenja i pojma, tehnički oblici medijacije preuzimaju primat u odnosu na misaone, spekulativne i/ili kritičke umne aktivnosti. Tehnologija, kao vodeća sila današnjice, u sprezi s ekonomijom i – sve češće – s tzv. „kreativnošću”, diktira zakonitosti sveopšteg medijskog kretanja i posredovanja. Ovde, međutim, nije reč o tehničkom progresu i mišljenju nade, kao faktoru „socijalizacije” tehnike, već o otuđenim oblicima nerefleksivne svesti koja dejstvuje u svom postvarenom obliku. I sledeće pitanje – pitanje razuma, takođe dolazi do izražaja vodećim vizijama što potiču još iz antičkog grčkog perioda. Bilo da je reč o razumskim ili čulnim posredovanjima u odnosima između čoveka, kosmosa i uma, Sokrat (Socrates) i Platon (Plato) su nezaobilazne figure transmisijske ideje medijacije u oblasti filozofske misli. Uz ovo, Platonova alegorija o *pećini*<sup>6</sup> danas služi i kao krucijalni dokaz koji govori u prilog ideji o zajedničkom poreklu „filozofske” i „medijske” svesti, pri čemu je često interpretirana u svrhu demonstriranja sličnosti između sadržaja Platonovog originalnog teksta iz spisa *Država* i modernih izuma: najpre fotografije, a potom i kinematografa braće Limijer (Lumière).

---

5 Isto, str. 23.

6 Tematizacija Platonove alegorije o pećini prisutna je u određenom broju savremenih filmova kao što su: *Matrix*, *Pygmalion*, *Eternal Sunshine of the Spotless Mind*, i dr., što, svakako, nije bez značaja za našu temu.

Obrazlažući, u svom eseju o fotografiji, pod nazivom „U Platonovoj pećini” („In Plato’s Cave”), vezu između mišljenja i opažanja s jedne, i objektiva fotoaparata ili filmske kamere, s druge strane, Suzan Sontag (Sontag) progovara jezikom modernog „subjekta”, kao teoretizujućeg medijatora ovih relacija, koji ulogu objektiva kamere vidi kao stav „predatora”, dok očekivanja publike, u pogledu aficiranog doživljaja, percipira kao potrebu za delovanjem „nevidljive tehnologije” (*invisible technology*).<sup>7</sup> Šta se to u međuvremenu dogodilo, ne samo u odnosu na tumačenja Platonove alegorije o pećini (koju danas obilato eksploatišu teoretičari/ke fotografije, filma i medija), već i u sklopu tzv. subjekt-objekt relacije? Taj odnos kao da biva medijalizovan prema sasvim drugim (različitim) principima, nego što je to bio slučaj u staroj Grčkoj, bilo da je reč o kosmološkom ili antropološkom periodu razvoja drevne antičke misli, ili o slučaju savremenih teoretičara/ki poput Sontagove, koja medije još misli u relaciji mišljenja spram mišljenja.

Pojedini teoretičari savremenog doba, delujući u oblasti (filozofije) medija, u odnosu na Sontagovu, idu korak dalje, smatrajući da pojava novih medija, kao što je, recimo, digitalna fotografija, bitno transformiše naša poimanja medijskog, pa i realnog sveta. U „Predgovoru” Tima Lenoara (Lenoir) za Hansenovu publikaciju: *New Philosophy for New Media (Nova filozofija za nove medije)* autor navodi da nova era u sagledavanju i tumačenju medija počinje u dobu pronalaska digitalne fotografije, odnosno u epohi tzv. post-fotografije.<sup>8</sup> Vreme dominacije mehaničke repro-

---

7 Susan Sontag, „In Plato’s Cave”, u: *On Photography*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 1977, str. 14.

8 „Citing 1989 as the dawn of the post-photographic era, when digital recording and processing began to replace photography, William Mitchell claims that ‘Images in the post-photographic era can no longer be guaranteed as visual truth – or even as signifiers with stable meaning and value.’ Having crossed into the territory of the post-photographic era, concern that electronic digitally was about to deterritorialize the human subject was not far behind. Closely associated with the loss of reference in the production of images, philosophers and media theorists such as Paul Virilio, Jonathan



ducibilnosti, dakle, zamenjuje era digitalnih, interaktivnih tehnologija, pri čemu tehnologija, postajući inteligibilnom, preuzima primat u subjekt-objekt relaciji. U ovom kontekstu istraživanja, a prošireno na čitavu oblast proučavanja novih medija, nekadašnja subjekt-objekt relacija (a sa njom i imanentna ontologija, kao i odgovarajuća teorija društva), i, naposljetku, pitanje istine u vezi s tim, biva supstituisana jednom drugim paradigmatom koju, u sadržaju s čulima posmatrača, generišu novi mediji, kao što je to, primera radi, digitalno reprodukovana fotografija.

Povrh subjekt-objekt relacije, koju bi valjalo situirati u savsim različiti kontekst preispitivanja (transhumanizam), te s ovim u vezi, i pitanja savremenih shvatanja prostora i vremena, bitno konceptualno izmenjenih u eri digitalizacije i virtuelizacije ne samo umetnosti već i čitave realnosti, značajno ontološko, ali i epistemološko pitanje koje se, na temelju ovakvih obrta može postaviti, odnosi se na stvar istine, često tretirane kroz prizmu medijske stvarnosti, ili s obzirom na nju. A ova medijska „stvarnost”, koja se svakim danom i u sve većoj meri usložnjava, intenzivirajući svoje efekte, posredstvom principa konvergencije (Fidler /Fidler/), po kome deluje, teži da potisne „istinu” na margine mišljenja, pri čemu je danas – ovo treba posebno naglasiti – reč o onom obliku medijske konvergencije, za koji je karakteristično, između ostalog, i to, što samosvojne, divergentne pojave našeg vremena, upotrebom najsavremenijih tehnologija, transformišu u jedinstveni tok digitalnog konvergiranja, što je u funkciji medijske standardizacije procesa robnog brendiranja i ima direktne posledice na globalnom tržištu (vrednosti).<sup>9</sup>

---

Crary and William Mitchell registered a profound shift taking place in the institutions constituting the subjectivity of the viewer and indeed, even the dematerialization of the observer altogether.” Tim Lenoir, „Foreword”, u: Mark B. N. Hansen, *New Philosophy for New Media*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts – London, England, 2004, str. xii, xiii.

- 9 Upor. Walter S. McDowell, „Media brands management in the age of digital convergence”, u: *Managing Media Economy, Media Content and Technology in the Age of Digital Convergence*, Edited by Zvezdan Vukanovic

Ukratko, misliti medije nije isto što i misliti mišljenje o medijima. Osim toga, baveći se mnogobrojnim mnenjima o medijima, a u potrazi za istinom, ukoliko želi kritički da zahvati (u) mišljenje o različitim medijskim sistemima komuniciranja, medijska ontologija bi trebalo da se dotakne pitanja socijabiliteta, odnosno društveno-ekonomske stvarnosti koja je poduprta kompleksnim odnosom aktuelnog konvergiranja medija i stvarnosti. Sudeći prema savremenoj društvenoj praksi, to bi značilo sledeće: nijedna medijska ontologija, ukoliko nije i kritika vlastitih polazišta, ne bi mogla da zaobiđe opasnost puke ideologizacije, i za to je sama odgovorna. Samosvest medijske kulture, naime, bitan je preduslov ne samo za njeno razumevanje, nego i za promene. S tim u vezi, često se pojavljuje prigovor, što ga teoretičari medija upućuju „industriji svesti”, kao i globalnom medijskom manipulisanju sferom nesvesnog, o političko-propagandnoj zloupotrebi današnjih medija, iza koje uglavnom stoje, pored tržišnih, i vojno-strateški interesi.

Totalni medijski ratovi (Virilio), realne i virtuelne borbe za posvemašnju tržišnu eksploataciju i nove resurse, vladajuća mnenja o medijima pretvaraju u jednu falš ontologiju, koja sistemski negira mogućnost bilo kakve (revolucionarne) promene, promovišući se, volterovski rečeno, kao „najbolji od svih mogućih svetova”.<sup>10</sup> U tom kontekstu posmatrano, može se razumeti kako medijske slike najvećih krvoprolića XX i XXI veka, stojeći u istoj ravni s prizorima sreće, nade i prosperiteta, ne izazivaju naročitu pažnju javnosti, osim ukoliko nisu spektakularizovane, a time i pacifikovane, odnosno prepakovane u medijski proizvod

---

and Paulo Faustino, *Media XXI – Narodna knjiga*, Podgorica, 2011, str. 239-259.

10 U tom svetu se većina zločina medijski abolira, čime se relativizuje odnos između počinitelaca i njihovih žrtava, a na štetu samih žrtava. S druge strane, interesno obojene medijske slike zločina agresivno preplavljaju TV ekrane i kompjuterske monitore, u funkciji proizvodnje određene ideološke slike klasnih odnosa snaga, koja sebe želi da predstavi kao jedinu moguću stvarnost.

za najširu potrošnju, predviđenu, recimo, u domenu filmske i TV industrije – što se naročito odnosi na delovanje tzv. globalnih medija. O ovome, primera radi, svedoči niz filmova, uglavnom hollywoodske produkcije, koji su nekritički tematizovali ratna dešavanja u Vijetnamu, i tek izuzetno – samo kada je reč o pojedinim stvaraocima, poput Olivera Stouna (Stone), na primer, pružali gledaocima drukčiju sliku iste te realnosti.

„Za političke strukture i medije, američka invazija na Vijetnam nikada nije bila opisana kao ‘agresija’. Iako je ubijeno više od tri miliona ljudi, na to se nikada nije gledalo kao na masakr ogromnih razmera, seriju krvoprolića ili genocid, mada su bombardovanje i hemijski rat za sobom ostavili uništenu zemlju, veliki broj invalida i mnoštvo genetski oštećenih.”<sup>11</sup> S druge strane, konstatuju Herman (Herman) i Piterson (Peterson) povodom (medijskih) politika genocida, „Ubistva koje je vršio vijetnamski pokret otpora srdito su i sa zgražavanjem označena kao terorizam, ili nešto još gore.”<sup>12</sup> Slično se, u novijoj medijskoj interpretaciji istorijskih zbivanja, dešavalo i u Avganistanu, Iraku, Srbiji i Libiji, što je medijska industrija, najšire uzevši, obilato (zlo)upotrebila u svrhu vulgarne ratne propagande, kolektivnih viktimizacija, odnosno aboliranja od krivice, tj. legitimisanja velikog broja počinjenih ratnih zločina, skretanjem medijske pažnje samo na vlastite žrtve, kao i na one masakre koji su izvršeni od strane „drugih”. „Uloga medija u prikriivanju pravog krvoprolića, uključujući njihovo prihvatanje igre brojki ratnih zarobljenika i nestalih u akciji, najviše je što državna propaganda od njih može da očekuje. Reakcija ‘međunarodne zajednice’ na ova masovna ubijanja bila je – potpuna tišina”.<sup>13</sup> Medijsko „upravljanje zločinima”<sup>14</sup> u sa-

---

11 Edvard S. Herman, Dejvid Piterson, *Politika genocida* (Predgovor Noama Čomskog), Vesna info, Beograd, 2010, str. 16.

12 Isto, str. 17.

13 Isto.

14 Ilustrativno za ovu tezu je stanovište, proisteklo na osnovu kako medijske, tako i društvene prakse, o podeli na tzv. „dobra” i „loša” krvoprolića, tj. na ona koja je poželjno ignorisati, i ona koja bi trebalo potencirati, odnosno

vremenom dobu: trasiranje, logistička podrška i naknadna (u najboljem slučaju „izbalansirana“) interpretacija značajnih povesnih događaja, oblikovana u skladu sa zahtevima sile, a s obzirom na njen nesumnjivi uticaj u pogledu generisanja dominantnih (kulturalnih) vrednosti, te verifikovanja, takođe medijski-proizvedenih reakcija javnosti, pretpostavka je utemeljenja jedne globalne ontologije nejednakosti, izgrađene ne samo po principima odnosa „gospodar“ – „rob“, implementiranih u sferi rada, nego i „tlačitelj“ – „žrtva“, u domenu kulturalne de(kon)strukcije prethodnih, klasno zasnovanih odnosa na koje se ovde referiše.

Stoga je, smatramo, od izuzetnog značaja ovoj falš (a u nekim slučajevima i „krvavoj“) medijskoj ontologiji suprotstaviti jednu utemeljenu filozofiju medija koja, kritički reflektujući vlastita polazišta i probleme, ujedno progovara i o postojećim društveno-istorijskim prilikama u kojima medijska kultura (Kelner) i post-medijske estetike (Manović /Manovich/) aktivno deluju. Takođe, zahtevi vremena, sagledani u svetlu nadolazećeg transhumanizma, otvaraju prostor za zasnivanje i izučavanje filozofije medija kao specifičnog humanističkog „odgovora“ na postojeće povesne, društveno-ekonomske i medijske prilike kako na lokalnom, tako i na svetskom planu, kao i na nove komunikacione tehnologije, principijelno preusmerene na aktivnosti koje su u skladu sa potrebama globalnog tržišta, delujućeg „s one strane dobra i zla“. Ovim bi se, s jedne strane, demistifikovala, odnosno kritički raskrinkala globalna „logika krvoprolića“, a s druge bi se omogućio povratak humanističkim orijentirima, reflektovanim u kontekstu novonastalih vrednosnih relacija.

---

na njih reagovati. „U skladu s tim“, naglašavaju Herman i Piterson, izvršena je „podela na četiri kategorije krvoprolića: *konstruktivna*, *benigna*, *zlikovačka* i *mitska* (potkategorija *zlikovačkih*). Krvoprolića koja su počinile same Sjedinjene Američke Države“ (a mi dodajemo – i njene NATO saveznice, saodgovorne za neposredno učešće u zločinima), „ili koja doprinose njihovim neposrednim i krupnim interesima jesu *konstruktivna*; ona počinjena od strane saveznika ili klijenata su *benigna*; a ona koja su izvršile države koje su méta Amerike *zlikovačka* su, odnosno *mitska*.“ Isto, str. 16.

S tim u vezi, u sadašnjim globalnim kulturnim prilikama, koje se dobrim delom, na ovaj ili onaj način dovode u relaciju s medijima, može se detektovati trend (ovo se posebno odnosi na aktuelne tendencije savremene umetnosti i nove, odnosno tzv. novije medije) čiji je *credo*: „Stay human!” Prepoznavši u tome vlastiti interes, lokalne kreativne industrije, u borbi za prevlast na globalnom tržištu, nekritički preuzimaju ovaj „credo”, pretvarajući ga u *slogan* nove vrste eksploatacije humanosti, odnosno ideje humaniteta. Karakterističan primer za ovu vrstu vrednosnog preokreta jeste manifestacija „Think Human”, na kopenhagenskoj nedelji dizajna (Design Week, september 2011), a koja je trebalo da reaktuelizuje dansku (humanističku) tradiciju, kao osnovu umetničkih i socijalnih aktivnosti, a u sklopu tendencija koje se vezuju ne samo za lokalno okruženje, nego i za izazove globalnog sveta.<sup>15</sup> Time je, ujedno, bilo brendirano lokalno umetničko stvaralaštvo (delujuće u sklopu kreativnih industrija), kao i sama država Danska, a sve u duhu marketinškog „odgovora” na globalne izazove epohe transhumaniteta.

Zapravo, dijalektička borba tradicionalnih ideja humaniteta i transhumanih vrednosti odvija se uglavnom na polju savremenih medija, kao produžetaka ljudske čulnosti, svesti, imaginacije... Istovremeno sa bitkom za dominantne „kulturne” vrednosti, u dobu vladavine tehnologije i slobodnog tržišta, što potiskuju nekadašnje horizonte humaniteta, u istom tom prostoru, vode se i *cyber* ratovi, bilo nezavisno od „realnosti”, ili kao prethodnica, podrška, odnosno suprotstavljanje teroru i ratovima koji se izvođe u realnom prostoru i vremenu. Kolonizacija, tj. ekspanzija u

---

15 „With the theme ‘Think Human’, Copenhagen Design Week shows the DNA in Danish design thinking; formed and founded by the Danish human tradition that descends from our constitution and our democratic society. The human tradition has for decades been the basis for Danish product design, e.g. the well-known furniture architects of the 1950’s and is now a driving force for the role of designer in a complex world. The programme demonstrates how design can contribute solving both local and global challenges – in relation to the individual, the society and globally.” Vid. na stranici: <http://www.copenhagendesignweek.com/>

virtuelnom prostoru, najčešće znači i dominaciju u domenu ekonomije, politike i društvene realnosti, a vrijedi i obratno. Stoga bi filozofija medija, koja osim teorijskog ima i praktički interes, pre svega u smislu kritičkog upliva na savremenu medijsku stvarnost, trebalo da ima primat u razumevanju i dovođenju u pitanje ove „realnosti”. Jer, ne samo što velike sile, poput Amerike, pred svetsku javnost otvoreno izlaze sa izjavama o tome da su izgubile aktuelni medijski rat,<sup>16</sup> nego se u ovom prostoru uveliko objavljuju i vode ratovi između obavestajnih službi (CIA, FBI) i vojne alijanse (NATO) s jedne, i globalnih hakerskih organizacija, kao što je „organizacija” „Anonymous”<sup>17</sup>, na primer, te posebno obučениh pojedinaca za dejstva na Internetu („botovi”), s druge strane.

Objave ovakvih ratova događaju se ne samo u *mainstream* i globalnim medijima (NATO), nego i na društvenim mrežama (u slučaju „Anonymous-a”, najčešće preko klipova postavljenih na YouTube-u), veoma pogodnim – kako se pokazalo – za takvu vrstu alternativnog delovanja. Iz ovoga se vidi da se današnji *cyber* ratovi vode ne samo posredstvom medija kao takvih, već preko specifično određenih, za to pogodnih medija, pri čemu zvanične organizacije za svoje delovanje češće koriste medije masovnih komunikacija (uz podršku Web-prezentacija), dok alterna-

---

16 Što se gubljenja info-ratova tiče, ovo se, pre svega, odnosi na izjave nekadašnje američke ministarke spoljnih poslova, Hilari Klinton (Clinton), povodom tadašnje globalne prevlasti TV stanice Al Džazira (Al Jazeera) u pogledu informisanja sa prostora arapskog sveta, ali i delovanja kineskih i ruskih globalnih medija, te rata u Libiji.

17 „Anonymous” je trenutno najveća globalna hakerska organizacija koja vrlo aktivno deluje u *cyber* prostoru, a osnovana je 2003. godine. Iako simultano okuplja oko sebe veliki broj *online* zajednica i anonimnih pojedinaca prevashodno anarhističke orijentacije, pretpostavlja se da je deo i one Internet potkulture koja zastupa ideje Vikiliksa (WikiLeaks). Ova zajednica viđena je, takođe, i kao neka vrsta digitalizovanog globalnog mozga (*digitized global brain*), što referira na mnoge subverzivne akcije, organizovane proteste i sl., ostvarene u *cyber* prostoru, a koje su koncentrisane na osvajanje slobode govora, mišljenja i delovanja u oblasti Interneta i novih medija. Vid. [http://en.wikipedia.org/wiki/Anonymous\\_\(group\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Anonymous_(group)).

ktivni medijski pokreti ponajviše koriste nove medije, platforme i društvene mreže: YouTube, Facebook, Twitter, i dr. Kolika se medijska i analitičarska pažnja poklanja fenomenima medijskog ratovanja, svedoči i provokativno multimedijalno delovanje američkog advokata iz Ostina, filmskog dokumentariste, novinara i medijskog poslenika Aleksa Džonsa (Jones), preko čitavog niza radio i televizijskih emisija, različitih video-priloga, i drugih medijski prikladnih materijala koji se mogu naći na njegovoj Internet stranici,<sup>18</sup> odnosno na Facebook profilu, o informacionim ratovima (InfoWars).

Da rezimiramo, misliti medije, kako smo već naveli, ne znači i misliti mišljenje o medijima. Filozofija medija bi, prema našem uverenju, trebalo da bude polazna pretpostavka svakog mišljenja medija, kao i nužan uslov koncipiranja onih savremenih teorija medija, koje kritički reflektuju svoja polazišta, konstantno preispitujući fundamente vlastitih stavova i mnjenja. Stoga bi filozofija medija trebalo da predstavlja uvod, prethodnu kritiku i reflektovanu teorijsko-praktičku sintezu svih mogućih teorija čiji bi predmet izučavanja bili mediji. Ukoliko bi, pak, različite teorije medija ostale bez jednog ovakvog uporišta, to bi one i dalje bile metafizički zasnovane, ali tako da o sebi ništa (bitno) ne znaju, naslepo se upuštajući u beskonačne polemike o poreklu, mogućnostima, dometima i načinima zasnivanja, te sopstvenoj primeni. Pored ovoga, filozofija medija bi trebalo da bude, habermasovskim rečnikom iskazano, vlastita i teorija i praksa. Naime, pored traganja za sopstvenim korenima, kao i mogućnostima konkretnog angažmana u oblasti društveno-ekonomske stvarnosti globalno uzevši, filozofija medija predstavljala bi nezamenljiv resurs razumevanja i delovanja putem medija u eri vladavine one „kulture” i ideologije, koja sebe predstavlja kao znanje o medijima, nekritički opisujući, odnosno hipostazirajući transhumanističku paradigmu kretanja sveta ka totalnoj postvarenosti, instrumentalizovanosti, *cyber*-teroru i informatičkim ratovima.

---

18 Vid. [www.infowars.com](http://www.infowars.com).





---

## MEDIJSKA TEHNOLOGIJA I IMAGINACIJA

Dve su ključne reči koje ćemo ispitivati u ovom tekstu, a to su „tehne” i „imaginacija”, i to, pre svega, u njihovim međusobnim odnosima, što se dijalektički uspostavljaju i kritički posreduju u današnjem globalizovanom svetu tzv. „medijske kulture”. Opšti pojam tehnologije, čije je značenje kompleksno, nećemo koristiti na uobičajeni način, odnosno isključivo u relaciji sa konceptima nauke i znanja (što je svakako nužno, međutim, u slučaju našeg istraživanja – to je, zapravo, aproksimativno polazište), već ćemo ga problemski razmatrati u kontekstu savremenog umetničkog stvaralaštva, sveta kulture i medija. Štaviše, ovo proširenje pojma tehnike na domen estetskog privida delujućeg u svetu umetnosti, kulture i medija, trenutno se čini kao adekvatniji put preispitivanja šta tehnologija danas jeste, a šta bi, u stvari, trebalo da bude. U fokusu našeg istraživanja takođe će se naći i krucijalno pitanje – da li je tehnologija u stanju da menja svetove umetnosti, medija i kulture (pa tako i samu stvarnost); i ako jeste – na koje to načine može da čini.

Tokom rasprave ćemo se, samo u nominalnom smislu, oslanjati na tradiciju refleksivnog mišljenja moderne: na Hjumova (Hume) i Kantova (Kant) određenja uobrazilje (u Kantovom slučaju, reč je o transcendentnoj uobrazilji i njenom shematizmu), na Šelingovu (Schelling) ideju sprege mitologije i pe-sničke mašte, na Kollingvudovu (Collingwood) koncepciju isto-

rijske imaginacije, na Blohovo razvijanje pojma utopije<sup>1</sup>, kao i na mnoga druga, „specijalistička” tumačenja pojma imaginacije. Povrh toga, posebno nam je stalo do ukazivanja na ideju dijalektičkog posredovanja imaginacije i tehnologije, a s obzirom na interpretacije kulturalne i medijske shematizacije svesti, što se u današnjem vremenu događa putem sistemskog dejstva medija masovnih komunikacija (*Dijalektika prosvetiteljstva*, Horhajmer /Horkheimer/, Adorno), odnosno tzv. „kreativnih industrija”, karakterističnih upravo za savremeno doba. Ono što je za nas ovde bitno jeste to da ćemo moć uobrazilje interpretirati ne više kao transcendentalno, nego kao materijalističko-dijalektičko iskustvo posredovanja: umetnosti (kulture), medija i tehnologije. Na tom temelju, pokušaćemo da s idejom tehnike i tehnologije povežemo i utopijske projekcije budućnosti, mišljene u duhu (potencijalno) progresivnog kretanja sveta kulture.

S druge strane, kada je reč o odnosu tehnike i tehnologije, činjenica je da moć tehnologije danas prerasta i sam izvorni pojam *tehne*, i da se konsekvence ovog rasta mogu, najverovatnije, sagledati tek retrospektivno, tj. sa odgovarajuće istorijske distance. Ovakva situacija, po našem mišljenju, unapred ograničava svaki pokušaj aktuelnog definisanja sveta tehnologije, kao i koherentnog analizovanja njenih mogućih i realnih učinaka u zatečenom povesnom trenutku. Dijalektičko posredovanje s imaginacijom, međutim, tehniku i tehnologiju postavlja u perspektivu ispitivanja njihovih najrazličitijih mogućnosti. Poznatu filozofemu: „poreklo je cilj”, ovde bi, pri razmatranju, svakako valjalo uzeti u obzir, što bi tehniku i umetnost, od apstraktnog zajedničkog početka, dovelo, naposljetku, do ostvarenja neke konkretne/konkretizovane utopije. Stoga nam se kritičko-dijalektička vizura preispitivanja u materijalnom svetu *ovde* i *sada*, u kojoj se sažimaju prošlost i sadašnjost, ali se istovremeno nazire i utopijska, buduća dimenzija

---

1 O odnosu tehnike i utopije u učenjima Ernsta Bloha, videti: Divna Vukšanović, „Progresivni barok i tehničke utopije u filozofiji Ernsta Bloha”, *Umetnost – priroda – tehnika* (Zbornik radova Estetičkog društva Srbije), Estetičko društvo Srbije, Beograd, 1996, str. 63-72.

razvoja, čine prigodnim ograničenjem, te svođenjem na ono što je bitno upravo za naše razumevanje ove složene problematike.

Zbog čega je stajalište problemskog promišljanja savremene tehnologije prvenstveno vezano za umetnost, kulturu i medije, a ne, kako je uobičajeno, za nauku i naučno mišljenje. Najpre, zahvaljujući delovanju masovnih i novih medija, tehnologija je postala dostupnija za analizovanje, a u poređenju s naučnim doktrinama, običnim građanima/konzumentima/korisnicima najrazličitijih medijskih sadržaja. Interesovanje za tehnologiju, izvan ekspertskih i naučnih krugova, postalo je masovno upravo zahvaljujući njenoj primeni u domenu medija i industrije zabave, a nešto kasnije i u delokrugu apliciranja unutar tzv. „kreativnih industrija”. Inteligentni telefoni, fenomen multimedije i popularne društvene mreže „približile” su tehnologiju savremenom korisniku/korisnici; štaviše, ona mu/joj se danas čini bližom nego ikada ranije, budući da u velikoj meri određuje aktuelne stilove života. Uz to, „napredne” (*advanced*) tehnologije se na tržištu pozicioniraju i kao „kreativne” (termin je vrlo *trendy*), a relaciju sa naukom i znanjem neretko empirijski potvrđuju upravo putem delovanja umetnosti i medija. Slično, nove tehnologije se čine, u većoj meri nego pre, konstitutivne za čovekov/ženin novi „identitet” i tzv. virtuelno okruženje, kao i za utopijske konstrukte njegove/njene kako prošlosti, tako sadašnjosti i budućnosti.

Ilustrativni primer za ovu *ad hoc* pretpostavku preuzećemo iz bogatog repertoara aktivnosti savremene medijske umetnosti koja tehnologiju, između ostalog, koristi za preispitivanje fenomena ljudskog identiteta. Reč je, naime, o interaktivnom projektu „Mirror\_Space” („Ogledalo\_Prostor”) iz 2004/05. godine. Ovaj umetnički projekat zamišljen je i realizovan na sledeći način: u izložbenom, odnosno virtuelnom prostoru kroz koji se spontano kreću posetioci, prikazuje se kompjuterski generisani sistem „skeniranih” refleksija, „konfrontiran” s njima samima (*virtual mirror image of themselves*), i to u relnom vremenu, ali tako da ovi ogledalni virtuelni odrazi nisu puke optičke pojave telesnih momenata kretanja posetilaca tokom izložbe, već projekcije pri-

kupljenih podataka (*data*) njihovih unutarnjih raspoloženja (*mood analysis*), koja se digitalnim putem eksternalizuju u prostoru. Dakle, projekcije „raspoloženja”, generisanih na osnovu računarski prikupljenih i obrađenih podataka, putem infracrvene svetlosti, kao virtuelni objekti, projektuju se u prostor oko samih posetilaca događaja. Uz ovo, jedan deo podataka se prikuplja i sa Interneta i pruduržuje se ostalim „činjenicama”, koje formiraju virtuelne objekte kao „estetske date”. Posetioci potom dobijaju priliku da „identifikuju” vlastite predstave putem Interneta, čime verifikuju svoj sopstveni „utopijski identitet”.<sup>2</sup>

Oba pojma (i *tehnologija* i *imaginacija*) su, kako je poznato, tokom svoje povesti doživela mnogobrojne transformacije, ali nisu tretirana kao jednako važna, niti su preispitivana u istoj ravni/polju istraživanja; njihovo posredovanje, osim u sferi umetničkog stvaralaštva i estetičkih refleksija, čini se da nije bilo posebno interesantno za istraživače u oblasti tradicionalne metafizike: ako se izuzmu Aristotelova (Aristoteles) određenja kako pojma *poiesis*, tako i *tehne*, i mnogo kasnije – Kantovo kritičko bavljenje transcendentalnom uobraziljom i njenim shematizmom u *Kritikama*, ove teme kao da su ostale na marginama filozofije, sve do našeg vremena. Šelingova istraživanja o umetnosti i mitologiji, te razmatranja tehnike od strane Martina Hajdegera, takođe predstavljaju izuzetke koji donekle odstupaju od pravila i, na izvestan način – pokatkad delujući u suprotnom smeru – trasiraju put kritici predstavnika frankfurtske filozofske škole (Benjamin, Adorno, Habermas /Habermas/), te Ernsta Bloha i postmodernistički orijentisanih teoretičara kulture, od kojih, za ovu priliku, izdvajamo problematizovanje odnosa „imaginarnog” i „stvarnog” poteklih od Đila Dorflesa (Dorfles) ili Žana Bodrijara. Ostavljajući po strani „opšta mesta” filozofske tradicije pri razmatranju ovih termina/pojmova/fenomena i njihovih „tipičnih” relacija, pozabavićemo se ovde aktuelnom situacijom konstituisanja, odnosno

---

2 Vid. Brigitta Zics, „Mirror\_Space”, Interactive Environment 2004/05, na stranici: [www.youtube.com/user/MediaArtTube](http://www.youtube.com/user/MediaArtTube).

generisanja, a potom i recepcije, kao i upotrebe tehnologije i imaginacije u aktuelnom svetu kulture i medija.

Podsećamo, teorijska, kao i imaginacija primenjena u oblasti nauke, dale su, u današnjem vremenu, podsticaj za neverovatan zamah tehnološkog rasta i razvoja, i to u gotovo svim oblastima istraživanja: biologija, fizika, medicina, telekomunikacije, i dr. Nesumnjivo, imaginarno se isprva pomaljalo u ideji ili u pojmu, a potom se materijalizovalo kroz različita tehnološka dostignuća, kako bi se, eventualno, vratilo spekulaciji: „Savez nauke i tehnike pomogao je istraživanje materijalnog sveta, ali je pomogao i nastanak ‘nauke bez materijala’”.<sup>3</sup> Primera radi, od antičkog „otkrića” atoma, pa sve do empirijskog potvrđivanja njegovog postojanja, zahvaljujući pronalasku odgovarajućih tehničkih izuma, „ideja atoma” prešla je put od imaginarne zamisli, preko spekulacije, sve do svog, tehničkim sredstvima verifikovanog postojanja, što je, potom, izazvalo dalji razvoj teorijske fizike.

Aktuelna naučna zajednica je, po sličnom epistemološkom modelu, bila u potrazi, recimo, za Higsovim (Higgs) bozonom, čije je teoretizovanje trebalo da bude empirijski dokazano putem upotrebe savremene tehnologije, odnosno izgradnje, puštanja u pogon i praćenja eksperimentalnih radnji akceleracije u gigantским postrojenjima CERN-a (Centar za nuklearna istraživanja, Švajcarska), što je, naposljetku, trebalo da doprinese opštim teorijskim uvidima u procese nastanka sveta.<sup>4</sup> Slično kao u nauci, ni savremenu umetnost nije zaobišao talas ekspanzije tehnoloških dostignuća inkorporiranih u mnogobrojne artistske projekte i svetove,<sup>5</sup> što je umetnosti, između ostalog, omogućilo razvoj i

---

3 Branislava Milijić, „Prirodno i tehničko”, *Umetnost – priroda – tehnika*, *Op. cit.*, str. 29.

4 Detaljnije o potrazi za subatomsom „božanskom česticom”, od Njutna (Newton), preko Higsa, do eksperimenata u CERN-u vid. u tekstu: „God Particle’: The Higgs Boson One Year Later”, na stranici: [abcnews.go.com/technology/god-particle-higgs-boson-year/story/?id=19574423](http://abcnews.go.com/technology/god-particle-higgs-boson-year/story/?id=19574423).

5 Zanimljivo je, na primer, da pojedini umetnici koji stvaraju za Internet, odnosno kompjuterski programiraju svoja umetnička dela, smatraju da

primenu u imaterijalnom (digitalnom) svetu produkcije kako medija masovnih komunikacija, tako i u tzv. novim medijima kao što je Internet.

U savremenom dobu, primenjene naučne discipline, kao i primenjene umetnosti, prisutne u oblasti delovanja tzv. kreativnih i medijskih industrija, prednjače u apliciranju novih tehnologija u delokrug svog stvaralaštva. „Alatke” i „veštine” su, kako izgleda, iznova u modi, ali je danas tu, pre svega, reč o njihovom korišćenju u kontekstu novih računarskih tehnologija. Na prvi pogled, čini se da je „ratio”, tj. habermasovski definisani „instrumentalni um”, a koji koristi savremena tehnološka dostignuća, prevladao nad „iracionalnim”, simboličkim i imaginarnim svetovima umetnosti, medija, kulture, pa i ukupne životne prakse. Osim toga, u eri visokospecijalizovanih „znanja”, što se gotovo sva mogu podvesti pod pojam „kreativnosti” (neupitna primena pojma), kao da je iščezlo preispitivanje (mogućih) sinteza, pa su tako – tehnologija na jednoj strani, i imaginacija na drugoj, uglavnom posmatrane kao zasebni fenomeni koji proizvode podeljene svetove: univerzum znanja i, nasuprot njemu, igru (puke) imaginacije. I dalje, ustalilo se mišljenje da je tehnologija više put, način, proces (recimo: proizvodni) dostizanja nekog cilja, nego što predstavlja vrednost kao takvu, dok se za imaginaciju pretpostavljalo da je ontološki „starija” od tehnologije, tj. da ima prvenstvo u tom smislu da je prethodeća i nezavisna od tehnologije, koja joj je neophodna isključivo za ospoljenje, tj. za materijalizovanje. Verovatno se, otuda, i sama tehnologija danas „čita” kao nekakva sila ili moć, koja uobrazilji pomaže da realizuje svoje „najluđe”,

---

tehnologija bitno ne utiče na izmenu samog pojma umetnosti, jer se „doprinos” tehnologije može uočiti samo kroz učinke poput bolje rezolucije, većeg broja kolorističkih varijabli, i sl., ali da je u osnovi „reč o istoj stvari”. Vid. video-klip eksperta za kompjutersku umetnost američke škole za dizajn (Rhode Island School of Design) na YouTube-u: John Maeda, „How is technology changing art?”, na stranici: [www.curiosity.discovery.com/question/technology-changing-art](http://www.curiosity.discovery.com/question/technology-changing-art).

najhrabrije, a pokatkad, usuđujemo se da kažemo, i projekte posve lišene smisla.

Svakako, odnos između imaginacije i tehnologije može se posmatrati i drukčije. U vizuri današnjice, grubo uzevši, imaginaciju je moguće tretirati kao sam početak, ali i medijum/prostor i izvesnu perspektivu rasta: od stadijuma („momenta”) izuma tehnologije ka umetnosti, i obratno. Naime, ukoliko se može legitimno govoriti o nekakvoj utopijskoj dimenziji koju prepoznajemo kao sapripadnu svakom imaginarnom svetu, onda je ta utopija, zasigurno, mesto susreta imaginarnih univerzuma nauke, tehnologije, znanja, veština, medija, kulture, igre i umetnosti. Pojednostavljeno rečeno, imaginacija je pretpostavka *tehne* – kako tehnike i tehnologije, tako i nauke, medijske prakse, te mnogobrojnih umetničkih veština i zanata. S druge strane, tehnologija je njihova materijalna osnova i „podmet”, koji je u stalnom razvoju i kretanju. Međutim, čini se da svi pomenuti pojmovi, na jednom novom, odnosno višem stupnju razvitka, iznova konvergiraju i prelaze u drukčije modalitete povezivanja i manifestovanja, nego što je to do sada bio slučaj. Jer, ako je imaginacija polazna destinacija, a, ujedno, i sam proces kretanja kako tehnike, tako i umetnosti, pa i ostalih primenjenih veština i „znanja”, dok je tehnologija, sa svoje strane, materijalizacija tog kretanja, onda je gotovo neizbežno da se, u jednom od momenata višestrukih posredovanja – tehnologija i umetnost sintetišu u sasvim novu celinu.

Mogućnost za obrtanje zatečenog odnosa između tehnologije i imaginacije, interpretativno usmerenog na momenat „novog” početka i impulsa zajedničkog kretanja, karakteristična je upravo za savremenu epohu, tj. za poslednju dekadu XX i početak XXI veka. Ekspanzija novih komunikacionih tehnologija doprinela je, naime, otvaranju puteva za nastanak drukčijih umetničkih i medijskih formi, te za rad imaginacije u onim „prostorima” koji do tada nisu ni postojali. Takav jedan prostor definisan je različitim pojmovima, a ponekad je interpretiran i kao vreme (na primer, u radovima Pola Virilóa). Reč je, zapravo, o tzv. *cyber* prostoru i virtuelnoj realnosti (VR), odnosno o pojmovima koji se često ko-

riste kao sinonimi, iako se, u određenim kontekstima tumačenja, tretiraju kao bitno različiti. Ponegde je u upotrebi i termin ‘simulacija’, ‘simulirani prostor’ ‘simulirana realnost’, što su sve varijacije na temu postojanja jednog novog, sredstvima tehnologije konstruisanog polja delovanja savremene medijske i umetničke prakse.

Osim što je, primera radi, kompjuterska tehnologija omogućila prethodne simulacije umetničkog dela ili procesa stvaranja (u domenu skulpture, arhitekture, umetničkih instalacija, i sl.) i pre nego što je taj rad materijalizovan i, hajdegerovski formulirano – „postavljen u delo”, tehnologija je generisala novi prostor (virtuelni prostor) za posve nove oblike umetničkog i medijskog stvaralaštva. Vremenom, ove nove forme umetničkog izražavanja, nastale kao rezultat rada računarskih programa, postale su samosvrha, ne referirajući ni na kakve entitete što nastaju izvan tehnološki konstruisanog prostora, u tzv. „materijalnoj stvarnosti”. Ovde nam se čini da je reč o podudaranju imaginarnog i tehnološkog, jer tehnologija ocrtava teritoriju za delovanje novih oblika imaginacije, štaviše i „egzistencije”. Pozivajući se na knjigu Majlsa Orvela (Orvell) *After the Machine (Posle mašine)* Erik Džons (Jones) u tekstu „Creating New Forms: Art, Technology, and the Imagination” („Kreiranje novih formi: Umetnost, tehnologija i imaginacija”) napominje da su umetnici već u prvim godinama XX veka, uz pomoć tehnologije, kreirali nove umetničke discipline kakva je, recimo, fotografija, ali je tu pre bilo reči, zapravo, o „novim formama egzistencije” (*new form of existence*).<sup>6</sup>

U različitim interpretacijama sveta savremene umetnosti, mogu se pronaći čak i takva stanovišta, koja tehnologiju više ne tretiraju samo kao alatku za nastanak i usavršavanje umetničke produkcije, već kao umetnost po sebi. Naime, upotreba novih tehnologija (i medija) u muzejima i galerijama danas može da predstavlja onaj momenat kada tehnologija od sredstva prerasta u cilj

---

6 Eric Jones, „Creating New Forms: Art, Technology, and the Imagination”, na stranici: [www.agorajournal.org/2011/Jones.pdf](http://www.agorajournal.org/2011/Jones.pdf), str. 6.



stvaralačkog umetničkog procesa. Jer, kako se ova teza eksplicira na blogu o „Muzeju budućnosti” („The museum of the future”), već sama konstrukcija izložbenog prostora, sa ili bez osvetljenja, može da izgleda kao umetnička instalacija, te je na intuitivnom nivou percepcije moguće dosegnuti umetnički doživljaj, odnosno određeno estetsko iskustvo.<sup>7</sup> U svetu savremene umetnosti, ovo je anticipirano najpre pojavom fotografije, a zatim i filma i televizije, koji su fuzionisali najnovija tehnološka dostignuća i „sliku”, dok je u domenu istraživanja „naprednih tehnologija” softverskoj industriji postavljen još jedan cilj – da na narednom stupnju svog razvoja preraste u umetnost. To, istovremeno, ne znači da se umetnost nije opirala tzv. „biću tehnologije”, posebno kada je reč o pitanju (nestajanja) „aure” i predikata karakterističnog kako za tradicionalnu tako i za modernu umetnost – kao što je, na primer, ‘autentičnost’.<sup>8</sup> Dakle, razvoj savremenih tehnologija može izbrišati granice i dovesti u interakciju naizgled nespojivo: nauku koja „priča priče” s jedne, i umetnost aficiranu imaginacijom, koja treba da pomogne nauci u „manipulisanju svetom”, s druge strane.

Ipak, nisu malobrojne ni takve interpretacije koje odnose između tehnike/tehnologije i savremene umetnosti dovode u pitanje, tragajući za „filozofskim istinama”. Ilustracije radi, u tekstu pod nazivom: „Performance Art e Utopia Concreta beyond multimediality” („Umetnost performansa i konkretna utopija izvan multimedijalnosti”)<sup>9</sup>, autor bloga konstatuje nekoliko značajnih činjenica. Razvoj izvođačkih umetnosti tokom poslednjih tridesetak godina, posmatran sa stanovišta napretka u tehnološkom

---

7 Vid. blog „The Museum of the Future, Innovation and Participation in Culture”, by Jasper Visser, članak pod nazivom: „Technology as a Tool / Technology as Art”, na stranici: [www.themuseumofthefuture/2011/08/31/technology-as-a-tooltechnology-as-art/](http://www.themuseumofthefuture/2011/08/31/technology-as-a-tooltechnology-as-art/).

8 Vid. u tekstu: „Resistance to Technology As an Art Form”, od 13. avgusta 2009., na stranici: [www.voices.yahoo.com/resistance-technology-as-art-form-4047453.html](http://www.voices.yahoo.com/resistance-technology-as-art-form-4047453.html).

9 Vid. Nicola Frangione, „Performance Art e Utopia Concreta beyond Multimediality”, Performancelogía, na stranici: [www.performancelogia.blogspot.com/2008/02/performance-art-e-utopia-concreta.html/](http://www.performancelogia.blogspot.com/2008/02/performance-art-e-utopia-concreta.html/).

smislu reči, „doprineo” je, s jedne strane, sveopštoj spektakularizaciji sveta umetnosti i kulture, te naraslom konzumerizmu i u ovom domenu ekspresije (pri čemu je, kako izgleda, presudan biotički uticaj medija na umetničku stvarnost), dok je, s druge strane, to dovelo do sledeće posledice – da sva umetnička dela, što koriste i u sebe inkorporiraju nove komunikacione i medijske tehnologije, u pogledu „forme” svog pojavljivanja pred publikom, odnosno potrošačima, liče jedna na druge.<sup>10</sup> Iz tog razloga, autor članka smatra da razvoj „umetnosti performansa” treba sa se odvija paralelno sa tehničkim „know-how”, kao i odgovarajućim jezičkim eksperimentima, kako bi se zaustavilo „umrtvljavanje” umetnosti (koje je poduprto ovom „novom” eksternom ideologijom), a istovremeno omogućilo da se ona prevede iz polja apstraktne u domen konkretne utopije. Umesto „postavljanja u smrt” (*putting to death*), autor predlaže performanse koji se kreću po istraživačkim horizontima što su projektovani izvan dejstva medijskih tehnologija, čime performer postavlja sebe „u polje” sinteze samosvesti i egzistencije (*putting it to the field*).<sup>11</sup>

Nasuprot ovakvim, kritički iznesenim stavovima povodom odnosa savremene tehnologije i umetnosti, postoje i mnjenja o tome da, recimo, umetnost novih medija (*new media art*) i Internet-art, odnosno mrežna umetnost (*netart*), preuzimaju stvaralačke impulse iz rezervoara utopijskih projekcija, dakle iz imaginativnog polja okrenutog ka budućnosti, nalik „vizionarstvu” čitave *hi-tech* industrije i „silikonske doline”, učestvujući, pri tom, u konstituisanju fenomena tzv. „tehnopozitivističke hiperbole” (*techno-positivist hyperbole*).<sup>12</sup> Zapravo, u radu koji referira na utopijske impulse, implementirane u novomedijski umetnički diskurs, reč je prevashodno o tome da se tehnološki razvoj, naročito u periodu s kraja prošlog i početkom XXI veka, tretira kao

---

10 Isto.

11 Isto.

12 Richard Rinehart, „Bubbly: The Utopian Impulse in New Media Discourse”, na stranici: [www.coyoteyip.com/rinehart/papersfiles/bubbly-rinehart.pdf](http://www.coyoteyip.com/rinehart/papersfiles/bubbly-rinehart.pdf), str. 1.

kontinuirani rast (*tech bubble*), bez ikakvog diferenciranja unutar ovog procesa, bilo ideološke ili logičke prirode; isti *contunuum* mišljen je i unutar razvoja tehnologije po sebi, kao i njenih aplikacija u polju delovanja savremene novomedijske umetnosti.

Ukratko rečeno, za razliku od izloženog modela transcendentne kritike, što karakteriše situaciju savremenog umetničkog izvođenja (*performance*), a koji bi trebalo konstantno da dovodi u pitanje umetnost „umrtvljenu” tehnologijom, ovde se predlaže primena imanentne kritike, koja bi, s jedne strane, apstrahovala, tj. izdvojila iz konteksta kontinuiranog razvoja tehnologije onu umetnost koja se stvara unutar sfere delovanja novih medija i recipira u njima, a potom, s druge strane, i artikulisala prostor za upitanost u pogledu njenog diskursa, koji je bitno različit od tehnologije primenjene u oblasti *hi-tech* industrije.<sup>13</sup> Iako vođene istim, dakle, utopijskim impulsima razvoja (tehnologija je uvek proizvod nekog utopijskog „narativa” – a mi bismo rekli: imaginacije), nove tehnologije primenjene u računarskoj industriji i privredi, na primer, ili u upravljanju državom, bitno se razlikuju od onih što su aplicirane na svet medijske umetnosti. Istina, postoje, kako tvrdi autor teksta o utopijskim impulsima u novomedijskom diskursu, pojedina „prevođenja”, preplitanja ideja i strategija između ovih sfera čovekove delatnosti („telesnost”<sup>14</sup>, svet marke-

---

13 Upor. Isto.

14 Jedan od interesantnijih primera medijizovanja tela u visokotehnologizovanom svetu savremene umetnosti predstavlja rad japanskog umetnika Daito Manabe (Manabe), koji upotrebljava nervni sistem umetnika/ca kao „materijal” za kreiranje multimedijalnog projekta. Naime, ovaj umetnik koristi večiti „naučni san” o kontrolisanju čovekovog nervnog sistema, manifestujući svoj umetnički dar na taj način što „hakuje” ljudsko telo (*human body hacker*). On, tokom izvođenja performansa, zapravo, „linkuje” ljudsko telo s aparatima za generisanje zvuka, čime komponuje, odnosno kreira muziku (mada je ovde reč o tzv. „vizuelnoj muzici”), pri čemu ljudsko telo postaje medijum umetničke produkcije *ovde* i *sada*. Vid. „Puppets Teaser” za „Hight Tech Dance Project Turns Performers’ Bodies Into An Augmented Nervous System / The Creators Project, na stranici: [www.vimeo.com/66070404](http://www.vimeo.com/66070404).

tinga, mehanizmi distribucije i dr.),<sup>15</sup> ali to ne znači, u isto vreme, da je reč o nekakvoj jedinstvenoj i kontinuiranoj delatnosti.

Nije li ovde, međutim, na delu pitanje ne samo o umetničkim, već i o političkim praksama savremenog doba.<sup>16</sup> Osim u sferi umetnosti i medija, jedan broj teoretičara/filozofa kulture i medija odnos tehnologije i imaginacije sagledava kao deo političke i društvene prakse koja je u funkciji izmene stvarnosti određenog kulturnog prostora.<sup>17</sup> Pojedini mediji, s posebnim akcentom na Internet i društvene mreže, takođe favorizuju ideju o upotrebi tehnologije, odnosno spekuliraju o mogućnostima korišćenja novih komunikacionih tehnologija i medija u kontekstu revolucionarne izmene stvarnosti. Tako je, na primer, na Internet portalu *Vijesti online*, u tekstu pod nazivom „Globalna imaginacija protesta”, naglašeno rađanje nove svesti „o zajedničkoj sudbini i o globalnoj zajednici koja se širila kroz pokrete otpora. Tehnologija društvenih mreža je bila oruđe koje ih je unaprijedilo, ali to važi i za rekonceptualizaciju značenja javnog prostora i stav da je pluralizam ideja superiorniji od dogme.”<sup>18</sup> Ovde je, kako izgleda, prisutno identifikovanje „protesta novog doba” („arapsko proleće”, „Okupiraj Vol Strit!”), te pokreta otpora vlastima u Grčkoj i Španiji, odnosno svih novijih pokušaja izmene stvarnosti uz značajnu ulogu i podršku novih medija, tokom 2011. godine), sa delotvornošću novih komunikacionih i mrežnih tehnologija.<sup>19</sup>

Zbog čega je to važno? Baveći se medijskim formama manifestovanja različitih vidova kulturalnog otpora, odnosno pre-

---

15 Rinehart, *Op. cit.*

16 Upor. Felicity D. Scott, *Architecture or Techno-Utopia: Politics after Modernism*, Cambridge, Mass, MIT Press, 2007.

17 Vid. Divna Vuksanović, „Facebook i društvene mreže u funkciji političkih promena”, u: *Verodostojnost medija: Dometi medijske tranzicije*, Fakultet političkih nauka Beogradskog univerziteta – Čigoja štampa, Beograd, 2011, str. 105-116.

18 Vid. članak „Globalna imaginacija protesta” od 15. jula 2012. na stranici: [www.vijesti.me/kolumne/globalna-imaginacija-protesta-kolumna-82839](http://www.vijesti.me/kolumne/globalna-imaginacija-protesta-kolumna-82839).

19 Isto.

ispitivanjima što se tiču „progresivnih politika u eri fantazije”, prof. Stiven Danskomb (Dunscombe) sa Univerziteta u Njujorku (Gallatin School of New York University), na predavanju održanom 9. decembra 2009. godine, kao i u kontekstu ranije objavljenih radova na kojima je izlaganje bilo delom zasnovano,<sup>20</sup> preispituje različite koncepcije i određenja tzv. „ne-mesta”, u rasponu od Morovog (More) dela *Utopia (Utopija)* sve do politički angažovane umetnosti XXI veka, nastojeći da problematizuje status i ulogu savremenih medija, i njima sapripadnih komunikativnih tehnologija, u aktuelnim kulturalnim i društvenim zbivanjima, odnosno promenama globalnog karaktera. Ono što predstavlja novinu kada je reč o Danskombovom interpretiranju odnosa tehnologije i imaginacije, mišljenih u službi kako spekulacije o sadašnjosti i budućnosti (utopija), tako i komunikativnog delovanja (prakse) putem umetnosti i medija („kritičko-utopijska” medijska posredovanja), jeste tvrdnja o postojanju novih oblika imaginacije u današnjem vremenu, baziranih na tehničkim i tehnološkim mogućnostima samih medija, i to, pre svega, novih medija. Jedan od takvih „utopijskih” projekata, po njegovom uverenju, predstavlja i popularna Wikipedia (Vikipedija), globalna medijska enciklopedija.<sup>21</sup> I dalje, tehnološki napredak u sferi umetnosti i medija, omogućio je, zapravo, nastanak novih vidova imaginacije – a čiji je „izdanak” Vikipedija; apostrofirani, novi pojavni oblik uobrazilje čini tzv. „kolaborativna imaginacija”.<sup>22</sup> To bi, ujedno, bio i nekakav novi put i oblik komunikacionog delovanja u svrhu anticipiranja novih svetova „alternativnih kultura”.<sup>23</sup>

I najzad, mogli bismo reći da se relacija tehnologije i imaginacije, koja je, očigledno, transformativna u oba smera kretanja, danas vezuje ne samo za umetnost, medije, politiku, ukupnu ko-

---

20 Vid. „Podcast: Comparative Media Insights: ‘Art of the Impossible: Utopia, Imagination, and Critical Media Practice’”, na stranici: [www.cms.mit.edu/news/2009/12/podcast\\_comparative\\_media\\_insi\\_2.php](http://www.cms.mit.edu/news/2009/12/podcast_comparative_media_insi_2.php).

21 Isto.

22 Isto.

23 Upor. Isto.

munikativnu i društvenu praksu, već i za svet kulture, što se temelji na ideji igre. Savremeni *ludus*, kako tvrde istaknuti inženjeri i „futorolozi” današnjice poput Marka Pišija (Pesce)<sup>24</sup>, pojavivši se na refleksivnoj „pozornici” nakon Šilera (Schiller), Ničea, Finka (Fink) i Hojzinge (Huizinga), odnosno njihovih interpretacija odnosa bića i fenomena „igre”, anticipira ideju o „izmaštavanju” ili „imaginiranju” svetova u polju kako „virtuelne stvarnosti” (VR), tako i čovekove/dečje svakodnevice (karakterističan primer je „pametna” igračka Furby). Kao novi „demijurzi” (arhitekta) ove realnosti, uz pomoć interaktivnosti, „mrežnih igračaka” (*web-based toys*), nevidljivog umrežavanja (*wireless world*), kao i ostalih novomedijskih platformi i alatki, stvara se jedan novi svet igre (*playful world*). A taj univerzum kao da više ne poznaje granice između imaginacije i stvarnosti, nauke i njenog popularizovanja putem tehnologije, potom kulture i „elektronske kreativnosti”, te „bita i atoma”.<sup>25</sup>

Kakvi bi se zaključci, na osnovu do sada rečenog u tekstu, mogli izvesti? Evidentno je da proizvodi uma – imaginacija i tehnologija, jesu ili mogu biti u odnosu posredovanja, mada je ono, u filozofskoj literaturi, samo u retkim prilikama bilo temeljno reflektovano. I nadalje, iako se, tokom povesti, uglavnom govorilo o razvoju nauke, tehnike i najrazličitijih tehnologija, a daleko manje (osim na individualnom planu) o razvitku imaginacije, umetnosti i utopijskog mišljenja, izgleda da je, u ovom pogledu, došlo do važnih promena u današnjem vremenu. Stara predrasuda o tome da sve nastaje iz mišljenja (saznanja) i imaginacije, postepeno ustupa mesto mnenjima o tome da tehnologija prednjači u definisanju ne samo refleksije i svesti, već i imaginacije savremenog doba. Prvi „dokaz” za ovu tvrdnju predstavlja svet (digitalne, multimedijalne i interaktivne) umetnosti. Potpomognut tehnološkim razvojem, on ne samo da redefiniše koncept umetnosti do-

---

24 Vid., na primer, Mark Pesce, *The Playful World: How Technology Transforms our Imagination*, Ballantine Books (Random House), New York, 2000.

25 Isto.

vodeći je u vezu s medijima, nego preispituje i „granicu” između umetnosti i medija, i štaviše, relativizujući je, bitno transformiše ili ukida nekadašnji pojam „auratske” umetnosti.

Zatim, tehnologija se povratno, a putem uticaja medijske „kulture” na nju, otvara za sasvim nove komunikativne prakse, koje postaju konstitutivne ne samo za svet kulture, tj. njenih virtuelnih „alternativa”, već i za utopijske projekcije budućnosti. Istovremeno, ove nove komunikacione prakse, zasnovane na principima umrežavanja i interaktivnosti, konstituišu alternativne oblike socijalnosti (društveni mediji) i političnosti (tehnički momenti demokratizovanja javnog prostora njegovim pretvaranjem u *cyber* vreme), kao i nove vidove „realnosti”. Ujedno, te nove forme stvarnosti, egzistirajući kao nekakvi paralelni svetovi, potencijalno predstavljaju i mesta konkretnih utopija, kritičkih praksi i svetova igre, zasnovanih na imaginaciji koja je strukturalno uslovljena tehnologijom i „događa” se u tzv. „realnom” vremenu. Rečju, savremena tehnologija je zaposela imaginarno tako što ga je uključila u vlastitu progresiju i kretanje. S druge strane, podsticaje i pretpostavke za svoj ekspanzivni rast tehnologija danas ne dobija samo iz saznajnih resursa nauke, već ih velikim delom crpe iz imaginarne sfere uma. U ovom trenutku, uzajamno posredovanje tehnologije i imaginacije izgleda kao faza njihove „identifikacije”: imaginarno se realizuje posredstvom tehnologije (uobrazilja kao sama tehnologija, odnosno konkretizovana utopija), dok tehnologija „proizvodi” novo „imaginarno” kao (vlastitu) stvarnost, ali i realnost svetova umetnosti, igre i snova, te alternativni domen delovanja medija i kulture. U ovakvom svetu, pitanje slobode (imaginacije) deluje kao puko tehničko-tehnološko pitanje. A da li je uistinu tako?





---

## MEDIJI KAO UMETNOST

Uvodno preispitivanje odnosa što se, gledano bilo povեսno ili u aktuelnom društvenom trenutku, uspostavljaju između umetnosti i medija, podrazumeva prethodnu refleksiju o samim konstituentsima relacije, koju ćemo, za ovu priliku, nastojati da mislimo dijalektički, odnosno kritički. Međutim, držimo da je, makar i nereflektovani, metafizički potencijal ovih pojmova, pa tako i njihovih odnosa kontrastiranja i prožimanja, neiscrpan, te da bi, na samom početku rasprave, valjalo izbeći uobičajeno redukovanje na definicije. S druge strane, pri pokušaju upotrebe terminâ – ‘umetnost’ i ‘mediji’, kao i njima odgovarajućih konceptualnih rešenja u predstojećim analizama, prvobitna neodređenost mogla bi da izazove mnoštvo nesporazuma i teškoća u interpretiranju pitanja uzajamnog odnosa, te njihovog eventualnog podudaranja, u izvesnom smislu reči. U ovom tekstu ćemo, u stvari, nastojati da naznačimo važne momente preokreta koji se naziru u odnosu medija (televizija, radio, novi mediji) prema savremenoj umetnosti, bez pretenzija da damo konačni odgovor na polaznu hipotezu, koja je eksplicirana pitanjem: mogu li se savremeni mediji tretirati kao umetnost, i koje situacije, zapravo, daju podsticaj za takve interpretacije.

U tumačenjima koja slede, uzećemo u obzir konceptualnu nejasnost i nerazgovetnost terminâ – ‘umetnost’ i ‘mediji’ (što je u ovakvim situacijama skoro neizbežno), pri čemu ćemo pod pojmom umetnosti uglavnom misliti na tzv. „auratsku umetnost”,

dok ćemo pod zajedničkim imeniteljem medija podrazumevati prvenstveno mas-medije: televiziju i radio, kao i novi medij Internet, s naglaskom na društvenim mrežama kao što je Facebook. Ova naizgled nepovoljna početna pozicija s koje reflektujemo o pojmovima što izmiču definisanju, a ulaze u međusobnu interakciju koju bi trebalo razjasniti kako bi se moglo konstatovati da ovi mediji jesu, ili mogu biti, umetnost, ukazuje, po našem mišljenju, na nešto drugo, tj. upravo na to da je, u današnjem vremenu, kako se čini, njihov *uzajamni odnos* ono što ih bitno određuje – što znači da u kritičkim analizama treba poći pre od njihovih posredovanja, pa ih tek onda odrediti kao identične, suprotne (suprotstavljene) ili posve različite fenomene.

Poći ćemo, stoga, od nepobitne (materijalističke) postavke da je reč o činjenicama: mediji postoje, ono što obično nazivamo umetnošću, takođe. Preostaje, dakle, da se istraži da li posredovanje ovih pojmova, i njima odgovarajućih fenomena, egzistirajućih u konkretnoj društveno-istorijskoj stvarnosti, može rezultirati, u nekom momentu njihovog kretanja, ishodom koji medije tretira tako što ih poistovećuje s umetnošću. Ovakvi iskazi, međutim, nisu nesporni. Jer, problematizujući pretpostavke o kraju umetnosti, može se, u isto vreme, postaviti pitanje nije li, zapravo, reč o nestajanju auratske umetnosti i kulturnih fenomena što se vezuju za epohu modernizma i duh avangarde, odnosno njihove zamene medijskom stvarnošću koja, na sebi svojstven način, reprezentuje svet umetnosti kao medijski posredovani svet. Nezavisno od ovih spekulacija, evidentno je da u oblasti masovnih i novih medija deluje veliki broj stvaralaca koji, radeći u ovoj sferi, pokušavaju da joj daju umetnički pečat: bilo kroz estetizovanje pojedinih priloga, emisija, programa koje kreiraju, ili pak tragajući za specifičnim izražajnim sredstvima samih medija koje koriste, pri pokušajima formulisanja jezika medija (televizija, radio, Web) kao nove umetničke forme/strukture izražavanja.

Pozivajući se, s tim u vezi, na epohu modernizma i *Predavanja o poetici* Pola Valerija (Valery), ovim pojmovima mogu se, u našem vremenu, pripisati dva atributa: jedan koji se tiče ma-

terijalne „proizvodnje” (po čemu nalikuje svakoj robi), i drugi koji valja tražiti u sferi „vrednovanja”.<sup>1</sup> Dakle, za svaku stvaralačku delatnost, što važi kako za umetnost tako i za medije, prema Valerijevom mišljenju, neophodna su dva momenta: „materijalni”, tj. proizvodni, i „duhovni”, odnosno vrednosni. Ono po čemu se, međutim, „poetike” uzajamno razlikuju jeste upravo njihova duhovna, odnosno vrednosna komponenta. No, „poetike” se, po našem uverenju, razlikuju i po „materijalnom” momentu produkcije: dok je umetnost *uvek već* rad u konkretnom materijalu (klavijature, platno i boje, telo glumca, filmska traka, i dr.), „materijalnu” stranu medija kao što su televizija, radio i Internet, čine slike, simboli i informacije. Njihovim oblikovanjem i preoblikovanjem, načinom distribuisanja i upotrebe, što uslovljava tehnologija određenog medija, ostvaruje se manipulisanje „materijalima” karakterističnim za medijski tekst.

Na ovom tragu, valjalo bi skrenuti pažnju i na sledeće: Valeri je, kada je reč o vlastitoj poetici, primenjivao metodu pisanja

1 „Upravo sam izgovorio reč ‘vrednost’ i ‘proizvodnja’. Zadržaću se na tome koji trenutak. Ako želimo da preduzmemo ispitivanje oblasti stvaralačkog duha, ne treba da se plašimo da se najpre zadržimo na najopštijim posmatranjima jer će nam upravo ona omogućiti da napredujemo, bez obaveze da se vraćamo na pređene korake, i pružiti najveći broj analogija, to jest najveći broj izraza približenih u svrhu opisivanja činjenica i ideja koje najčešće zbog svoje prirode izmiču neposrednom određivanju. To je jedan od razloga što podsećam na tih nekoliko reči posuđenih iz Ekonomije: biće mi možda pogodno da pod samo ova dva imena *proizvodnja* i *proizvođač* objedinim raznovrsne delatnosti i razne ličnosti kojima treba da se pozabavimo, ukoliko želimo da razmatramo ono što je u njima zajedničko, ne vršeći podvajanje između njihovih različitih vrsta. Ništa manje neće biti pogodno, pre nego što počnemo da govorimo o čitaocu, slušaocu ili posmatraču, da sve te podržavaoce dela bilo koje vrste podvedemo pod jedan ekonomski naziv: *potrošač*. Što se tiče pojma *vrednost*, dobro se zna da ona u svetu duha igra prvorazrednu ulogu, uporedivu s onom koju igra u ekonomskom svetu, iako je duhovna vrednost suptilnija od ekonomske, pošto je vezana za daleko raznovrsnije i neprebrojive potrebe nego što su potrebe fiziološkog života.” Vid. Pol Valeri, „Predavanja o poetici”, *Eseji*, na stranici: d3231456.u24.c13.ixinstant.com/pdfs/Predavanja\_o\_poetici\_Pol\_Valeri-33.pdf, str. 11.

koju je vezivao za načelo forme i njenog „proizvođenja” (pisanje poezije kao „fabrikovanje forme”); slično njemu, a pod uticajima Bodlerovog (Baudelaire) modernizma i Brehtove (Brecht) materijalistički zasnovane teatarske dijalektike, Benjamin će u dva svoja značajna eseja: „Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije” i „Pisac kao proizvođač”<sup>2</sup> takođe naglasiti umetničku formu, ali preko njenog posredovanja tehnikom, što kao posledicu ima procese nestajanja/gubitka aure umetničkog dela. Pojedini komentatori Benjaminovih tekstova, poput Mi-Ae Jun (Yun), izneli su zapažanje da su upravo ta dva eseja ugrađena u načela Benjaminove „kulturne politike”.<sup>3</sup> Jer, pisac/autor, shvaćen kao proizvođač, odnosno „producent”, prvenstveno treba da se obraća radničkoj klasi, što vredi kako za teatar, tako i za fotografiju, film, kao i za sve ostale umetnosti. Time se, posredstvom tehnike kao produkcionog aparata umetnosti, može uticati na duh epohe i izgradnju socijalizma, u smislu krajnjeg ishoda povjesno-dijalektičkog kretanja, ka čemu bi trebalo da teže sve „progresivne kulturne politike”.<sup>4</sup>

U ovom smeru, kreću se, a na osnovi Benjaminovih refleksija, interpretacije i istraživanja ostvarena unutar jedne materijalistički koncipirane estetike/teorije umetnosti (i kulturne politike), što naposljetku može dovesti do koincidiranja umetničke produkcije (bivša „auratska kultura”) i „medijske utopije”, koju prevashodno odlikuje proces gubljenja aure umetničkog dela. To istovremeno, kako tvrdi Markuze (Marcuse), ne znači da se ono autentično, odnosno „auratsko” umetnosti ne opire na-

---

2 Walter Benjamin, *Eseji*, Nolit, Beograd, 1974.

3 Vid. potpoglavlje „Reproduktionthesen unter kulturpolitischer Perspektive”, u: Mi-Ae Yun, *Walter Benjamin als Zeitgenosse Bertold Brechts: eine Paradoxe Beziehung zwischen Nähe und Ferne* (Verantw. Hrsg. dieses Bd.: Horst Turk), Vandenhoeck und Ruprecht, Göttingen, 2000 (Palestra; Bd. 309), str. 37, 38.

4 Upor. Gerald Raunig, „Den Produktionsapparat verändern Anti-universalistische Intellektuellen-Konzepte in der frühen Sowjetunion”, vid. na stranici Evropskog instituta za progresivnu kulturnu politiku (EIPCP): [www.eipcp.net/transversal/0910/raunig/de](http://www.eipcp.net/transversal/0910/raunig/de).

značenim procesima. Upravo na temelju Benjaminovih analiza umetničkog dela u eri tehničke reproducibilnosti – uz opasku da je komercijalizovanje umetnosti pojava tipična za građansko društvo, što, između ostalog, kao posledicu ima postepeno gubljenje aure umetničkog dela, i to u „vremenu instrumentalizovanja”, odnosno ‘prevođenja’ umetnosti, zahvaljujući upotrebi novih sredstava i tehnika, u druge medije koji je redefinišu, čineći je time još složenijom nego što je bila u ranijim razdobljima – Markuze je izveo takav zaključak. *Summa summarum*, prema Markuzeovom mišljenju, umetničko delo se danas nalazi u posve drukčijoj povesnoj situaciji.<sup>5</sup>

Naime, razvojne tendencije savremene umetnosti, koja je podložna ne samo mehaničkoj/tehničkoj, već sada i digitalnoj reprodukciji, kreću se, prema shvatanjima Mi-Ae Jun, unutar perspektiva koje iz domena savremene kulturne politike „prelaze” u polje medijskih politika, odnosno utopija, i to pri pokušaju realizovanja punog demokratskog kapaciteta umetnosti, tj. njene masovne produkcije, s jedne, i maksimalno (tehnički) demokratizovane recepcije umetničkih dela, odnosno medijskih ostvarenja, na drugoj strani.<sup>6</sup> Sažeto rečeno, tehničke pretpostavke za transmisiju umetničkog stvaralaštva u medijski korpus kulture, praćene gubitkom aure, prepoznate su još u prethodnom veku, zahvaljujući inspirativnim esejima Valtera Benjamina, kao i refleksivnom angažmanu ostalih pripadnika tzv. „frankfurtske filozofske škole”, koji su, prema našim shvatanjima, dali podsticaje za utemeljenje jedne kritički orijentisane filozofije medija. Uz to, njihove opservacije o fotografiji, filmu, teatru, poeziji, pa i medijima masovnog komuniciranja, kao što su radio i televizija, na primer, pružile su dovoljno materijala za izvođenje dokaza o bit-

---

5 Herbert Marcuse, „Art as Form of Reality”, preuzeto iz časopisa *New Left Review*, no. 74, 1972, vid. na stranici: [www.libcom.org/library/art-form-reality-herbert-marcuse](http://www.libcom.org/library/art-form-reality-herbert-marcuse).

6 Vid. Mi-Ae Yun, *Op. cit.*, poglavlje: „Kulturpolitik oder Medienutopie? (Benjamin)”, str. 37-46.; i posebno potpoglavlje „Reproduktionsthesen unter kulturpolitischer Perspektive”, str. 37, 38.

nim događajima u kulturi našeg doba. Ali, sam pojam umetnosti u našem vremenu, zahvaljujući, pre svega, tehnološkoj revoluciji, pretrpeo je, pod uticajem razvoja medijske, odnosno informatičke kulture, one izmene, koje su nastale kao posledica približavanja i uzajamnog posredovanja pojmova medija i umetnosti. Procesi medijalizacije što su zahvatili svet aktuelne kulture doveli su, nadalje, do transformisanja kako ovih pojmova, tako i „realnosti” koju oni opisuju. Ekspanzija mas-medijske kulture doprinela je učvršćivanju uverenja da pojedini mediji danas preuzimaju na sebe ulogu koja je nekada bila dodeljivana umetnosti.

Rasprave u vezi s pitanjem – da li je televizija umetnost, odnosno posebna umetnička disciplina/forma/vrsta, posledica su preispitivanja koja su usledila nakon što je televizija, iz prvobitne razvojne faze „tehničke atrakcije” prešla u eru potrage za vlastitim (autentičnim) izražajnim sredstvima koji bi je izdvojili iz sveta pukih tehničkih izuma i dodelili joj prestižno mesto *nove umetnosti*.<sup>7</sup> Ono što je televiziju kao medij diferenciralo u odnosu na različite umetničke discipline jeste vizuelnost *ovde* i *sada*, odnosno neposrednost, spontanost i aktuelnost. Otuda je, kao njen poseban izraz, koji do tada – osim radija – nije imala ni jedna oblast stvaralačke delatnosti, označen direktan prenos (film nije imao takvu izražajnu mogućnost, dok su potencijali radija, u ovom pogledu, bili ograničeni njegovim koncentrisanjem isključivo na audio-prenose).

Kao razvijenija forma direktnog prenosa, a nešto kasnije i kao poseban televizijski žanr, emancipovao se kontroverzni format „rijalitija” (*reality show*), koji predstavlja kombinaciju direktnog prenosa s jedne, i strukture koja je nalik igranim programima, s druge strane. S tim u vezi, pojedini kritičari televizije su prvu deceniju XXI veka označili kao ključnu za određenje „prirode”

---

7 „Is TELEVISION really a new art? Do its peculiar characteristics qualify the medium as a new art form, or is it just a medium for the transmission and distribution of other arts?”. Rudy Bretz, *TV as an Art Form*, vid. na stranici: [www.jstor.org/discover/10.2307/1209446?uid=3738928&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=2110218406603](http://www.jstor.org/discover/10.2307/1209446?uid=3738928&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=2110218406603).

televizije, oslanjajući se upravo na fenomen „rijalitija”, nazvavši ovaj period „dekadom rijaliti televizije” (*Decade of Reality TV*),<sup>8</sup> što predstavlja neku vrstu „orgijastičkog” ukrštanja mnogobrojnih televizijskih izraza koji su mu prethodili, kao što su sapunske opere, dokumentarni filmovi ili kvizovi, na primer. Prema našem mišljenju, iako eklektičan, ovaj format jeste istinski *novum* televizije, ali je pitanje da li je ta činjenica dovoljna da televizijski medij kvalifikuje kao „umetnički”.

U isto vreme, međutim, u potrazi za svojim autentičnim izrazom (koji obično definišemo kao „jezik televizije”), ovaj medij je – osim finansijskih pogodnosti koje sobom donosi „rijaliti-model”, a što se pokazalo kao vrlo profitabilno, predstavljao i polje eksperimentalnog izraza; to ga je, nadalje, potencijalno preporučivalo kao umetničku formu<sup>9</sup> shvaćenu tako što bi, po njoj, savremena televizija trebalo da bude prepoznatljiva sa stanovišta ostvarenja dugoročnih životnih promena.<sup>10</sup> Rečju, da bi televizija bila određena kao umetnost, bilo je neophodno da izgradi, kako formalno, tako i u pogledu mogućih uticaja na stvarnost, svoj vlastiti jezik, a da u isto vreme, ta struktura bude definisana, u prvom redu, kao umetnička. Iz svega rečenog, proističe pitanje – šta je uistinu televizija, kao i dilema da li je ona umetnost ili ne. U današnjem vremenu, ona je tretirana bilo kao tehnička i umetnička utopija projektovana u budućnost, bilo kao organ prošlosti, ili kao nekakva post-utopijska strategija analitičke dekonstrukcije mas-medija putem korišćenja umetničkih resursa, subverzivnih strategija okupiranja masovnih medija kroz nove umetničke for-

8 Vid. članak Emily Nussbaum, „When TV Became Art”, na stranici: [www.nymag.com/arts/all/aughts/62513/](http://www.nymag.com/arts/all/aughts/62513/).

9 O istorijatu sporova u vezi pitanja – da li je televizija umetnosti ili ne, detaljnije vid. u članku: Dieter Daniels, „Television-Art or Anti-art? Conflict and cooperation between the avant-garde and the mass media in the 1960s and 1970s”, vid. na stranici: [www.medienkunstnetz.de/themes/overview\\_of\\_media\\_art/massmedia/1/](http://www.medienkunstnetz.de/themes/overview_of_media_art/massmedia/1/).

10 Upor. Isto.

me delovanja, odnosno saradnje (televizije) s drugim medijima (i umetnostima) u svrhu razvoja inovativnosti, i dr.<sup>11</sup>

Vratimo se, povodom pokušaja definisanja savremene televizije, na pitanje određenja statusa umetnosti danas, nakon iskustva čitanja mnogobrojnih interpretacija Benjaminovog eseja o gubitku aure i reproducibilnosti umetničkog dela, a potom i Adornovih teza preuzetih iz *Estetičke teorije*<sup>12</sup> o *Entkunstungu* kulturne industrije, te o dvostrukom karakteru umetničkog dela koje je zasigurno autonomno u odnosu na društvo, ali istovremeno predstavlja i prvorazrednu socijalnu činjenicu. Naime, materijalističko-dijalektičkom tumačenju savremene umetnosti ide u prilog teza o tome da je aktuelna umetnost, zapravo, činjenična po svom karakteru, uz istovremeno medijsko posredovanje, odnosno vizualizovanje te njene „činjeničnosti”, pošto sve „date”, kako one društveno-povesne, tako i artefakti kulture, mogu postati materijal za umetničko stvaranje, odnosno medijsko transponovanje u modalitet vizuelnosti. Tako dolazimo do jedne od prelomnih tačaka u tumačenju kako činjenica, tako i njihove vizuelizacije, kao i onih stvaralačkih postupaka koji te činjenice „prevode u umetnost”.

U video-klipu, postavljenom na YouTube-u pod nazivom: „Data as Art”, Tutman (Toothman) sugerise korišćenje činjenica i umetničke vizuelizacije kako bi bile prezentovane „priče” (*Stories*) na temelju informacija što su prethodno bile sintetisane, kreirane ili kompilirane.<sup>13</sup> Dakle, reč je o jednoj novoj vrsti reprezentovanja činjenica „na drugačiji način” (*in a different way*), koje kod recipijenata treba da provociraju emocionalne reakcije, što je, prema shvatanjima ovog autora, od esencijalne važnosti kako za poslovanje, tako i za savremenu umetnost. Stoga, svojevrsna *Ars Combinatoria-e* našeg doba upotrebljava „činjenice” kao svoju

---

11 Upor. Isto.

12 Teodor V. Adorno, *Estetička teorija*, Nolit, Beograd, 1970.

13 J.J. Toothman, „Data as Art”, video-klip sa STRATA konferencije, mart 2011, vid. na stranici: [www.shop.oreily.com/06-36920019152.do](http://www.shop.oreily.com/06-36920019152.do).



materijalnu osnovu za rad, odnosno „pričanje priča”, koristeći, pri tom, savremene softverske tehnologije; štaviše, okruženi svetom „činjenica”, tj. medijski posredovanih informacija, te manipulišući njima, u mogućnosti smo da kreiramo raznovrsne univerzume, pa tako i nove sveteve umetnosti, što su ih u prošlom veku anticipirale, recimo, reklamna industrija i pop-art.<sup>14</sup> Otuda proističe i praksa generisanja novih umetničkih profesija – kao što je, na primer, kôd-artist (*code artist*), koji se na Mreži bavi istraživanjem i vizualizovanjem „činjenica” u interaktivnom ključu.<sup>15</sup>

Teodor Adorno, govoreći u *Estetičkoj teoriji* o modernoj umetnosti i industrijskoj proizvodnji, naglašava dijalektički odnos između njih, zagovarajući ideju kako apsorbcije novih tehnologija od strane umetnosti, tako i uspostavljanja negativnog tj. kritičkog stava prema ovoj činjenici. Razumevanje Adornovih intencija, sagledano u kontekstu naših istraživanja, određuje umetnost, u tehnološkom (produkcijom) pogledu, tako što ona, koristeći tehnološke mogućnosti svog doba, treba, u isto vreme, da sintetiše ali i radikalno dovede u pitanje onaj društveno-ekonomski fakticitet koji podupire upravo savremena tehnologija. „Moderna je ona umjetnost koja, prema svom načinu iskustva i kao izraz kritike iskustva, apsorbuje ono što je industrijalizacija proizvela kao vladajuće odnose proizvodnje. To podrazumijeva negativni kanon, zabranu onog što takva moderna umjetnost negira u iskustvu i tehnici; takva određena negacija je skoro već pravilo onoga što treba činiti. Da takva moderna umjetnost bude više nego neodređeni duh vremena ili savršeno Biće *up to date* zavisi od oslobođenih proizvodnih snaga. Ona je društveno određena konfliktom sa proizvodnim odnosima, a unutar estetski kao isključivanje upotrebljavanog i prevaziđenih tehničkih postupaka. Mo-

14 Vid. Peter Hirshberg, „The Art of Data”, na stranici: [www.huffingtonpost.com/peter-hirshberg/the-art-of-data\\_b\\_3529519.html](http://www.huffingtonpost.com/peter-hirshberg/the-art-of-data_b_3529519.html).

15 Vid. intervju En Spenser (Spencer) sa Skotom Marejem (Murray) od 16. maja 2013. godine: „On becoming a code artist: An interview with Scott Murray, author of *Interactive Data Visualization for the Web*”, na stranici: [www.strata.oreilly.com/2013/05/becoming-a-code-artist.html](http://www.strata.oreilly.com/2013/05/becoming-a-code-artist.html).

dernost će se bilo kad suprotstaviti vladajućem duhu vremena, pa će to morati i danas. U očima ubjeđenih potrošača kulture, radikalni umjetnički modernizam pojavljuje se kao nešto demodirano ozbiljno i iz tog istog razloga kao ekstravagantno.”<sup>16</sup> Konciznije rečeno, modernost umetnosti ovde stoji u kontrastu i negaciji u odnosu na savremenost. Umetnost se, u stvari, emancipuje kako od aktuelne tehnologije koju je u sebe apsorbirala – i ideologije *up-to-date*, tako i od kapitalističkih (eksploatatorskih) proizvodnih odnosa, postajući, u svom „krhkom balansu” – emancipatorski momenat savremenosti. Kao svojevrsni „kulturalni interfejs” (Manovič)<sup>17</sup>, ona, dakle, može i treba da koristi tehnološke prednosti svog doba – čime se usklađuje s duhom vremena – ali tako što to čini u stavu kritike prema sistemu proizvodnih odnosa koji stoje u osnovi tzv. „kulturalnih činjenica” (*cultural data*), kao što su tekstovi, fotografije, filmovi, muzika, virtuelno okruženje.

Debate o radiju kao umetnosti, u aktuelnoj literaturi studija medija i kulture, ređe se mogu sresti nego što je to slučaj kada je reč o televiziji. Iako se u poslednje vreme sve češće mogu čuti opaske o tome kako radio (posebno u Americi) postaje medijum komuniciranja intelektualnih i univerzitetskih elita, što isključuje masovnost u pogledu recipiranja njegovih programskih sadržaja, relativno mali broj autora/ki preispituje pretpostavku o radiju kao umetnosti. No, američka performerka i multimedijalna umetnica Džeki Epl (Apple) poduhvatila se analiza Novog američkog radija, što je u domenu izvođačkih umetnosti aktivno delovao tokom 80-ih i 90-ih godina prošlog veka. Za potrebe naših istraživanja, bitno je upravo ovo razdoblje, jer je u kasnijem periodu rada javnih radio-stanica, naročito krajem prošlog i početkom ovog veka, kako tvrdi ova umetnica, došlo do ispoljavanja restriktivnih mera kulturne politike – snažne medijske kontrole, cenzurisanja, i sl., pa su gotovo svi sadržaji i forme delovanja koji su bili društveno-politički „neprihvatljivi” svrstavani u „anarhističke”, dok se

---

16 Teodor V. Adorno, *Op. cit.*, str. 77.

17 Lev Manovich, „Cultural Interfaces”, u: *The Language of New Media*, str. 80-83, na stranici: [www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf](http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf).

finansiranje ovakvih programa, sa nedovoljno razvijenom i „fluidnom” publikom, naglo smanjivalo, pa su na taj način tiho gašeni, ili su transformisani u tzv. „piratske” radio programe i stanice. To je, istovremeno, značilo pobedu komercijalnih radio stanica nad alternativnim, koje su nastojale da, posredstvom umetničkog angažmana, menjaju zatečeno društveno okruženje.

U članku pod naslovom „New American Radio and Radio Art” („Novi američki radio i radio umetnost”), autorka tvrdi da je radio, u svom inovativnom periodu delovanja, proizvodio i distribuirao savremenu američku umetnost, negujući najrazličitije art-forme izražavanja, odnosno uvodeći „nekonvencionalne strukture u tradicionalne formate emitovanja”.<sup>18</sup> Novi američki radio je, prema rečima Eplove – a to se prvenstveno odnosi na razdoblje produkcije i distribuiranja programa između 80-ih i 90-ih godina XX veka – uticao ne samo na rušenje dotadašnjih medijskih konvencija, već je doprineo i dovođenju u pitanje savremene umetnosti, preciznije rečeno – evropske avangarde. Suprotstavljajući se, u isto vreme, vladajućoj (američkoj) kulturnoj politici, ali i standardizovanoj percepciji masovnih medija i sveta zabave kao takve, „novi američki radio” je, po mišljenju ove autorke, dao veliki doprinos razvoju radiofonije, te hibridizovanju medijske kulture posredstvom emitovanja različitih audio eksperimenata, „zvučnih geografija”, pseudo-dokumentarnih programa, radio-bioskopa, kao i konceptualnih i multimedijalno definisanih programskih sadržaja. Krajnji ishod njegovog delovanja bio je konstituisanje „novih narativnih strategija” kroz interžanrovsko montiranje, kontrastiranje i ukrštanje umetnosti performansa, poezije, politike, urbane buke, popularne zabave, kolokvijalnog govora i kulturalnih razlika definisanih u širokom spektru delovanja: od marginalnih potkultura, sve do *mainstream*-a.<sup>19</sup> Novi američki radio je bio namenjen, pre svega, mladoj publici, i bitno je dopri-

---

18 Vid. Jacki Apple, „New American Radio and Radio Art”, na stranici: [www.somewhere.org/NAR/writings/apple.htm](http://www.somewhere.org/NAR/writings/apple.htm).

19 Isto.

neo, kako tvrdi Eplova, popularizovanju savremene umetnosti i kulture u Americi krajem prošlog veka.

I najzad, dilema da li Internet i popularne društvene mreže mogu biti, i u kom smislu reči, tretirani kao umetnost, takođe je relevantna za našu raspravu. S obzirom na činjenicu velikog opsega uticaja socijalnih mreža na našu svakodnevnu životnu praksu – pitanje je na koji način i u kojoj meri ovi mediji utiču na umetnost, i da li je moguće čitav domen delovanja društvenih mreža okarakterisati kao oblast umetničkog stvaralaštva, recepcije, teoretizacije, kritike? U tekstu Bena Dejvisa (Davis), upravo se na kritički način razmatraju ove pretpostavke, a s obzirom na uvodno, operativno definisanje osnovnih pojmova.<sup>20</sup> Naime, autor smatra da su danas polja umetnosti i društvenih medija u suprotstavljenom odnosu, jer podrazumevaju, svako za sebe, dve različite „logike”: relativno isključivi, zatvoreni tip umetničke ekspresivnosti, na jednoj, nasuprot bitno otvorenijem, i na relaciji zasnovanom *modus operandi* socijalnih mreža, na drugoj strani.<sup>21</sup> Iako se, generalno uzevši, servisi društvenih medija mogu tretirati kao jedan veliki „art projekat”, ipak između njih i umetnosti, shvaćene u tradicionalnom smislu reči, postoji velika napetost, što upravo omogućava postavljanje mnogobrojnih pitanja o njihovoj relaciji.

U najkraćem, razlika između umetnosti, shvaćene u tradicionalističkom kontekstu određenja, i društvenih mreža, počiva na tome što se prva koncentriše „na objekat”, a druga se temelji na *relaciji* – mada Dejvis primećuje da su društvene mreže, upravo u ovom pogledu, kritikovane od strane pripadnika „relacione estetike”, kao, rekli bismo, vladajuće orijentacije u aktuelnom poimanju subjekt-objekt odnosa u estetici.<sup>22</sup> I dalje, ova dva pojma se mogu diferencirati i po tome što se, u prvom slučaju, stvarao

---

20 Vid. Ben Davis, „'Social Media Art' in the Expanded Field”, na stranici: [www.artnet.com/magazineus/reviews/da](http://www.artnet.com/magazineus/reviews/da).

21 Isto.

22 Isto.

tretiraju kao profesionalci, dok u drugom to nije od presudnog značaja za delovanje na Mreži. Ali, fenomeni poput umetnosti i društvenih medija – iako su suprotstavljeni, nisu kontrarni, tj. u položaju uzajamnog isključivanja (sudeći po analogiji s tzv. „logičkim kvadratom”, niti su društveni mediji a-umetnički, niti je, pak, umetnost a-socijalna), tako da je saradnja među njima moguća.<sup>23</sup> Ostaje, međutim, pitanje da li svi ili samo pojedini „radovi”, nastali i objavljeni na Mreži, mogu biti nazvani umetnošću. Jer, ono što teoretičari medija i umetnici najčešće nazivaju „novom medijskom umetnošću” svakako podrazumeva posredovanje pojedinih umetnosti i medija, ali ništa ne govori o tome kako se oni međusobno odnose u pomenutoj sintezi.

Da li je, naime, ovde posredi kreiranje jedne sasvim nove umetničke vrste ili je samo reč o novom (umetničkom) mediju delovanja (*New Media Art*) i njegovim podvrstama (digitalna umetnost, kompjuterska grafika i animacija, virtuelna umetnost, video-igre, interaktivna umetnost, i tsl.), krajnje je diskutabilno. Domenico Quaranta (Quaranta), u tekstu „What’s (Really) Specific about New Media Art? Curating in the Information Age”, današnju situaciju u svetu savremene umetnosti, a s obzirom na različite oblike aktivnosti i veliki uticaj novih medijskih tehnologija na art produkciju, kao i na pitanje vrednovanja umetnosti u tom polju njene realizacije, konstatuje da, kada je reč o umetnosti novih medija, tu važe i deluju posebna pravila, institucije, profesionalci, platforme za diskusiju; publika je bitno različita, ekonomski model, takođe, dok je, u stvari, sama ideja šta je umetnost i šta bi ona trebalo da bude nešto što daje poseban impuls novim debatama o svetu umetnosti.<sup>24</sup>

Dakle, ovde se nalazimo u svojevrsnom krugu zaključivanja: savremena umetnost se, jednim delom, definiše kao ona pojava koja je pod uticajem novih medija, dok u isto vreme, njena re-

---

23 Isto.

24 Domenico Quaranta, „What’s (Really) Specific about New Media Art? Curating in the Information Age”, 6. decembra 2012, vid. na stranici: [www.rhizome.org/editorial/2012/dec./6/whats-rea](http://www.rhizome.org/editorial/2012/dec./6/whats-rea).

lacija prema medijskom svetu u kome deluje *ovde* i *sada*, menja „auratski” definisani pojam. U svetu novih medija, ona i jeste i nije umetnost – zapravo je i umetnost i nešto drugo, te između nje i tog drugog postoji napetost, ali i uzajamno posredovanje. Verifikovanje polazne hipoteze o tome da su mediji umetnost faktički zavisi od toga kako definišemo medije i kako određujemo šta je umetnost danas, bilo pogledom na tradiciju ili njenim situiranjem u epohu ekspanzije novih komunikacionih tehnologija. Ako bismo, recimo, umetnost shvatili kao *tehne*, onda bi etimologija što je određujuća kako za umetnost, tako i za veštinu, zanat i tehnologiju, manifestujući time zajedničko poreklo termina i njemu odgovarajućeg pojma, ukazivala na mogućnost koincidiranja pojavnih svetova medijske kulture i savremene umetnosti. No, ovo bi, svakako, dovelo do pojednostavljenja i ukidanja mogućnosti za njihov samosvojni razvoj, nezavisno od apstraktnog početka koji ih definiše kao jedno. S druge strane, moguće je pretpostaviti njihovo diferenciranje i oponiranje, u razvojnoj perspektivi koja ih reflektuje kao posve različite fenomene, tj. tako da umetnost zadobija auru, dok mediji prelaze put od zanatskog do industrijskog načina proizvodnje svojih derivata; međutim, još mnogo ranije su pripadnici frankfurtske filozofske škole uočili da njihovo najnovije povezivanje i sadejstvo znači bilo gubljenje umetničkog karaktera umetnosti (*Entkuntung* kulturne industrije) ili nestajanje aure („Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije”), dok su savremeni umetnici počeli da deluju neposredno unutar medijske kulture, intervenišući u njenom prostoru kao da je reč o kontinuiranom umetničkom stvaralaštvu, i nezavisno od „prirode” medija u kome se ono realizuje.

Najčešće neupitno, a pokatkad i stihijno delovanje stvaralaca najrazličitijih profila i profesija, kako u medijima masovnih komunikacija, tako i u novim medijima, dovelo je, kako se čini, ne samo do hiperprodukcije pojedinih žanrova (kao što je, recimo, televizijski „rijaliti”), već i platformi za „umetničke” aktivnosti na Internetu (primer: Instagram, YouTube, i dr.). Polemike o tome kako je moguća umetnost koja koristi nove tehnologije za vlasti-

ti napredak, kao (autonomna) umetnost, s jedne, i postavljanje radikalnih teorijskih pretpostavki da mediji po sebi, ili makar u jednom periodu svog stvaralaštva, jesu umetnost, ili možda preuzimaju njenu nekadašnju ulogu (mimetičku ili kritičku, na primer) u odnosu na konkretne društveno-ekonomske odnose, čime kao artefakti potvrđuju svoju egzistenciju, s druge strane, veoma su aktuelne u teorijskim korpusima znanja o umetnosti, kulturi i medijima našeg doba.

Pošto, međutim, nemamo precizne i sveobuhvatne uvide u to šta je umetnost danas, i može li ona da koincidira sa svetom medija masovnih i novih komunikacija, kao i obratno, onda se – podrazumevajući, pri tom, istorijat razvoja kako umetnosti tako i medija (terminološki, konceptualno, fenomenalistički) – uslovno može zaključiti da se sve što o tome možemo da znamo zasniva na ispitivanju njihovih relacija. Štaviše, da je isprva bitno problemski ih postaviti u uzajamni odnos i posmatrati ih kao jedan fenomen, koji se, potom, refleksivno određuje kako prema (kritičkim) interpretacijama sveta umetnosti, tako i u odnosu na aktuelna tumačenja medijske kulture. Rečju, savremena umetnost, krećući se u pravcu svojih dijalektičko-materijalističkih težnji u pogledu očuvanja autonomije, ali i društvenog angažmana, trebalo bi da subverzivno-kritički deluje unutar čitavog područja medijske kulture. Takođe, svet masovnih i novih medija, sa svoje strane, valjalo bi da vizionarski postavlja izazove za nove stvaralačke strategije, ciljeve i postupke svetu umetnosti. Time bi se ova dva pojma, u svojoj dijalektici kretanja, kritički susrela i delovala podsticajno u smeru obostranog razvoja jedne plodotvorne dimamičke sinteze svojih ukupnih htenja, naporâ i mogućnosti.





---

## PROBLEM JAVNOSTI: PORNOGRAFIJA SAVREMENIH I NOVIH MEDIJA

*I always tell the truth. Even when I lie.*

*(Scarface, 1983)*

Nastojanje da se iz ugla filozofije medija istraži koncept, status, uloga i upotreba termina „javnost” u domenu jedne nove „kulture” mrežnog komuniciranja, svakako podrazumeva izazove redefinisavanja, s obzirom na modalitete korišćenja ovog pojma u interaktivnom komunikacionom prostoru delovanja tzv. „novih medija”, odnosno Interneta i društvenih mreža. Otuda ćemo ovde preispitivati savremeni pojam javnosti, upravo u navedenom kontekstu njegovog mogućeg tumačenja. Javnost, kako tvrdi Ljubomir Tadić, „ima svoje šire, nepolitičko, i svoje uže, političko značenje. U ovom potonjem značenju, ona je tesno povezana sa pojmom tzv. ‘javnog mnjenja’, iako je širi pojam od njega. Javnost je društveni i politički *prostor* u kome nastaje i deluje javno mnjenje. Značenje javnosti je tek onda potpuno kada se ispituju međusobni uticaji i (posebna) značenja *javnog, privatnog i tajnog*.”<sup>1</sup>

Stoga ćemo pokušati da u navedenom duhu skrenemo pažnju na specifični javni/privatni/intimni/tajni prostor Internet platfor-

---

1 Ljubomir Tadić, *Ogled o javnosti*, Univerzitetska riječ, Nikšić, 1987, str. 13.

mi i društvenih mreža kao što su Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, i sl., odnosno na aktuelnu, tehnološkim sredstvima zasnovanu i preoblikovanu sferu interaktivnih i tzv. „društvenih odnosa” unutar njih, te da, naposljetku, ukažemo na činjenicu da se u ovoj oblasti može ispoljiti učestalo manifestovanje kontrolisane pornografije, s jedne strane, dok s druge, nasuprot tome, ona istovremeno može da posluži i kao medijum za pružanje otpora pornografskim procesima globalno uzevši, i to kako u sklopu individualnog, tako i ukupnog društvenog ponašanja. Istražujući u ovom smeru, nameravamo, takođe, da prepoznamo tokove relativizovanja granice između kategorija „javnog” i „intimnog”, što ćemo, potom, dovesti u vezu s alegorijskim promišljanjem pornografije i aktuelnih porno-fenomena, prisutnih u različitim pojavnim oblicima na Internetu i društvenim mrežama.

Imaćemo, pri tom, generalno u vidu navodnu borbu vlasti i bezbednosnih službi širom sveta protiv nekažnjelog distribuiranja i konzumiranja pornografije (posebno dečje pornografije) na Internetu i društvenim mrežama. Pokazalo se, naime, da, kada je reč o zaštiti građana/građanki, a posebno dece, od različitih pornografskih zloupotreba putem medija, zakonska regulativa u ovoj oblasti društvenih relacija nije dovoljna, niti pak delotvorna. U isto vreme, želimo ovde da sugerišemo i to da je već samo konstruisanje interaktivno strukturisanih prostora „društvenosti” i „intimnosti” ujedno, a sagledano u kontekstu dominacije privatnog vlasništva, tržišta i kapitala, pretpostavka ekspanzije, tj. generisanja, distribuiranja i konzumiranja pornografije od strane mrežnih korisnika, te maksimalizovanja njenih učinaka, prenesenih iz realnog u virtuelne prostore „socijalnog” delovanja.

Pornografsko ćemo, dakle, ovde interpretirati kao sam kontekst, na- medijskoj-interakciji zasnovanih, novih oblika ispoljavanja „društvenosti”, odnosno kao onu komponentu interaktivnog medijskog delovanja posredstvom koje se pojam „javnosti” i javnih korisničkih praksa preoblikuje i približava shvatanju „intimnosti”, i obratno. Naime, u slučaju društvenih mreža koje, u opštem smislu reči, simuliraju javni interes i javno dobro istovre-

meno sa zadovoljavanjem individualnih sklonosti korisnika/ca, koincidiranje sa medijski postvarenom intimnošću otvara prostor za pornografiju i slobodno pornografsko delovanje. „Odnos prema zadovoljstvu”, kako piše Milan Ranković u knjizi *Seksualnost na filmu i pornografija*, „bio je u evropskoj civilizaciji uvek tesno povezan sa odnosom između individualnog i društvenog interesa, koji se na različite načine uspostavljao u određenim društveno-istorijskim kontekstima. Zadovoljstvo se uvek pojavljivalo kao interes pojedinca. Nema nekog opštedruštvenog zadovoljstva.”<sup>2</sup> Ovaj konflikt između javnog i društvenog interesa na jednoj, i individualnog zadovoljstva na drugoj strani, čini se da je „uspešno” razrešen u interesnom pomirenju „javnog” i „intimnog” eksponiranja na društvenim mrežama, a u korist fenomena pornografije.

Na osnovu prethodno rečenog, aktuelna upotreba popularnih društvenih mreža mogla bi da posluži kao ilustracija za ono što je (u medijima) preostalo od tzv. „građanske javnosti” (Habermas), a nasuprot pornografiji iščitanoj u interaktivnom ključu, i, najzad, onoj „proleterskoj” javnosti (Negt /Negt/ i Kluge /Kluge/),<sup>3</sup> koja bi valjalo da predstavlja negativni momenat unutar dijalektičkog kretanja ovog pojma, prisutan i prepoznat u novom virtuelnom prostoru kao hakerisanje, *cyber* gerila, piraterisanje, ali i tzv. „amaterska pornografija”, daleko problematičnija od svih drugih oblika ispoljavanja „otpora” prema globalnom konzumerizmu i svetu kapitala, a koji su identifikovani kao svojevrsna alternativa, delujuća u virtuelno umreženom prostoru.

Ako bismo se držali gradacije, koju je u knjizi *Javno mnjenje* predložio Habermas, definisanje „javnosti” bi, zasigurno, bilo u

---

2 Milan Ranković, *Seksualnost na filmu i pornografija*, Prosveta – Institut za film, Beograd, 1982, str. 42.

3 Vid. Oskar Negt and Alexander Kluge, *Public Sphere and Experience*, Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere, Foreword by Miriam Hansen, Translated by Peter Labanyi, Jamie Owen Daniel, and Asenka Oksiloff, *Theory and History of Literature*, volume 85, University of Minnesota Press, Minneapolis, London, 1993.

relaciji s kategorijama „privatnosti” i „intimnosti”. Naime, kako kaže autor: „Sferu tržišta nazivamo privatnom, sferu porodice, kao jezgro privatne sfere, nazivamo intimnom.”<sup>4</sup> I nadalje: „Razvijena građanska javnost počiva na fiktivnom identitetu privatnih ljudi okupljenih u publiku u njihovim obema ulogama: u ulozi vlasnika, i u ulozi ljudi kao takvih.”<sup>5</sup> Za naše istraživanje, u ovim iskazima prisutno je nekoliko važnih momenata: jedan koji se tiče uloge tržišta i privatnog vlasništva u oblikovanju „javnog”, „privatnog” i „intimnog” prostora, dok bi preostala dva, vezana za „prostorno” razlikovanje fenomena o kojima je reč, bila označena tako da asociraju na pojmove „fikcije” i „publike”. „Javni” prostor ovih mreža, predstavljao bi medijsku stranu njihove strukture, „privatnu” sferu bi činila njihova upotreba što je u relacijama sa tržišnim delovanjem (od vlasništva nad računarima i odgovarajućim „softverima”, preko korišćenja mrežnog prostora u funkciji PR-a i marketinških komunikacija, a koja može biti i „tajna”), dok bi „intima” bila tretirana bilo kao ono nevidljivo „mesto” na Mreži (mrežni tabui) koje je zaštićeno od pogleda Drugog, tj. od ostalih korisnika/ca, ili je pak izloženo na uvid selektovanoj „publici” – recimo, FB prijateljima, onima koji nas „slede” (*Followers*) na Twitter-u, i dr.

Međutim, kada su u pitanju tzv. „društvene mreže”, opšte je mnjenje da su ovakve klasifikacije, upotrebljive po analogiji na podele u „građanskom društvu” i reflektovane na medije masovnih komunikacija, u značajnoj meri relativizovane, te da su u *cyber* prostoru novih medija, one gotovo iščezle, tj. da su se prelile u jedan te isti, beskrajni domen Interneta i „društvenosti”, a koji, gotovo u celosti, može biti tretiran kao pomenuta „fikcija”, i to ne bilo kakva, već fikcija prevashodno pornografskog karaktera.<sup>6</sup> Mediji masovnih komunikacija su, naime, sadržajno,

---

4 Jirgen Habermas, *Javno mnjenje*: Istraživanje u oblasti jedne kategorije građanskog društva, Kultura, Beograd, 1969, str. 73.

5 Isto.

6 Indikativan primer, koji ilustruje ovakve instuicije, čini, recimo, „trend” fotografisanja tinejdžerki u toaletu, te postavljanje takvih fotografija na

odnosno programski gledano, delimično ili u potpunosti, u opseg svoje delatnosti uključili i „industriju pornografije”, bilo da je reč o fotografiji, filmu, specijalizovanim TV kanalima, ili manga stripu, na primer. Daljim „demokratizovanjem” medijskog prostora, posredstvom korišćenja društvenih mreža, pornografija postaje besplatna i dostupna svakome ko poseduje računar i priključen je na Internet, kao globalnu mrežu.

Imajući sve ovo u vidu, termin 'pornografija' ćemo ovde koristiti kako u izvornom, tako i u prenesenom značenju, onako kako je to naslutio Žan Bodrijar, kritički ukazujući na fenomene medijskog zavođenja, kao i simulaciju seksualnosti, a na temelju kojih, između ostalog, možemo konstatovati da vulgarizovanu i postvarenu ljudsku seksualnost, kao i ostale pornografske fenomene, treba tražiti i pronalaziti svuda, osim u samoj pornografiji. Istovremeno, pod prošireni pojam „pornografije”, problemski ćemo podvesti i sve one patološke individualne i društvene pojave što se kreću u rasponu od pornografije i globalne porno-industrije shvaćene u užem smislu reči, preko prostitucije, trgovine ljudima i/ili njihovim organima, te masovne zloupotrebe psiho-aktivnih supstanci (droga i alkohola), kao i javnog govora,<sup>7</sup> odnosno vizuelnog prezentovanja u kontekstu prikazivanja „mračnih tajni” čovečanstva (primeri sa Youtube-a, i sl.), što se pojavljuju unutar višedimenzionalno umreženog *cyber* prostora.

Kao početna ilustracija, koja problemski definiše odnos prema hipotezi o (pornografskom) koincidiranju intimnog i javnog prostora, ospoljenog u medijumu privatnosti društvenih mre-

---

Facebook profile: nekada je, naime, ovaj prostor bio tretiran kao realno mesto intime, dok danas to isto mesto, zahvaljujući upotrebi FB mreže, postaje deo javnog komunikacionog prostora, kao nekakva „realna” fikcija.

- 7 Kada je reč o javnom govoru, ovde ujedno referiramo i na Fukoovo stano-  
vište o seksualnosti, koje je, kao svojevrsni *govor o seksualnosti*, u njego-  
vim studijama o istoriji seksualnosti, predstavljen u smislu bitnog obeležja  
našeg doba. Vid. Mišel Fuko, *Istorija seksualnosti: Volja za znanjem*, Pro-  
sveta, Beograd, 1982, str. 137.

ža, može poslužiti video-klip pokreta Neue Slowenische Kunst (NSK)<sup>8</sup>, postavljen na Youtube-u. Reč je, naime, o alternativnom umetničko-teorijsko-ideološkom pokretu koji je tokom 80-ih i 90-ih godina prošlog veka delovao na prostorima bivše Jugoslavije, da bi njegove aktivnosti danas bile proširene u tehnološki konstruisani prostor Interneta i društvenih mreža (FB stranica grupe „Leibach”, i sl.). Ovaj pokret je, u međuvremenu, formirao virtuelnu državu, koja se svojim građanima/gradžankama obraćala koristeći različita komunikacijska sredstva: od susreta uživo na kongresima, preko simuliranja informativnih emisija što izveštavaju gledaoce o događajima u „državi”, na mesečnom nivou. U pomenutom video-klipu, odnosno putem snimka aktivnosti pokreta na Prvom kongresu državljana NSK, održanom u Berlinu krajem 2010. godine, prezentovan je „servis” NSK građana – državni Radar (NSK State Radar), koji bi trebalo, kreirajući svet iluzija, da deluje na „kolektivno telo” svojih državljana/državljanke, a posredstvom novih medija i različitih pojava oblika pop-kulture. U ovom video materijalu, koji, zapravo, predstavlja dokumentarni zapis sa Prvog NSK kongresa, pominje se nekoliko faza delovanja Pokreta, s obzirom na ideju „medijskog progresa” – u prvoj fazi (1 transmiter – 10 000 primalaca), paradigmatu za masmedijsko NSK delovanje, prvenstveno preko muzičkog sastava „Leibach”, predstavlja Jozef Gebels (Goebbels), kao „genije propagande”, drugu fazu čini doba ekspanzije socijalnih medija (10 000 transmitera – 1 primalac), čiji je reprezent bivši predsednik SAD Barak Obama (Obama), dok treću etapu medijskog delovanja NSK-a čine pokušaji „socijalizacije Gebelsa” (10 000 transmitera – 10 000 primalaca), što je u medijskoj praksi označeno kao aktivnost „skeniranja” „vesti”, „blogova”, „foruma” i svih

---

8 NSK su, kao pokret, isprva činili muzička grupa „Leibach”, slikarska grupa „Irwin” i pozorišna trupa „Sester Scipion Našice”, pod vodstvom reditelja Dragana Živadinova. Kulturalni fenomen NSK ubrzo se proširio i na druge oblasti delovanja, tako da ga danas čine i „Noordnung”, „Studio novog kolektivizma”, „Odeljenje čiste i primenjene filozofije” i mnoge druge podgrupe.

„društvenih medija”, sa izuzetkom Facebook-a, odnosno onih sadržaja koji na mreži nisu „javno” publikovani. Ovim je, kako nam se čini, kroz svoj široki umetnički pokret, NSK stigao do ključne tačke naše rasprave: do pitanja „skeniranja” intimnosti, tj. koincidiranja intimne i javne medijske sfere, koja se, u kontekstu mnoštva interakcija na društvenim mrežama, približava realizovanom pojmu pornografije (sloboda mrežnog delovanja) s jedne, i totalitarizma (kontrola mrežnih aktivnosti), s druge strane.

„Pornografija je”, kako tvrdi bivša porno-glumica, striptizeta i prostitutka Šeli Luben (Lubben), opisujući „tajne porno industrije” u knjizi *Istina iza pornografske bajke – najveće iluzije na zemlji*, „ropstvo modernog doba za hiljade žena i milione zavisnika koji ne mogu da prestanu da je gledaju”.<sup>9</sup> Drugim rečima, pornografija je fikcija, ali i oblik društvene realnosti njenih protagonista/protagonistkinja, kao i onih korisnika/ca što nekritički, a pakatkad i u ulozi ovisnika/ca, participiraju u globalnoj, multimedijalnoj sferi „društva spektakla”. A kako je voajerizam/egzibicionizam konstitutivni deo, odnosno uslov interakcije korisnika/ca u polju „društvenosti” mreža poput Facebook-a ili Youtube-a, na primer, to su one strukturalno preparirane za svojevrsnu demokratizaciju pojava kao što je *cyber* seks, odnosno tzv. „porno-emancipacija”. Nasuprot očevidnom, i tehnički potpomognutom voajerizmu/egzibicionizmu korisničkog ponašanja, stoji fluidnost pornografije na društvenim mrežama, što je, prema našem uverenju, rezultat njene teško raspoznatljive pojavnosti, izuzev pornografije shvaćene u užem smislu reči, pošto je sama „priroda” zajednica na društvenim mrežama „fiktivna”, a ujedno i realna tj. prezentna na nivou fenomena. Ovaj paradoks vidljivosti i nevidljivosti, sveprisutnosti i odsutnosti sfere seksualnosti (i pornografije) u prostoru novih medija i društvenih mreža, a s obzirom na kontekst privatnih (komercijalnih) interesa vlasnika koji

---

9 Vid. tekst „Pornografija – ropstvo modernog doba za hiljade žena i milione zavisnika (video)”, na stranici: [www.Srbel.net/2013/02/10/pornografija-ropstvo-modernog-doba-za-hiljade-zena-i-milione-zavisnika-video/](http://www.Srbel.net/2013/02/10/pornografija-ropstvo-modernog-doba-za-hiljade-zena-i-milione-zavisnika-video/).

počivaju u njihovoj osnovi, čini ih posebno prijemčivim za kako filozofsko, tako i teorijsko-medijsko problematizovanje.

Definisanje pornografije, posebno u domenu korisničkog ponašanja na društvenim mrežama, iniciralo je – osim administrativne mere „cenzure”, aktivirane na osnovu prijavljivanja postavljanja i razmene pornografskih sadržaja, kao i drugih vidova zloupotreba od strane umreženih korisnika, te ciljanog praćenja ponašanja na mreži, čime se, između ostalog, bave bezbednosne službe kao što je FBI, na primer – i teorijska razmatranja ovog fenomena, najčešće pokrenuta od strane feministički orijentisanih teoretičarki kulture i medija. Tako je, krajem oktobra 2012. godine, na Univerzitetu u Londonu, pokrenuta interdisciplinarno koncipirana debata o pornografiji u medijima, pri čemu je ovaj fenomen preispitivan sa stanovišta prava, društvenih nauka (sociologija), teorije medija i feminističkih studija; na prezentacijama i debati koja je potom usledila, razmatrana su pitanja koja se tiču „opresivnih”, odnosno „ekspresivnih” formi pornografije, zatim problematike koja se vezuje za teme seksualnog obrazovanja, legalnih aspekata pornografije, kontroverzi povodom prava na slobodno manifestovanje seksualnosti i institucije cenzure, reprezentovanja pornografije s obzirom na pitanja etniciteta i slično. Događaj je bio promovisan i kao FB *event*, na koji se prijavilo preko stotinu potencijalnih posetilaca ove društvene mreže, prvenstveno sa univerziteta širom UK, te iz sveta medija, potom aktivista/kinja LGBT populacije, i mnogih drugih.<sup>10</sup>

Osim zvaničnih oblika borbe protiv pornografije na društvenim mrežama, i to prvenstveno onih koje su vizuelnog, odnosno multimedijalnog karaktera, sami korisnici/ce, organizovani u različite grupe, pokazuju da se protiv pornografije može delovati i „iznutra”, tj. iz same mreže, bilo da je reč o popularnim platformama kao što su FB ili Youtube, ili pak o njihovim aplikacijama u

---

10 Vid. Facebook *event* koji je kreirala S. Bertrand-Šelton (Bertrand-Shelton) pod nazivom: „Let’s talk about porn”, događaj je realizovan na: Royal Holloway, University of London. Arts Building, Lecture Hall 1, dana 26. oktobra 2012.



mediju mobilne telefonije. Ovakvi načini samoorganizovanja na društvenim mrežama (FB grupe kao što su: „No to FB pornography”, „Stop pornography”, „Stop Porn Culture”, „Stop pornography Available to Kids on Iphone/Itouch”), odnosno pojedinačne inicijative pokrenute, recimo, na Twitter-u: „Stop talking about pornography”, „Protect Children”, kao i različito artikulisani apeli na predstavnike filmske industrije, reditelje poput Tarantina (Tarantino), na primer, služe kao neka vrsta upozorenja određenim akterima i akterkama da prestanu s pornografskom praksom u svetu medija.

Bilo da je reč o pornografskom govoru ili o vizuelnoj predstavi, zaključak koji se nameće jeste da javnost (intime) društvenih medija postaje svoja vlastita predstava, a da je ono što ona reprezentuje *uvek već* pornografija (sve je tehnički dostupno svima koji su umreženi, tj. vlasnicima kao korisnicima Internet usluga). Otuda je, prema našim uverenjima, pojam/termin *javnosti* (artikulisan bilo u singularitetu ili u pluralitetu) pretrpeo transformaciju time što se strukturalno, zahvaljujući Internetu i društvenim mrežama, a usled mogućnosti tehničkog posredovanja intimnosti, deformisao u nekakav hiperrealni prostor javne intimnosti; ukoliko se, uz to, uzme u obzir i činjenica da ovaj prostor predstavlja privatno vlasništvo, tj. da egzistira u zadatim okvirima kapitalističke privrede, onda je on i finansijski utemeljen u sferi profitabilnosti – što direktno ukazuje na njegov otvoreni ili prikriveni tržišni (pornografski) karakter. Kako bismo detaljnije obrazložili ovu tezu, poslužićemo se primerima koji se bave medijem fotografije i njenom simuliranom „piktualnošću” u digitalnom carstvu *photoshop*-a (koji je preplavio kako mas-medije: film i televiziju, tako i nove medije, odnosno Internet i pojedine društvene mreže), a u kontrastu sa provokativnom i angažovanom fotografijom, realizovanom na temu „pornografije”.

Zašto je baš medijum fotografije odabran za demonstriranje dokaza o pornografskim svojstvima društvenih mreža, a ponajviše Facebook-a? Najpre, Facebook je globalna društvena mreža sa najvećim brojem korisnika/ca; ona je, uz to, i tehnički demokrati-

zovani prostor programiran za multimedijalno delovanje, u kome je digitalna fotografija, pored video-klipova i tekstualnih poruka, najzastupljeniji instrument manifestovanja fenomena globalizovane kulture. U tekstu koji problematizuje nestanak moderne umetnosti pod naletima „savremenih” trendova globalizacije – „Globalization: The End of Modern Art”,<sup>11</sup> autor članka fotografiju određuje kao onaj medijum koji stoji između „reprezentacije umetničkih značenja i reprezentacije objekata”<sup>12</sup>, što je posledica supstitucije objekta predstavljanja samom reprezentacijom. Otuda se fotografija javlja ne više kao medijum reprezentovanja realnosti, nego kao tzv. „medijska realnost” (*media reality*). Ona, kako izgleda, najadekvatnije ilustruje obrt koji se dogodio na planu umetnosti, tj. odnosa medija i umetnosti u našem vremenu. Pored ovoga, u istom tekstu tvrdi se da čitav XX vek, koji je otpočeo fotografijom, predstavlja eru njene „hegemonije”, o čemu svedoče slikarstvo Frensis Bejkona (Bacon), specifična posredovanja slikarstva i fotografije Endija Vorhola (Warhol), skulpture Konstantina Brankušija (Brancusi), nastale pod uticajem fotografije, i sl., dok je foto-dokumentacija bila obavezna pratnja umetnosti performansa, land art-a, itd., da bi, naposljetku, fotografija postala neka vrsta podmeta i građe za sve vizuelne medije (*media of images*): film, video, televizija, kompjuteri. Štaviše, moglo bi se reći da digitalna fotografija, definisana u kontekstu novih medija i društvenih mreža, i dalje dominira u multimedijalnoj oblasti savremene umetnosti. Prisutna kao medijum reprezentovanja medijske realnosti, a upotrebljena u kontekstu delovanja društvenih mreža, ona najviše pogoduje etikeciji pornografije, interpretirane u smislu koincidiranja intimnog i javnog, do čega je nama u ovom članku stalo.

U tom kontekstu tumačenja, indikativna je poruka objavljena na Twitter-u (adresa: FotoStop@foto\_stop), a koja skreće pažnju na Internet stranicu gde se nalazi tekst o umetnici Sali Men

---

11 Peter Weibel, „Globalization: The End of Modern Art?”, na stranici: [www.blog.zkm.de/en/editorial/globalization-the-end-moder-art/](http://www.blog.zkm.de/en/editorial/globalization-the-end-moder-art/).

12 Isto.

(Mann) koja je izložila kolekciju fotografija svoje dece, postavši, zbog toga, predmet različitih, uglavnom kontroverznih interpretacija svojih kritičara. Naime, fotografije dece, koje smo navikli da susrećemo, kako u štampanim medijima tako i na Internetu i društvenim mrežama, obično predstavljaju mališane uzrasta do deset godina, prikazujući, uglavnom, momente njihovog zdravog i srećnog detinjstva. Ovakve fotografije s natpisima, odnosno citatima (*Quotes*) ili bez njih, često su predmet distribucije na društvenim mrežama kao što je Facebook, na primer, a mogu se sresti i u amaterski montiranim nizovima (pojedinačnim kadrovima), odnosno u video-klipovima postavljenim na mrežu Youtube, i sinonim su za kič i šund produkciju u ovoj oblasti izražavanja.

Nasuprot tome, na društvenim mrežama neretko možemo percipirati i fotografije dece iz tzv. Trećeg sveta, koje su napravili turisti – najčešće pripadnici tzv. srednje klase – eksploatišući decu siromašnih, koja za malu ili nikakvu materijalnu nadoknadu poziraju pred foto-aparatom, poput egzotičnih i retkih ptica ili životinja. Ove amaterski snimljene fotografije siromašne dece, najčešće potekle iz Afrike, a koje se učestalo distribuiraju preko društvenih mreža, nisu, pri tom, deo nekakve društvene kritike prilika vladajućih u državama „zelenog kontinenta”, kao i ostalim zemljama tzv. Trećeg sveta, već predstavljaju jednu vrstu „suvenirna” globalne turističke industrije.<sup>13</sup> Slično, i profesionalno urađene fotografije siromašnih mališana, obrađene u *photoshop*-u, promovisu pre jeftini sentimentalizam bogatih, nego što provokiraju kritičko mišljenje i svest o teškom klasnom i društvenom položaju današnjeg deteta.<sup>14</sup>

---

13 Reč je o tzv. „Poverty” ili „Slum” turizmu, koji govori o vizuelnoj „fascinaciji” vladajuće klase najnižim slojevima društva, a najčešće siromašnom decom Afrike. Naime, radoznalost pripadnika više ili srednje klase („Prvi svet”), u odnosu na siromašne, medijski uglavnom nevidljive i potlačene širom planete, često se predstavlja kao jedan od faktora razvoja lokalne ekonomije, a zapravo je u pitanju eksploatacija gladne dece u svrhu turističke i medijske industrije, tj. sveta kapitala.

14 Ovaj problem je danas, međutim, toliko očigledan da i društvene mreže, poput Facebooka, na određenim profilima, na njega reaguju. Primera

I konačno, na društvenim mrežama je, kako je poznato, čest slučaj distribuisanja i „konzumiranja” dečje pornografije, pri čemu je fotografija jedan od osnovnih medija prikazivanja zloupotrebe dece u pornografske svrhe. Prethodnicu ekspanzije dečje pornografije na društvenim mrežama činila je, svakako, filmska industrija, koja je pripremila teren za masovnu potrošnju porno-produkcije čiji su protagonisti deca i maloletnici. U svojoj knjizi *Seksualnost na filmu i pornografija* Milan Ranković, povodom dečje pornografije u mediju filma piše sledeće: „Ubedljiv dokaz da se kapitalistička težnja za profitom, ukoliko nije ograničena višom (najčešće državnom) silom, ne zaustavlja ni pred kakvim moralnim obzirima, niti pred bilo kojim drugim preprekama koje nalaže humanost, jeste i već relativno masovno zloupotrebljavanje dece u porno-produkciji, i to ne samo u pornografskim fotosima i časopisima, već i u porno-filmovima.”<sup>15</sup> Cenzura, kao vid kontrolisanja ove sfere – bilo zakonskim sredstvima ili primenom nekih drugih administrativnih mera, pokazala se samo delimično delotvornom kada je reč o filmu, a potpuno neadekvatnom u domenu delovanja društvenih mreža.<sup>16</sup> Naravno, osim dečje pornografije – najčešće plasirane i razmenjene u formi digitalne fotografije, filmova ili video-klipova – distribucija porno-snimaka odraslih, a posebno devojaka i žena, uzela je, u poslednje vreme, maha na gotovo svim društvenim mrežama. S ovim u vezi, interesantan je

---

radi, na popularnom antiglobalistički definisanom FB profilu pod nazivom „Blindfold”, u formi „plakata”, istaknuta je činjenica koja korisnicima ove mreže treba da posluži kao jedna vrsta turbog upozorenja: „Every minute two children are sold into slavery”.

15 Milan Ranković, *Op. cit.*, str. 207.

16 „Korišćenje dece u porno-filmovima je ‘prirodan’ nastavak razvoja dečje prostitucije u svetu. Legalizovana prostitucija, kao grana ‘biznisa’, ‘razvija’ se u svim pravcima u kojima je moguće ostvariti profit. Prema tome, porno-filmovi sa decom kao protagonistima samo su nusprodukt velike ‘industrije seksa’ koja počiva na prostituciji (...). Tako se ovaj vid porno-produkcije javlja kao indikacija jednog suštinskog društvenog problema, vezanog za, u kapitalizmu proklamovanu, univerzalnu slobodu biznisa, apsolutizovano pravo da se može tržištu ponuditi sve što se na njemu može pretvoriti u novac.” Isto, str. 208.

podatak da je Evropski parlament u Strazburu, sredinom marta 2013. godine odbacio rezoluciju kojom se zabranjuje pornografija na Mreži, što je izazvalo talas nezadovoljstva u evropskoj javnosti, iako je argumentacija odbacivanja rezolucije išla u pravcu odbrane „slobode govora i ljudskih prava”, te onemogućavanja provajdera da „nadziru svoje korisnike i kontrolišu njihov privatni sadržaj”.<sup>17</sup>

Negde između ovih ekstrema, pojavljuje se revolucionarni rad fotografkinje Sali Men, koja je svoju decu fotografisala u raspoloženjima i situacijama što predstavljaju njenu „sliku” njihove realnosti: deca su fotografisana naga, a njihova foto-tematizacija je bila povezana s depresivnim stanjima, anksioznošću i prizorima smrti. Izazivajući snažne i oprečne emotivne reakcije kod recipijenata, fotografije Saline dece, potekle iz ranog perioda umetničkog rada ove američke fotografkinje, pokrenule su mnogobrojne debate o pornografskoj eksploataciji dece, ali i samog medija umetničke fotografije, o čemu je snimljen i dokumentarni film, u produkciji Zeitgeist-a, a koji je na stranicama globalne virtuelne knjižare Amazon.com. preporučan kao filmski projekat o fotografkinji čiji rad „pruža izazov posmatraču u pogledu vrednosti i moralnog stava.”<sup>18</sup>

Sledeća mrežna destinacija za promociju pornografije na Internetu, delujuća isključivo u domenu fotografije, jeste „Instagram”, aplikacija koja služi za distribuisanje fotografija, u funkciji brze razmene „slika” (*images*) u virtuelnom prostoru. Ovaj tzv. „raj društvenog umrežavanja” (*Eden of social networking*), osim razmene fotografija čije su teme ishrana, butici, pitoreskni pejzaži i zalasci Sunca, flora, fauna, i sl. postao je popularan, pre svega, zahvaljujući razmeni pornografskih foto-sadržaja, pa otuda potiču i nezvanični nazivi: „Sexstagram”, „Instaporn”, „Handbra”, i

---

17 Vid. tekst: „Bez zabrane pornografije u EU”, Elektronske novine (E-Novine), na stranici: [www.e-novine.com/svet/svet-vesti/80626-Bez-zabrane-pornografije.html](http://www.e-novine.com/svet/svet-vesti/80626-Bez-zabrane-pornografije.html).

18 Vid. na stranici: [www.Amazon.com.](http://www.Amazon.com), „What Remains: The Life and Work of Sally Mann”, Zeitgeist Films, 1993.

drugi. Uz ovo, Instagram ne samo da predstavlja društvenu mrežu za razmenu fotografija sa oznakom „X”, nego je i popularno „mesto” za pronalazak seksualnih partnera, te praktikovanje tzv. sajberseksa (*cybersex*) prilagođenog dobu vladavine socijalnih mreža (*the social media age*).<sup>19</sup>

Ono što pojedini teoretičari i teoretičarke umetnosti, medija i kulture vide kao ključnu razliku između masovne porno-industrije, koju su zastupali film, pojedine televizijske stanice (najčešće kablovske), specijalizovani časopisi i video-produkcija, kao mediji masovnih komunikacija, i pornografije prisutne na društvenim mrežama, vezano je za procese tehničkog demokratizovanja novih medija u svrhu porno-potrošnje. Naime, moćnu pornografsku industriju, plasiranu kroz medije masovnih komunikacija, u novije vreme zamenjuje tzv. „amaterska pornografija”, prisutna na gotovo svim društvenim mrežama, koja ovaj fenomen čini tehnički dostupnim i besplatnim, potencijalno gledano, za sve korisnike ovih mreža. Upravo to besplatno distribuiranje pornografije preko Interneta i društvenih mreža, a posebno Youtube-a, navodi se kao primer subverzije pornografske filmske i DVD industrije. U intervjuu na ovu temu, pod naslovom „Internet Amateurs Threaten Porn Industry”<sup>20</sup>, tvrdi se da je tehnologija u prošlosti bila u bliskoj relaciji sa pornografijom (video-tejpovi, DVD, a zatim i Internet), da bi besplatni porno sajtovi i snimci amaterâ danas predstavljali ozbiljan udarac industriji zabave, zadat od strane tzv. „do-it-yourself” Internet pornografije. Ovaj fenomen objašnjava se time što aktuelna filmska i DVD porno-industrija nije mogla da zadovolji narastajuće interesovanje konzumenata za najrazličitije porno-sadržaje, tako da je dobila konkurenciju zahvaljujući društvenim mrežama koje su besplatne i otvorene za sve korisnike

---

19 Vid. tekst: Bianka Bosker, „Instaporn: Porn, ‘KikSex’ Lurk Just Inside Instagram’s Photo Eden”, na stranici: [www.huffingpost.com./2012/08/30/instagram-porn\\_n\\_1842761.html](http://www.huffingpost.com./2012/08/30/instagram-porn_n_1842761.html).

20 „Internet Amateurs Threaten Porn Industry”, intervju sa Kler Hofman (Hoffman), oktobra 2007., na stranici: [www.npr.org/templates/story.php?storyid=15631011](http://www.npr.org/templates/story.php?storyid=15631011).

i korisnice što su u posedu računara i mogu da se „uloguju” na neku od postojećih mreža.

Međutim, ideologija „slobodne” i besplatne pornografije, koju umesto profesionalnih glumaca snimaju i „režiraju” amateri – postavljajući svoje priloge, relativno jednostavno, na društvene mreže – i koja je najčešće nalik žanru kućnog videa (*home video*), takođe se ravna prema tržišnim zakonitostima, iako privid slobode, tehnička dostupnost i mogućnost besplatnog korišćenja predstavljaju bitnu komparativnu prednost u odnosu na medije masovnih komunikacija. Ali, s ovim u vezi, treba imati u vidu da mediji i dalje deluju sistemski i „sinergetski” (tradicionalni i tzv. novi mediji), kada je reč o sticanju profita posredstvom eksploatacije seksualnosti. Tako se, primera radi, u nizu članka o amaterskoj pornografiji tabloidnih dnevnih novina *Kurir* čitateljima sugerišu uputstva za snimanje kućnog videa, uz kratko obrazloženje da se na tržištu pornografije sve češće mogu naći amaterski porno-snimci, sa kojima se, za razliku od onih „glamuroznih” i „estetizovanih”, „konzumenti lakše poistovećuju”, povezujući se, pri tom, i sa drugim „amaterima” što proizvode slične pornosadržaje, najčešće preko popularnih društvenih mreža. Njihova „demokratskiost” se, pri tom, manifestuje i u tome što „amatersku pornografiju snimaju svi, od televizijskih zvezda, političarâ, sportista do domaćice.”<sup>21</sup> No, to ne znači da je snimanje ovakvih fotografija, filmova ili klipova besplatno (naprotiv, to može biti unosna investicija za buduću eksploataciju); oni, takođe, mogu biti deo PR strategije koja posredno donosi simboličku ili materijalnu dobit, ili obezbeđuje povlašćeno mesto „slobode” samo za one umrežene konzumente, koji poseduju modem i kompjutersku opremu.

Ukratko, društvene mreže su pogodna infrastruktura za nekontrolisanu proliferaciju pornografije. Na jednoj strani, o tome svedoči enormni porast pornografskih sadržaja što cirkulišu pu-

---

21 „Uputstvo kako da snimate kućni pornić”, *Kurir*, na stranici: [www.kurir-info.rs/uputstvo-kako-da-snimite-kucni-pornic.clanak-113987](http://www.kurir-info.rs/uputstvo-kako-da-snimite-kucni-pornic.clanak-113987).

tem Interneta, koristeći tip „socijalnog” umrežavanja u kome je tehnički moguće da „svako komunicira sa svakim”. Osnovni razlog za eskalaciju pornografskih sadržaja na Internetu i društvenim mrežama jeste beskonačni virtuelni prostor i faktička nemogućnost njegovog kontrolisanja, cenzurisanja i adekvatnog sankcionisanja korisnika/ca (osim u izuzetnim slučajevima zloupotrebe). Takođe, u porastu je, u odnosu na industrijsku pornografiju iz prethodnog perioda, tzv. „amaterska pornografija” (koju u poslednje vreme podržavaju i mediji masovnih komunikacija, naročito tabloidna štampa), zbog njene dostupnosti, mogućnosti besplatnog konzumiranja, kao i sveopštih trendova seksualnog egzibicionizma/voajerizma i skopofilije, kojima pogoduje društveno-mrežno komuniciranje. I najzad, sama struktura socijalnih medija, njen neslućeni potencijal u pogledu tehnicizovanih oblika podudaranja javne sfere i intimnosti, što se događa u mediju privatnog vlasništva, dakle, u domenu tržišnih relacija, vodi do radikalnog zaključka da je reč o pornografiji kao najzastupljenijem obliku i sadržaju *cyber* komuniciranja. Ona, pri tom, nije nužno seksualne, ali je svakako, posmatrano u simboličkoj ravni reflektovanja, stvar one razmene intimnosti koja postaje javnog karaktera, a odvija se u domenu privatnog vlasništva, i to po tržišnim merilima, što predstavlja konstantu, unapred uračunatu u ovaj vid komunikacije i projektovane „društvenosti”.



---

## KRIZA ŠTAMPE I KONTROVERZNI POJAM POLITIČKE KOREKTNOSTI

*In nineteen eighty-four, the Ministry of Love promoted nothing but hatred and the Ministry of Truth spread nothing but lies. Although totalitarianism of the kind described and analyzed by Orwell has all but disappeared from the face of the Earth, give or take a country or two, totalitarianism of another, softer kind is marching its slow way through the institutions. In the name of diversity and tolerance, it enforces uniformity and bigotry: and there is no vice as insidious as that which, in the search for power, takes itself for virtue.<sup>1</sup>*

Kriza štampanih medija, u eri dominacije globalizovanih (tržišnih) komunikacija, obično se „meri” kvantitativnim indikatorima – rapidnim opadanjem tiraža, potrošnje i čitanosti dnevne i nedeljne štampe, usled čega, navodno, dolazi do „pada kvaliteta” pojedinih priloga, pa i čitavih izdanja, te njihovog okretanja ka merkantilno isplativijim „vrednostima”, što su identifikovane kao senzacionalizam, tabloidizacija, „žutilo”, i sl. Oni štampani mediji, bilo da je reč o njihovim materijalizovanim, ili *online* izdanjima, koji su uspeli da se održe na tržištu, a ne podlegnu

---

1 Vid. na stranici: [www.libertylawsite.org/2012/11/27/the-uks-policy-of-truth-v-existential-failure/](http://www.libertylawsite.org/2012/11/27/the-uks-policy-of-truth-v-existential-failure/).

ovom globalnom trendu, baveći se, prevashodno, informativnim sadržajima, nisu se rešili problema ideološke prirode: odolevaajući pritiscima ekonomije i ideologije cirkulisanja simboličkog kapitala, prećutno su, odnosno manje-više nekritički, prihvatili *dictum* tzv. političke korektnosti (*political correctness*, skraćeno: PC), koji je najčešće asimilovan kao jedna od značajnih kulturnih vrednosti inkorporiranih u uređivačke politike današnjih štampanih medija, ili još upadljivije, kao imperativ politike čitanja, nametnute recipijentima-komentatorima što učestvuju u *online*, odnosno interaktivnoj komunikaciji s medijima. Drugim rečima, u šablon političke korektnosti, trebalo bi da se uklopi ne samo politika pisanja i objavljivanja novinskih članaka, već i politika čitanja, interpretiranja i prenošenja određenih informacija do njihovih krajnjih korisnika.<sup>2</sup>

Cilj našeg rada je preispitivanje krize štampe, koja se, između ostalog, manifestuje s obzirom na prisutni kontekst konfuzije političkih, ideoloških i kulturnih vrednosti, što zahvataju globalizovani komunikativni prostor, pri čemu je jedan od bitnih pokazatelja ove krize najpre nekritičko uvođenje, a potom i relativno neutemeljeni otpor primeni sintagme „politička korektnost” u medijima, što nadalje proizvodi nove kontroverze kada je reč o korišćenju jezika štampanih medija, ilustracija (karikature, fotografije, i dr.) i printanih priloga uopšte, a koji treba da predstavljaju, u načelu, odnos medija prema stvarnosti, i konsekvantno tome, oblikuju određene društvene prilike, norme i vrednosti. Značenje i upotreba ove sintagme u štampanim medijima ne iscrpljuje se, međutim, u odgovarajućim jezičkim ili vizuelnim rešenjima, što direktno prizivaju teme kao što su, na primer, multikulturalizam,

---

2 U tekstu „Politička korektnost”, objavljenom u listu *Danas*, kolumnista Miloš Vasić, u uvodnom delu članka, šaljivim tonom, iznosi sledeće „upozorenje”: „Tekst koji sledi sadrži eksplicitne primere politički nekorektnih stavova. Stavovi su autorovi, mada se ne isključuje mogućnost da ih deo čitalaca deli. Pre čitanja, posavetujte se sa svojim duhovnikom, ili savetnikom za političku korektnost. Naknadne reklamacije se ne primaju.” Vid. Miloš Vasić, „Politička korektnost: službena beleška”, dnevni list *Danas*, Beograd, 20. 04. 2013.

tolerancija, drugost, različitost, i dr., već se na fenomen upotrebe „političke korektnosti” gleda i šire uzevši, u smislu stepena zastupljenosti (ili nezastupljenosti), odnosno medijskog pokrivanja onih tema i oblasti društvenog života koje pretpostavljaju PC ideologiju, što bi, prema očekivanjima – koja u istraživačkoj praksi još nisu u dovoljnoj meri potvrđena<sup>3</sup> – trebalo da dovede do određenih uticaja na društvenu stvarnost, tj. konkretnih promena u njoj. Međutim, tzv. „usidrenost” u socijalnu realnost, koju bi valjalo da obezbedi upotreba ove pojmovne sintagme prvenstveno u informativnim medijima, kako tvrde učesnici debate o PC-u, autori članka „Media Coverage of the 'Political Correctness'” („Medijsko pokrivanje i 'politička korektnost'”) nije izvesna, te se, u vezi s ovom konstatacijom, može postaviti pitanje – čemu korišćenje „političke korektnosti” u štampanim i svim ostalim medijima, ukoliko je ona puki konstrukt stvarnosti.

Najpre, prilikom tumačenja upotrebe pojma PC, generalno uzevši, trebalo bi imati u vidu činjenicu da je reč o sintagmi čije se prvobitno značenje, tokom poslednjih nekoliko decenija bitno transformisalo, čak u tolikoj meri, da mu pojedini kritičari pripisuju vrednosno suprotne konotacije. Naime, umesto da promoviše osnovna ljudska prava i univerzalne vrednosti, prema interpretacijama kritičarâ, primena političke, etičke i kulturološke konvencije „političke korektnosti” u medijskom prostoru, često dovodi do suprotnih efekata koji se, sažeto rečeno, mogu svesti na gušenje slobode mišljenja i izražavanja – dakle na represiju, u izvesnom smislu reči – cenzuru, i utiranje puta ka tzv. „mekom totalitarizmu”. Ovo je, ujedno, i glavni razlog, zbog čega je pomenuta sintagma izašla na loš glas ne samo među profesionalcima u oblasti medijske industrije, već i kod najšire čitalačke publike.

U globalnom medijskom prostoru, naime, primetne su razlike u tzv. „jezičkoj osetljivosti” na određene teme (recimo, evidentna

---

3 Vid. D. Charles Whitney, Ellen Wartella, „Media Coverage of the 'Political Correctness' Debate”, *Journal of Communication*, Volume 42, June, 1992, str. 83.

je posebna senzitivnost britanskih medija na LGBT problematiku, ili nemačkih u odnosu na terminologiju potekli iz epohe vladavine nacionalsocijalizma, kao što je, recimo, slučaj s upotrebom reči ‘Führer’, a u komparaciji s korišćenjem takvih termina kod Kineza<sup>4</sup> ili Arapa), što je posledica povesnih, ideoloških, političkih i kulturnih razlika koje jezik globalnih medija (pa i štampe) nastoji da „niveliše”, kako bi postao prihvatljiv za većinu konzumenata. Uz to, može se konstatovati i sledeće: ne samo da povesne činjenice ili kulturni artefakti utiču na (re)kreiranje ove naročite „osetljivosti”, sve češće prisutne u domenu jezika (medija), etike, prava i politike, već u tome participiraju i kulturalni, verski i ostali tabui i stereotipi, utičući na generisanje potrebe za univerzalnim normiranjem jezika medija, navodno u funkciji zaštite građanskih prava i sloboda (za šta se, u isto vreme, zalažu pobornici ideje političke korektnosti, ali i njihovi oponenti), a zapravo u svrhu adaptiranja tržišta informacija za protok i razmenu simboličkog kapitala.

Upravo zbog te činjenice, u tekstu se nećemo opredeljavati *pro* ili *contra* u odnosu na definisanje i razumevanje pojma PC, već ćemo nastojati da, na osnovu njegove moguće upotrebe i zloupotrebe u štampanim medijima, pokažemo da su obe navedene ideološke prakse konstitutivne za modelovanje kulturalne i društvene stvarnosti, te da istovremeno predstavljaju socijalno poželjan konstrukt na temelju koga se, između ostalog, može odrediti uloga štampe u odnosu na pitanje (društvene) istine, ili pak njeno interpretativno relativizovanje. Ukratko, kriza istine i vrednosti što su u relaciji s njom, proizvodi konfliktualnu medijsku sliku stvarnosti, u kojoj se neprestano vodi bitka za interpretaciju (a ne za istinu), čime se ugrožava osnovna misija i vladajuće očekivanje u odnosu na sve medije, pa i na štampu, što zatim utiče na opadanje kvaliteta priloga, prevashodno s obzirom na gubitak bazične vrednosne orijentacije koju u medijskoj i kulturalnoj

---

4 Upor. Marie Todeskino, Dunja Dragojević, „Kultura i lifestyle: Politička korektnost – koje riječi su tabu?”, DW, 12. 02. 2013. na stranici: [www.dw.de/politicka-korektnost-koje-riječi-su-tabu/a-16590813](http://www.dw.de/politicka-korektnost-koje-riječi-su-tabu/a-16590813).

praksi supstituišu određeni konstrukti, poput famozne „političke korektnosti”. Dakle, kriza štampe je, po našem mišljenju, rezultat vladajućeg vrednosnog relativizma, odnosno konfuzije koja proističe iz zamene potrage za istinom – što je u početku bila i osnovna svrha žurnalizma – uredničkim „balansiranjem” i uvodjenjem konvencija (programska, izdavačka, medijska politika) koje pretenduju da regulišu ne samo određene informacione tokove, nego i celokupnu javnu sferu komuniciranja.

Iako se pojam političke korektnosti primenjuje u širem društvenom kontekstu, kao opšteprihvaćena vrednosna kategorija kultura razvijene demokratije, njegova upotreba u medijima – dakle, i u štampi – posebno je naglašena i diskutabilna. S jedne strane, on je proizvod duha jednog vremena, sistema i kulture (tj. vladajućih narativa posmatranih u određenom povesnom kontekstu), a s druge je i sam, u izvesnom smislu, konstitutivan za aktuelne medijske, odnosno kulturalne prakse našeg doba. Za razliku od ideologije većine tekstova savremene kulture koje je, primera radi, Fredrik Džejmson okarakterisao kao domen rada „politički nesvesnog”,<sup>5</sup> kada je reč o političkoj korektnosti, u pitanju je, čini se, proces posve drukčije prirode: određenim političkim angažmanom, a posredstvom aktivnosti medija masovnih komunikacija, tendenciozno i svesno se deluje na, ako bi se tako moglo reći, „nesvesno kulture”. Izvesno je, naime, da medijaciju između demokratskog kapaciteta vrednosti „političke korektnosti” i sveta kulture obavljaju mediji, te da, stoga, oni postaju poprište borbe za „validnu”, odnosno „korektnu” interpretaciju: kako u sferi masovnog komuniciranja, tako i u svetu društvenih odnosa i kulture.

Zapravo, simuliranje politički konstituisanih vrednosti koje su za antički svet demokratije, odnosno za grčki *polis*, značile težnju ka istini i opštem dobru, a danas su redukovane na obim pojma PC, postaje jedna nova kulturalna paradigma, što se, u svom

---

5 Fredric Jameson, *The Political Unconscious: Narrative as Socially Symbolic Act*, Ithaka: Cornell UP, 1981.

nereflektovanom obliku, ponajviše javlja u domenu jezika, potom unutar popularne kulture, kao i u okvirima delovanja tzv. „kreativnih industrija”. Osim toga, ova težnja se najčešće podupire i pozitivnim pravom, tj. onim propisima i aktima, te odgovarajućim dokumentima, gde je inkorporirana kao opštevažeća vrednost, pri čemu se uglavnom negativno definiše kao antidiskriminatorska,<sup>6</sup> čime se posredno afirmiše, primera radi, ideja rodne ravnopravnosti ili kulture mladih, u komparaciji s dominantnim modelima tzv. „roditeljske” kulture. Značajan oslonac ovoj tendenciji čini, svakako, i obrazovni sistem koji strateški normira i „harmonizuje” ponašanja svih slojeva društva u određenoj zajednici. Nadalje, politička korektnost može se tumačiti i kao poseban način interpretiranja istorije (*politically correct history*),<sup>7</sup> tj. kao specifična varijanta kolektivnog pamćenja i znanja vezanog za društvenu zajednicu (*common knowledge*),<sup>8</sup> što naposljetku može dovesti do izvesne „vrednosne disonance” (*values dissonance*).<sup>9</sup>

Na drugoj strani, ovaj fenomen se može razmatrati i kao sastavni deo onih savremenih politika u kulturi, kao i medijskih politika koje, u izvesnom smislu, ukazuju na socijalni položaj određenih manjinskih grupa koje treba zaštititi od potencijalne ili realne represije većine. To je od velikog značaja kada je reč o problemima prevencije rasizma, odnosno svakog vida ugnjetavanja koje je koncentrisano na neku manjinsku kulturu, čija je društvena prepoznatljivost percipirana kao „različitost”. S tim u vezi, pokatkad određene kulturalne i medijske prakse prerastaju u procese tzv. „pozitivne diskriminacije” manjina, što svakako predstavlja svojevrsni socijalni konstrukt, dok određena empi-

---

6 Upor. Jasmina Čaušević, Sandra Zlotrg, *Načini za prevladavanje diskriminacije u jeziku u obrazovanju, medijima i pravnim dokumentima*, Udruženje za jezik i kulturu Lingvisti i Centar za interdisciplinarnu postdiplomsku studiju Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo, 2011.

7 Vid. tekst: „Political Correctness Gone Mad”, na stranici: [www.tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/PoliticalCorrectnessGoneMad](http://www.tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/PoliticalCorrectnessGoneMad).

8 Isto.

9 Isto.

rijska istraživanja utvrđuju broj (kvantitativna istraživanja) i prate načine (kvalitativna istraživanja) njihovog reprezentovanja, te odsutnosti u pogledu stepena i modaliteta zastupljenosti, ili, ređe, favorizovanja u određenim medijima.<sup>10</sup> Sva ova pitanja mogu se postaviti s obzirom na paradigmu „kulturalnog marksizma” (*cultural marxism*), koji u tradiciji Zapadnog marksizma, pojmove kao što su nacionalizam, nuklearna porodica, rod, rasa, kulturni identitet, i dr., ne tretira isključivo kao rezultat delovanja tržišne ekonomije, već pre kao odraz kulturalne hegemonije i represije. Otuda teme kao što su politička korektnost i multikulturalizam postaju, na izvestan način, predmetno-terminološko bojno polje za ostvarenje onih kulturalnih vrednosti što stoje u opoziciji sa oznakama kapitalizma i predstavljaju povod za vođenje „kulturalnih ratova” u savremenom (američkom) društvu i medijima.

Po analogiji s tim, a u pogledu štampanih medija, može se zaključiti da je ovde reč o određenim medijskim politikama primenjenim u štampi – preciznije rečeno, o određenim strategijama delovanja apliciranim u domenu štampanih medija, a što ne mora odgovarati realnosti. Dakle, u slučaju PC, reč je ne samo o usvojenoj i društveno prihvaćenoj vrednosti Zapadne kulture, već i o jednoj značajnoj normi, odnosno – uopšteno rečeno, o specifičnoj regulativnoj ideji prema kojoj treba da konvergiraju sve jezičke prakse mišljene kao ideologija. Naravno, svako eksplicitno ili implicitno normirano ponašanje u medijskoj sferi, ima svoje implikacije na kulturu u kojoj deluje, oblikujući, na taj način, vrednosnu dimenziju mišljenja, ponašanja i aktivnosti.

---

10 Pomenućemo ovde, ilustracije radi, nazive pojedinih članaka i metodološki različito zasnovanih istraživanja, a koja se tiču odnosa prema manjinama i načinima njihovog reprezentovanja u mas-medijima i štampi: „Evolutionary Steges of Minorities in the Mass Media’: An Application of Clark’s Model to American-Indian Television Representations” by Michael Ray Fitzgerald, „Media Representation of Minorities” by Media Wach, „EU Project German Media Representation of Migrants, Minorities and Diversity Issues, „The Representation of Ethnic Minority Men in Print Advertisements: A Content Analysis” by Brian Tanner and Tien-Tsung Lee, i sl.

S druge strane, bez kakvog-takvog „modelovanja” i upravljanja prema nekoj regulativnoj ideji, nema ni značajne uloge štampe u smeru očuvanja univerzalnih vrednosti i tekovina kulture. Delikatnost uređivačkog posla, pa i rada samih novinara-izveštača, sastoji se u tome što je njihov doprinos testiran u praksi *uvek već* nekom regulativnom idejom – pitanje je samo koja je to ideja, i na kojim je vrednostima zasnovana. To, ujedno, dokazuje i da je ovde reč o idealizmu, dakle, onom području delovanja koje svoju kritiku usmerava na idejni, odnosno ideološki plan borbe, umesto na tržišne zakonitosti (materijalizam), koje ovu lošu dijalektiku naprosto koriguju logikom profita.

Naša osnovna pretpostavka jeste ta da kriza kulture (kao i demokratije), prisutna svuda u svetu, pa i u nas, bitno utiče na opadanje kvaliteta štampe, a da je ova izazvana delovanjem vulgarnih mehanizama globalne tržišne ekonomije, koji su, potom, uslovili i sužavanje pojma kulture na (mas)medijsko komuniciranje, a pojedine demokratske vrednosti redukovali na „politički ispravne” postupke, što je, u izvesnoj meri, marginalizovalo pitanje istine i izveštavanja o njoj, prema merilima koja se ostvaruju u okvirima politički korektno oblikovanih informacija, iskaza, i tsl. Drugim rečima, politička korektnost, ispitivana kako u kontekstu primene u domenu savremene štampe, medija kao takvih, ali i čitave sfere javnosti, danas predstavlja jedan od simptoma krize demokratije (a koja je pretpostavka krize štampe), ali i povod za vođenje tzv. „kulturnih ratova”, te preispitivanje medijskog aktivizma i uloge levice, s obzirom na ona politička i kulturalna pitanja koja se tiču konvencionalnih određenja pojmova poput građanstva, nacionalnog identiteta, patriotizma, društvene zajednice, i dr.

Tako u članku pod nazivom „Political Correctness/Cultural Marxism”, čitav sistem uverenja, stavova i vrednosti savremene Amerike biva doveden u relaciju s pojmom „politička korektnost”. Ovaj koncept je, zapravo, identifikovan kao nosilac onih tendencija u američkoj kulturi koje reprezentuju dominantne kulturalne i društvene vrednosti, što kao posledicu može imati uniformisanost mišljenja i ponašanja (*a uniformity of thought and*



*behavior*) građana SAD.<sup>11</sup> Zapravo, primena „političke korektnosti” u savremenoj američkoj kulturi početkom XXI veka nije značila ništa drugo do onu „kulturalnu strategiju”, izgrađenu na osnovama neomarksizma, koja je trebalo da obavi misiju klasne borbe i emancipacije, implementirane u domen kulturalnih, a potom i svih ostalih društvenih odnosa i vrednosti.

Ova pozicija je, međutim, kako je poznato, u suprotnosti sa izvornim Marksovim učenjem, što sferu kulture, između ostalih ideologija, tretira kao „superstrukturu” ili nadgradnju koja je bazično uslovljena ekonomijom, kao elementarnim poprištem klasne borbe. Prema shvatanjima koja zastupamo u ovom tekstu, uporište za klasnu borbu ne bi trebalo tražiti u polju kulture i interpretacijskih konflikata, uključujući tu i apostrofirane kontroverzije političke korektnosti, nego u domenu ekonomije, što znači da je tržište osnovni generator svih, pa i vodećih kulturalnih vrednosti, te otuda konsekvence po kulturu uopšte, kao i celokupnu medijsku sferu. Pri tom sve bitke za interpretaciju – prisutne kako u medijima, tako i u kulturi, najšire uzevši, zapadaju u klopku idealizma i „rada pojma” (Hegel), što se pokazuje kao suprotnost realnim tržišnim kretanjima.

U knjizi *The Crisis of Meaning in Culture and Education* (*Kriza značenja u kulturi i obrazovanju*), ispituju se relacije između obrazovanja, politike i kulture, s fokusom na savremenom političkom aktivizmu, primenjenom u okvirima postojećeg obrazovnog sistema, sveta umetnosti i kulture, kao i medija masovnih komunikacija,<sup>12</sup> koji su u svom delovanju, između ostalog, orijentisani upravo na primenu ideje političke korektnosti. Dakle, kriza štampe, locirana u medijskom prostoru, mogla bi da se tumači s obzirom na opštu finansijsku, političku, kulturalnu krizu, kao

---

11 Upor. „Political Correctness / Cultural Marxism”, adapted from „’Political Correctness’: A Short History of an Ideology”, edited by William Lind (November 2004), na stranici: [www.discoverthenetworks.org/viewSub-Category.asp?id=552](http://www.discoverthenetworks.org/viewSub-Category.asp?id=552).

12 Vid. David Trend, *The Crisis of Meaning in Culture and Education*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1995.

i nekritičko etabliranje pojedinih demokratskih vrednosti – od kojih je jedna i PC, implementirana u domenu medija masovnih komunikacija – što se, naposljetku, transformiše u opštu krizu značenja (tj. mišljenja), a manifestuje kao kontroverze u primeni i interpretiranju PC sintagme. Evidentno je, takođe, da pojmovna, ali ne samo ta, već i ideološka konfuzija u vezi s pokrenutim pitanjima, povratno, posredstvom delovanja štampe i elektronskih medija, i u nešto manjoj meri Interneta, utiče na „opadanje kulture”, kao posledice odsustva kritičkog mišljenja u domenu ukupne medijske delatnosti. Štaviše, tokom 2004. godine, u Velikoj Britaniji je pokrenuta, od strane tzv. „ne-partizanske” (*non-partizan*) organizacije, kampanja protiv političke korektnosti (*Campaign Against Political Correctness – CAPS*),<sup>13</sup> čija se suština svodila na apel za ukidanje ove „vrednosti” unutar visokoprofilisane medijske industrije; već sledeće godine kampanja je imala nekoliko hiljada aktivista (*supporters*), potpisnika peticije, različitih donatora i sponzora, nakon čega je usledilo talas reakcija uglednih britanskih štampanih medija kao što su *The Guardian*, *The Daily Telegraph* i drugi listovi,<sup>14</sup> čiji su novinari oštro kritikovali političko delovanje CAPS-a.

Zapravo, PC kao kulturalna vrednost, na kojoj bi trebalo da je zasnovana komunikacija u svim informativnim (*news media*)<sup>15</sup>,

---

13 Vid. na stranici: [www.capc.co.uk](http://www.capc.co.uk).

14 Vid. Paul Owen and Matthew Holthouse, „Philip Davies MP bombarded wachdog in ‘political correctness’ campaign”, *The Guardian*, 18th December 2009, „Philip Davies: Tory MP ‘never understood’ why blacking up was so offensive”, *The Telegraph*, 19th December 2009, i Helen Nugent, „Conservative MP lobbies for ‘blacking up’”, *The Times*, London, December 19, 2009.

15 Poznato je, naime, da je ova vrednosna orijentacija savremenih medija zahvatila ne samo info-sferu, već i sve poznate medije današnjice, i da je njeno delovanje bilo najizraženije, što je zanimljivo, u domenu karikature, stripa i crtanih filmova. Danas je, s druge strane, na Internetu i društvenim mrežama aktuelan žanr „mima” (*Meme*), koji odlikuje specifičnost obeležja potkulture američke omladine, pri čemu se vrlo često zaobilaze ili izostavljaju „politički ispravni” stavovi dominantne kulture.

pa i u ostalim štampanim medijima današnjice – a koja se neretko poistovećuje sa zabranom tzv. „govora mržnje”, kako u štampi tako i u elektronskim medijima – ostatak je ideologije Nove levice (*New Left*), što je delovala 70-ih godina prošlog veka u Americi, angažujući se u borbi protiv rata u Vijetnamu, kao i u pogledu odbrane i očuvanja temeljnih vrednosti studentskog pokreta '68. Isprva se ova „revolucionarna tekovina” upotrebljavala u svrhu zaštite prava pojedinaca i društvenih grupa (najčešće manjinskih) koji su marginalizovani, potlačeni i čije su slobode ugrožene, da bi se potom preokrenula u nešto drugo, a u izvesnom smislu, i u represivnu konstantu koja određenim kulturama nameće dominantne vrednosti: gestove, ponašanje i izražavanje (posebno u medijima), kreirajući time, najčešće sredstvima jezika, posmatranog u užem opsegu pojma, novu vrstu ideologije. Istorijski gledano, pokret Nove levice je bio prilično divergentan, i u sebi je sadržao „mnoge komponente” i različite trendove, kao što su antimilitarizam, antirasizam, feminizam, pri čemu nije postojala hijerarhija unutar pokreta, niti bilo kakav oblik organizovanog delovanja, u punom smislu reči. Pokret je karakterisala, kako tvrde autori knjige *Nova levica i kulturna revolucija 1960-ih*,<sup>16</sup> (utopijska) nada u promenu sistema vrednosti – u smeru od materijalizma ka podizanju samosvesti, od individualizma do vrednosti kolektiviteta. Najzad, pripadnici ovog pokreta su sebe videli kao „savest Amerike”, dok su ih savremenici uglavnom percipirali kao „štrajkače”, „moraliste” ili, pak, kao najperspektivniju generaciju u povesti Amerike.<sup>17</sup> Između ostalog, Nova levica se zalagala i za terminološke korekcije u engleskom jeziku, s obzirom na standardni pojmovnik koji se do tada koristio za označavanje posebno osetljivih i diskriminisanih društvenih slojeva i grupa tadašnje Amerike, što je docnije komentatore navelo na kritiku i oštro suprotstavljanje

---

16 L.H. Gann, Peter Duignan, *The New Left and the Cultural Revolution of the 1960s: A Reevaluation*, Hoover Institution on War, Revolution and Peace, Stanford University, CA, 1995, str. 1.

17 Isto, str. 2.

samoj ideji političke korektnosti<sup>18</sup> – koja se u dnevno-političkoj i novinarskoj praksi svih mas-medija, pa i štampe, često pretvarala u neku vrstu „dogme”, ideološki obojene cenzure, autocenzure i represije, tj. u jedan vid (medijskog, političkog i socijalno konstruisanog) novogovora, koji je prvobitne revolucionarne i ideale kulture preobrazio u ono što je Adorno, u svom istoimenom rukopisu, nazvao „žargonom autentičnosti”, kritikujući vladajuću nemačku ideologiju svog vremena.<sup>19</sup>

Ako bismo, na ovom mestu, povukli paralelu s originalnom Marksovom misli, a na osnovu uvodnog pasusa njegovog kritički intoniranog teksta o Ludvigu Fojerbahu, odnosno o suprotnosti-  
ma između materijalizma i idealizma, mogli bismo da uočimo sličnost između raspada što se dogodio u Hegelovom pojmu i njemu sapripadnoj, sistemskoj filozofiji, i nestajanja starog sveta i njegovih vrednosti, kako bismo, naposljetku, zaključili da se „sve to, kako se priča, dogodilo u oblasti čiste misli”.<sup>20</sup> Slično se zbilo i sa vrednostima Nove leveice, među koje svrstavamo i pojam „političke korektnosti”, što je uporedo sa iščezavanjem horizonta revolucionarnih ideja, završio svoju povesnu misiju, ostajući, kao svojevrsni trag ili značenjski neuhvatljivi koncept, primenjen u svetu štampe i savremenih mas-medija, poput neka-  
kve regulativne ideje i njenog usmerenja ka „lošoj beskonačno-

---

18 Najnovije „definicije” pojma PC uglavnom su kritički intonirane, osporavajući njegovu prvobitnu vrednost: „What is Political Correctness? Political Correctness is? Communal tyranny that erupted in the 1980s. It was a spontaneous declaration that particular ideas, expressions and behaviour, which were then legal, should be forbidden by law, and people who transgressed should be punished. It started with a few voices but grew in popularity until it became unwritten and written law within the community. With those who were publicly declared as being not politically correct becoming the object of persecution by the mob, if not prosecution by the state.” Vid. na stranici: [www.ourcivilisation.com/pc.htm](http://www.ourcivilisation.com/pc.htm).

19 Theodor W. Adorno, *Žargon autentičnosti: O nemačkoj ideologiji*, Nolit, Beograd, 1978.

20 Vid. tekst „Feuerbach: Suprotnost materijalističkog i idealističkog shvaćanja”, u: Marx/Engels, *Rani radovi*, Naprijed, Zagreb, 1985, str. 361.

sti”, a s druge strane, kao meta kritike oponenata koji su, slično, ostali u okvirima idealizma, kritikujući samu PC ideologiju, a ne njen neprepoznati, istinski osnov delovanja. Vraćajući se na ranu Marksovu kritiku Fojerbaha, a koja se, istovremeno, ticala i kritike celokupne sfere idealizma, navešćemo ovde prigovor, koji bi mogao da se, po analogiji, iskoristi tako što će baciti novo svetlo na stari problem, generisan, ovoga puta u medijskoj sferi. Marks, naime, doslovno kaže sledeće, a povodom akcidenata u sferi mišljenja nakon Hegela: „Radi se u svakom slučaju o jednom interesantnom događaju: o procesu truljenja apsolutnog duha. Kada je ugasnula posljednja iskra života, raspali su se različiti sastavni dijelovi ovog caput mortuuma, stupili su u nove veze i stvorili nove supstancije.”<sup>21</sup> U duhu rečenog, moglo bi se zaključiti da je medijska industrija, kao „industrija svesti”, stvorila nove sisteme delovanja (ideologija medija) koji su preuzeli na sebe, radeći u interesu sticanja profita, modelovanje svesti (i nesvesnog), odnosno medijsko generisanje vrednosti krize (apsolutnog) duha, tj. duha prosvetiteljstva.

Drugim rečima, iako izvorno levičarska, pojmovna sintagma „politička korektnost”, koja je trebalo da se implementira u praksi tako što će štititi univerzalne ljudske vrednosti, kao idealistička pretpostavka, u samoj svojoj osnovi, pretrpela je kontekstualne izmene s obzirom na izraženu tržišnu orijentaciju gotovo svih savremenih medija, nastalih u ekonomsko-političkim i istorijskim okvirima druge polovine XX veka. U prividnom kontrastu s njom, pokret koji zagovara suprotno stanovište – bekstvo od stega „političke korektnosti” i punu slobodu mišljenja i izveštavanja, nastavši kao reakcija na „ideologiju levice” i tzv. „opresivnu toleranciju” koja potiče iz apsolutističke prakse medijskog delovanja, a zalažući se za slobodu govora i javne reči – brani poziciju liberalnog tržišta informacija, pošto u njegovoj osnovi stoji ne toliko emancipacija mišljenja, koliko slobodna, odnosno ideologijom neuslovljena prodaja informacija.

---

21 Isto.

Otuda i jedni i drugi, po našem uverenju, vode bitku na planu svesti i ideologije (nereflektovano „prosvetiteljstvo”), u isto vreme potvrđujući jedinstvenu logiku – tj. dijalektiku (medijskog) kapitala. Jer, bitka za ideje, koja ne uzima u obzir osnovu na kojoj je utemeljena, zaista se svodi na isti, tj. lažni fundament vrednosti, tj. na konstantnu potvrdu onoga što se osporava – netoleranciju, neslobodu i determinizam, i to ne kulturalni, politički ili ideološki, shvaćeno u najširem značenju pojma, već tržišni, koji postojeće ideološke razlike (formate svesti), kao i pristupe u kreiranju i percepciji medijske stvarnosti, instrumentalizuje sebi na korist, prodajući informacije bilo u formi građanske pristojnosti ili neposlušnosti, što su sve nedovoljno kritički osvetljeni pojavni oblici jednog istog „prosvetiteljskog” idealizma, koji je nekritički inkorporiran kako u savremenu štampu, tako i u ostale medije masovnih komunikacija. Ova nereflektovana dijalektika, čije naličje predstavljaju kulturalni i medijski ratovi, zastupa ništa drugo do dovršenje idealističke pojmovne paradigme prosvetiteljstva i raspad jednog sveta, kako je o tome pisao Marks, koji je samo premešten iz sfere samosvesti, obrazovanja i kulture, u domen delovanja štampe i mas-medija.

Kriza štampe je, dakle, prevashodno rezultat bitke za prevlast jedne ili druge „opcije” i ideologije, što nadalje unosi konfuziju vrednosti u svet kulture i društvenu stvarnost. Umesto borbe za istinu – koja bi trebalo da zahvati kao medijsku, tako i celokupnu socijalno-ekonomsku sferu odnosa, dovodeći u pitanje njen tržišni temelj, štampa se, u sve većoj meri, okreće pukom ideološkom delovanju: zabavi (umesto kulture) i indoktrinaciji (umesto istinitog i nepristrasnog informisanja); stvarajući privid da se zalaže za osnovne građanske vrednosti, prava i slobode, ona prodaje kulturu kao tržišnu ideologiju. Otuda regulativne ideje, kao što su „politička korektnost”, multikulturalnost, i slične – iako u osnovi prosvetiteljske – vođene konfliktnom dijalektikom delovanja „kulture industrije” i „društva spektakla” završavaju ratovima, destrukcijom i gubitkom svih vrednosti, kako u domenu medijske prakse, tako i celokupne stvarnosti. Ovaj gubitak znači, pre

svega, slom pojma istine i njegovu zamenu medijskim konstruktima „post-istine” i „politike krivice”, tj. nedovoljno zasnovanim i neadekvatno argumentovanim optužbama bilo pristalica ideologije političke korektnosti ili njihovih oponentata, za opresivno delovanje u globalnom medijskom prostoru. Naše je mišljenje da bez uvida u tržišnu logiku vođenja ratova u medijskoj sferi (obuhvata sva komunikacijska sredstva pa i štampu), a što je praćeno izostankom radikalne kritike, nije moguće, ni medijskim, a ni bilo kojim drugim putem, ostvariti domete emancipacije i autentičnog razvoja u kulturi.





---

## MEDIJSKA GLOBALIZACIJA I KULTURE OTPORA

„Kulture otpora”, nasuprot procesima medijske globalizacije, aktuelno nude određenu projekciju globalnih društveno-ekonomskih promena, posredovanih svetom Interneta i novih medija. Naime, dijalektika procesa globalizacije, koristeći prednost upotrebe novih komunikacijskih medija i tehnologija, bitno je uticala na transformisanje koncepcije političkih promena kao takvih, bilo da je reč o masovnom i nedovoljno artikulisanom buntu, relativno organizovanom građanskom protestu, različitim ideološkim prevratima, ili pak o ideji revolucije, mišljenoj u kontekstu današnjeg vremena. To se, po našem shvatanju, najpre odnosi na poimanje revolucije (mada su promene zahvatile i ostale koncepcijske modalitete jedne moguće izmene zatečene društveno-ekonomske stvarnosti), koje je pretrpelo znatne transformacije u našem dobu, dobrim delom pod uticajem delovanja industrije medija. Kako tvrdi Zoran Jevtović, u knjizi *Geopolitika i mediji*, „Civilizacija se neočekivano našla pred novim izazovom: politički, ekonomski, društveni i ideološki prevrati postali su deo svakodnevice, dok su strukturne ideje utkane u obrazac ubeđivanja kojim se svest masovne publike usmerava ka poželjnim pravcima. Čovekov um je postao cilj brojnih kreativnih industrija, propagiranje političkih poruka zadatak medijskih mandarina, a upravljanje javnim prostorom strateško pitanje.”<sup>1</sup>

---

1 Zoran Jevtović, „Geopolitika i mediokratija na putu pseudopolisa”, u: Ljubiša Despotović, Zoran Jevtović, *Geopolitika i mediji*, Kultura Polisa, Novi Sad, 2010, str. 147.

Svi ovi koncepti su, u smislu njihove moguće, praktičke realizacije, aktualno zadobili jednu posve novu dimenziju i konotaciju, jer je za njihovo implementiranje *ovde* i *sada* potrebno, po našem uverenju, pomeriti fokus interesovanja sa nekadašnjih interpretacija društvene stvarnosti u domen onih tumačenja, kao i praktičkih aktivnosti, što su vezani za oblast delovanja različitih medijskih kultura. Iako je, međutim, izvesno da izmeštanje fokusa dejstava do ovog trenutka nije sprovedeno do kraja i konsekventno, moguće je tvrditi da je u epohi vladavine medija – kako se obično definiše vreme druge polovine XX i početka XXI veka – bitno izmenjen kontekst svakog mogućeg intervenisanja u stvarnosti, a u svrhu njene partikularne ili celovite transformacije, već samim tim što je ova realnost, generalno uzevši, u velikoj meri tehnološki, odnosno medijski posredovana te je, kao takva, i teorijski definisana.

I ne samo to. Postavši „globalno selo”, svet je, sa svakom promenom, što na prvi pogled može delovati kao intervencija lokalnog opsega, zahvaljujući promptnom i efikasnom (globalnom) medijskom, odnosno interpretativnom posredovanju, izmenjen najšire uzevši, tj. svaki zahvat, i u najudaljenijoj lokalnoj zajednici, odražava se na ukupnost postojećih, geostrateških relacija u međunarodnim odnosima: to znači da su, medijskim transcendiranjem granica nacionalnih država (što je nekada posebno vredelo za multinacionalne korporacije i krupni kapital), postignute dve stvari: prvo, nijedna politička akcija, odnosno opsežnija društvena promena, izvedena u bilo kom delu sveta, ne može ostati izolovana u odnosu na globalni kontekst povesnih kretanja; drugo, stvorena je mogućnost, makar tehnički uzevši, za realizovanje ideje tzv. globalne revolucije. Iako je sama ideja svetske revolucije starija od globalizacijskih, povesno-tržišnih, odnosno trendovskih kretanja današnjice, ona je reaktualizovana ne toliko kao globalni politički projekat, koliko kao hipoteza, zasnovana na ubrzanom napretku tehnike i tehnologije, kao i na novim, strukturalno određenim potencijalima našeg doba.

Interesantno je, takođe, da su kao nosioci (dakle – mogući subjekt) ove revolucije označeni prvenstveno novi mediji, koji su,

ujedno, od pojedinih, na svetsku politiku vrlo uticajnih struktura moći, u poslednje vreme etiketirani kao „odviše” demokratski, te, u krajnjem ishodu, destruktivni u odnosu na celokupni sistem industrijske proizvodnje u sferi kreativnosti, zabave i spektakla, i to tako što potencijalno i realno urušavaju instituciju autorskog prava i intelektualne svojine, naročito u oblasti popularne muzike i kinematografije. Time se očekivani profit od ovih delatnosti zamjenjuje nesankcionisanom, masovnim piraterijom, prisutnom na Internetu i globalnim društvenim mrežama, što je, svakako, nepoželjno sa stanovišta tržišno artikulisanih vrednosti. Ovu pojavu, specifično vezanu za Internet i interaktivne prakse socijalnih medija, neki smatraju društveno korisnom (u smislu slobodne, necenzurisane razmene različitih informacija i audio-vizuelnih materijala između korisnika), dok drugi, nasuprot njima, nastoje da virtuelni prostor „urede” određenim zakonskim rešenjima (*SOPA – Stop Online Piracy Act* i *PIPA – PROTECT IP Act*), kojima bi se bitno ograničile dostignute slobode na Mreži i uvela sistemski kontrola korisničkog ponašanja, dirigovana uglavnom iz jednog centra moći – SAD. Postojeće inicijative predstavnika aktuelnih američkih vlasti, koje su u svetskoj javnosti izazvale mnoštvo različitih, uglavnom negativnih reakcija, ispoljenih u kontekstu odbrane građanskih i medijskih sloboda, pravdane su sistemskom borbom protiv globalne „piraterije”, a u funkciji zaštite intelektualne svojine i otklanjanja mogućnosti njenog kopiranja (zloupotrebe i falsifikovanja), te neregulisanog mrežnog distribuisanja, odnosno razmenjivanja na globalnom informacijskom tržištu.

U znak neodobravanja, trenutno najmasovnija hakerska organizacija na svetu, grupa „Anonimni” („Anonymous”), organizovala je, putem Interneta, proteste desetina hiljada istomišljenika u mnogim gradovima Evrope, upozoravajući na štetne posledice koje može da izazove sporazum o zaštiti autorskih prava na Internetu (*ACTA*), dok je, u isto vreme, efektna fotografija sačinjena na jednom od ovih događaja, distribuirana putem Interneta i popularnih društvenih mreža, kao što je Facebook, prikazujući protestore kako, umesto maske karakteristične za zastupnike „Anonimnih”,

nose *Acta* flastere preko lica, evocirajući time pokušaj gušenja sloboda i demokratije u *cyber* prostoru. Kako se iz navedenog primera može videti, bitka protiv pravnih instituta, što bi trebalo da regulišu promet informacija na Internetu (*copyright* na Mreži), a koju, između ostalih, zajedno sa mnoštvom „običnih” korisnika društvenih medija, vode haktivisti „Anonimnih”, preteći privremenim blokiranjem ili rušenjem popularnog Facebook-a, odvija se uporedo na dva plana: u realnom, i u *cyber* prostoru, čime je protest zadobio mogućnost paralelnog, uzajamno posredujućeg i sinergijskog delovanja.

Istovremeno, „Anonimni” su, zahvaljujući intenzivnim hakerskim aktivnostima – što je, kao jedan od ishoda proizvelo i to da ih na „Wikipediji” („Wikipedia”) nazovu subverzivnom „kulturom trolovanja” (*trolling culture*) – srušili najpre sajt CIA, a potom i Internet stranicu Interpol-a, nakon što su, nizom koordinisanih akcija, prethodno onesposobili za delovanje, bar za neko vreme, sajtove značajnih državnih institucija širom sveta, kao i onih međunarodnih organizacija, multinacionalnih korporacija i političkih partija koje su označili kao mete svog „revolucionarnog” *cyber* delovanja. Zanimljivo je istaći, povodom aktivnosti „Anonimnih”, i činjenicu da su oni, koristeći najrazličitije kapacitete Interneta za svoje subverzivno delovanje, osim hakerskih, većinom uspešno izvedenih napada na targetirane insitucije delujuće u *cyber* prostoru, „producirali” i mrežno distribuirali seriju prepoznatljivih audio-vizuelnih zapisa, odnosno HQ video-klipova na Internet platformi Youtube, čime su *de facto* potvrdili svoju tehnološko-estetsko-političku kompetentnost (superiornost?) za sistemsko delovanje na Mreži, a delom i izvan nje.

Njihove najrazličitije aktivnosti, koje su, tokom vremena, poprimile i multimedijalni karakter, naznaka su u kom će se smeru, eventualno, kretati buduće promene, kako u stvarnosti, tako i u svetu medija. One su, takođe, indikator mogućih nosilaca: „inspiratora”, „organizatora” i „realizatora” „revolucionarnih” zahvata, koji bi trebalo da su visokoobrazovani, tehnološki kompetentni i dovoljno politički pismeni i estetski edukovani korisnici, kako bi

mogli uspešno da implementiraju odgovarajuće izmene u zadatim okvirima društvenog i *cyber* ambijenta. Naime, interdisciplinarna edukacija i multimedijalni angažman, čini se, danas predstavljaju osnovnu za one „ljudske resurse” koji mogu uspešno da „revolucionišu” postojeću stvarnost. Simptom ove promene, adekvatno ilustruje efektni vizuelni prilog, distribuiran uglavnom na Facebook-u, i lansiran u svrhu podrške pokretu „Indignati” („Ogorčeni”). Tako na Internetu, odnosno na Facebook-u, već uveliko cirkuliše nekoliko verzija fotografija, odnosno foto-montaža koje prikazuju dva različita „revolucionarna scenarija”: jedan kojim se radikalne promene ostvaruju demonstracijama na ulici, pri čemu je paradigma ovih promena studentska „revolucija na barikadama” iz ’68, dok je drugi prikazan kroz koncept revolucije koja je simbolizovana figurom usamljenog hakera, što danonoćno sedi ispred monitora računara, u pokušaju pružanja otpora dominantnoj kulturi i svetu kapitalizma.

Uz ovo, treba naglasiti i činjenicu da su nove komunikacione tehnologije jednim delom doprinele porastu osećaja različitih oblika čovekove otuđenosti, kao i opadanju motivisanosti za onu vrstu aktivnosti, koja bi vodila do konkretnih društvenih promena, pogotovo onih, koje bi se ticale potencijalnih intervencija i/ili korenitih izmena postojeće socio-ekonomske stvarnosti, izvedenih u domenu kolektiviteta. Iako su, naime, mas-mediji u XX veku često optuživani za ratno huškanje, govor mržnje, pa čak i presudni uticaj na generisanje vojnih konflikata i ratova širih razmera, njihova uloga u promovisanju nasilja i pokretanju sukoba nikada nije sistematski preispitana, niti pak može biti u potpunosti jasno sagledana, evidentirana i dokazana. S druge strane, ono što zasigurno valja uočiti, kada je reč o sistemskom delovanju mas-medija u našoj neposrednoj prošlosti, jeste njihov nesumnjivi uticaj na pasivizaciju publike, kako u pogledu delimične ili potpune suspenzije kritičkog mišljenja, tako i s obzirom na pojave izazivanja apatije, čulne anihilacije i emocionalne ravnodušnosti. Internet i novi mediji, međutim, u sve većoj meri pretenduju da ovu relaciju (mediji – publika) izmene, i to u korist narastajućeg

aktivizma korisnikâ, s jedne, i pacifikacije (humanizovanja) medija interakcije, s druge strane.

S tim u vezi, valja istaći da sredstva medijskog delovanja i posredovanja, posebno kada je reč o Internetu i novim medijima, postaju, ujedno, i alatke (*tools*) mogućih društvenih promena, kako na planu lokalnih zajednica, tako i imajući u vidu globalne prilike. A sistemski pokušaji zasnivanja medijske kulture, kao dijalektičkog poprišta za različite interpretacije medijskih sadržaja, kao i vizuelno „oblikovanje” (svog) vremena, istovremeno ukazuju na neophodnost artikulisanja stava otpora, odnosno jednog alternativnog, kontrakulturalno usmerenog komunikacijskog dejstva, kojim bi se postojeća „jednodimenzionalna” slika upotpunila, a dijalektičko kretanje u medijskoj eri obogatilo momentom negativiteta, kao i potencijalom za sporadične ili sistemske/strukturalne promene, koje bi se, na podsticaj kontakulturalnog delovanja, sprovodile u praksi. No, kako je moguća kontrakulturalna reakcija u odnosu na dominantnu, „roditeljsku” kulturu, u epohi medijske globalizacije? Da li potencijale „kultura otpora” treba tražiti u starim koncepcijama revolucije, ili pak novo doba donosi sa sobom sasvim druge mogućnosti za promenu društvene, ekonomske, političke i kulturne stvarnosti, oslanjanjem više na kapacitete tehnike, nego na samosvesnog pojedinca koji čini klasno osvešćenu grupaciju protivnika postojećem stanju stvari.

Naime, ne samo da su ove ideje, a posebno nova koncepcija revolucije, postale moguće kao globalne – na šta je u XX veku pretendovao još studentski pokret '68, a danas je, rekli bismo, tu revolucionarnu ambiciju na sebe preuzela globalna akcija popularnog naziva „Occupy” („Okupiraj”), započeta na Wall Street-u – nego je svaka politička, odnosno društveno-ekonomska promena u savremenom dobu gotovo nezamisliva bez globalnog medijskog posredovanja (aktivnosti „Occupy” pokreta su od sredine septembra 2011. godine prenošene najpre preko bloga, koji je zatim prerašao u projekat tzv. globalne revolucionarne televizije),<sup>2</sup> bilo u

---

2 Vid. na stranici: <http://globalrevolution.tv/>.

funkciji delovanja otvorene propagande ili delimično prikrivenog, ali svakako subverzivnog, građanskog *online* aktivizma. Ono što je posebno zanimljivo jeste to da još od doba studentskog pokreta delujućeg sredinom prošlog veka, terminologija kojom operišu buntovnici i revolucionari nije identična onoj koja je do tada bila karakteristična za diskurs revolucije. Ukratko, koncepcija revolucije je danas poprimila obrise menadžerskog „projekta”. I to ne bilo kakvog, već projekta globalnih razmera.

Čini se da ovo ima veze kako sa širenjem globalnog tržišta, tako i sa korumpiranjem revolucionarnog diskursa jezičkim matricama poteklim iz oblasti savremenog menadžmenta (i marketinga), a u pravcu pretenzija na upravljanje promenama, umesto spontanog učešća u revolucionarnim događanjima, što je bila karakteristika ranijih vremena. No, da li su to, uistinu, novi elementi što ih aktuelno treba ugraditi u pojam i praksu revolucije, ili su oni starijeg datuma? Povodom studentskog bunta na Berkliju, na primer, a rukovodeći se napisima u tadašnjoj štampi, Ejn Rend (Rand) je uočila da su neki od aktera promena preferirali da ih ne nazivaju „radikalima”, nego „organizatorima” pobune, distancirajući se, na taj način, od svakog navodnog politizovanja priželjkivanih promena.<sup>3</sup> Drugim rečima, umesto radikalnih političkih aktivnosti, jedan deo studentske populacije, u ovom slučaju, orijentisao se na one izmene koje su bile ne toliko političkog/ideološkog karaktera, koliko strukturalne prirode.

Izgleda da je pomenuta terminološka izmena glavni simptom onoga što se događa i danas, a što je anticipirao još Erih From (Fromm), u svom delu *Autoritet i porodica*, raspravljajući o „revolucionarnom karakteru”, i postavljajući ga nasuprot autoritarnoj, odnosno sadističko-mazohističkoj strukturi ličnosti, kao osnovnom nosiocu – mišljeno na planu individualiteta – vrednosti sveta kapitala. Naime, ovu strukturu ličnosti (dakle, „revoluci-

---

3 Vid. Ejn Rend, „Naplata: Studentski bunt”, u: Ayn Rand, Nathaniel Branden, Alan Greenspan, Robert Hessen, *Kapitalizam, nepoznati ideal*, Global Book, Novi Sad, 1994, str. 266.

onarnu”), za razliku od karaktera buntovnika (koji često može biti oportun), između ostalog, odlikuje svojstvo sumnjičavosti, odsustva vere u tzv. „zdrav razum”, kao i svojevrсно „kritičko raspoloženje” kojim se suprotstavlja vladajućim mnenjima. Izgleda da je upravo ovo „kritičko raspoloženje”, sudeći na osnovu opsežnog Fromovog izlaganja o revolucionarnom karakteru, ključno za razlikovanje buntovništva jednog tipičnog protestora, i revolucionarnosti kritički angažovanog filozofa (poput Sokrata, na primer), i/ili onog političkog aktiviste, što ga odlikuje i bitno diferencira od drugih nepristajanje na dominantno (*mainstream*) mišljenje – a koje u savremeno doba obično reprodukuju mas-mediji – kao i nepokoravanje opšteprihvaćenom sistemu vrednosti.

Fromove slutnje o mogućoj povesnoj pobedi pokornog (Adorno bi rekao „autoritarnog”), u odnosu na revolucionarni karakter, poprimaju, kako izgleda, svojstva „kritičkog raspoloženja”, ispoljenog prema sadašnjem vremenu. „A zašto ja kažem da bi ljudska povijest mogla završiti činom pokoravanja?”, pita se From i nastavlja: „To na žalost ne govorim mitološki, nego realistički. Ako za dvije ili tri godine atomski rat uništi pola ljudskog stanovništva i dovede do pravog barbarstva – ili ako dođe do toga za deset godina i eventualno cjelokupni život na ovom svijetu bude uništen – to će se morati pripisati činu pokoravanja. Radi se o pokoravanju ljudi što pritišću dugmad jer im to drugi naređuju i o pokoravanju idejama koje omogućuju da ovakvo ludilo bude mišljenje.”<sup>4</sup> From je, nadalje, uvideo i da, usled opšteg nedostatka „kritičkog raspoloženja” u savremenom dobu, a koje je uslov mogućnosti delovanja „revolucionarnog karaktera” (čemu, po našem shvatanju, u velikoj meri doprinose globalni i mas-mediji) potencijalna revolucionarna energija biva kanalisana u smeru onih građanskih protesta, što svesno ili ne odstupaju od „radikalizma” u smislu pretenzija na revolucionarne promene, priklanjajući se ograničenim „idejama” protesta, njihovog strateškog ili taktičkog planiranja, organizovanja, odgovarajuće promocije i marketinga

---

4 Erich Fromm, *Autoritet i porodica*, Naprijed – Zagreb, Nolit – Beograd, 1986, str. 122.



aktivnosti, i tsl., a koje su nalik menadžerskim veštinama upravljanja procesima promena, odnosno jednog nekritičkog podržavanja postojeće hijerarhije moći.

„Možda je u devetnaestom stoljeću”, sugeriše From, „bilo lakše prepoznati nepokoravanje, jer je u to doba autoritet u obiteljskom životu i državi bio jako naglašen; bilo je prostora za revolucionarni karakter. Dvadeseto stoljeće je vrlo različito doba. To je stoljeće modernog industrijskog sistema (u ovo, svakako, spada i „industrija svesti”, odnosno društvo spektakla, informacija i zabave – *prim. D. V.*), koji stvara čovjeka organizacije, sistema goleme birokracije koja insistira na neometanom funkcionisanju onih kojima upravlja – ali više uz pomoć manipuliranja nego silom. Menadžeri te birokracije tvrde da je ovo potčinjavanje njihovim naredbama dobrovoljno i sve nas pokušavaju uvjeriti, posebno količinom materijalnih zadovoljstava koja nude, da volimo činiti ono što se od nas očekuje da činimo. Čovjek organizacije nije taj koji se ne pokorava; on čak ni ne zna da se pokorava. Kako može razmišljati o nepokoravanju kad nije čak ni svjestan da je pokoren.”<sup>5</sup> Dakle, pojednostavljeno rečeno, kritičku svest zamenjuje „prilagođavanje” postojećoj društveno-ekonomskoj stvarnosti, koja se, zapravo, može „poboljšati” korišćenjem menadžerskih veština i tehnika manipulisanja stvarnošću, što delimično izlazi iz domena nauke o menadžmentu, transformišući se, recimo, u biopolitičke implikacije savremenih teorijsko-praktičkih stremljenja čovečanstva.

Na drugoj strani, oni koji su samovoljno nepokorni, suočeni s odsustvom revolucionarnih ideja, motiva i inspiracije, tabuiziranih u globalnom medijskom okruženju, i pokatkad fetišizovanih u robu, odnosno u nekakav poseban revolucionarni, pa čak i izvozni brend (kakav je slučaj s vizuelnim identitetom, ali i celukupnom „ideologijom” pokreta „Otpor”, na primer), zapadaju u melanholična raspoloženja, koja su odlika novih rezigniranih „revolucionara”. Tako, pored odsustva „kritičkog raspoloženja”,

---

5 Isto, str. 123, 124.

i melanholija zadobija važno mesto u savremenim koncepcijama revolucije. Naime, one interpretacije, koje ideju revolucije dovode u blizinu teorije i prakse melanholije, pozivajući se, implicitno ili eksplicitno, na kontekst refleksija što se kreću u rasponu od kritike frankfurtske škole, pa sve do Deleza – mišljene u ključu teorijske psihoanalize, postrukturalističkih interpretacija marksizma i savremene književne kritike – takođe su indikativne za promišljanja o mogućnosti izvođenja revolucije u XX veku. Osim nedostatka „kritičkog raspoloženja” i njegove supstitucije menadžerskom pokornošću (globalnom) tržištu i njegovim principima, primetna je i zamena što se odigrava u prostoru za revolucionarnu promenu, koji se, umesto melanholijom i kritičkom rezignacijom, danas ispunjava biopolitičkim težnjama finansijskih moćnika.

Pozivajući se na frojdovsku psihoanalizu i melanholično tumačenje budućnosti kao „otvorene rane”, u knjizi *Revolucija i melankolija*, Tatjana Jukić dovodi melanholiju u strukturalnu relaciju s biopolitikom, pišući sledeće:

*Naravno, ako je melankolija strukturno nerazdvojiva od biopolitike, tada je nedostatan svaki zahvat u melankoliju koji ne uzima u obzir njezine političke implikacije. Iz čega proizlazi da je strukturno manjkav svaki zahvat u političko, koji naglasak stavlja na biopolitiku, na upravljanje životom, ako zaobilazi melankoliju kao primjernu oblast biopolitičkoga: otuda logična sprega melankolije i revolucije (...). Najzad, ako je melankolija ujedno privilegirana pozicija libida, i uopće rada seksualnosti, tada sprega melankolije i revolucije zahtijeva razmatranje seksualnosti u političkom ključu. Pri tom ne mislim na takozvane seksualne i rodne politike (na primjer, na seksualnu i rodnu politiku socijalizma), koliko na seksualnost kao primjernu oblast političkoga, onako kako je zahvaća Gilles Deleuze, kad u nekim seksualnim konfiguracijama (u incestu, na primjer) prepoznaje prostor revolucionarnoga.<sup>6</sup>*

---

6 Tatjana Jukić, *Revolucija i melankolija: Granice pamćenja hrvatske književnosti*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2011, str. 42, 43.

Na temelju ovih i sličnih opservacija, autorka dalje zaključuje da, s obzirom na današnju relaciju melanholije i revolucije, koja je ponešto izmenjena u odnosu na pređašnja vremena, savremena kulturalna praksa, kao svoju posledicu, produkuje tzv. „razočaranog revolucionara.”<sup>7</sup>

Osim dejstva na individualnom, mikro-planu, globalizacijski procesi se na makro-nivou mogu dovesti u relaciju i sa novim shvatanjem „kartografije” i prostora, koji tehnološkim sredstvima biva protegnut u nekakvu simuliranu sferu čulnosti, komunikacije i medijske produkcije. Ovaj izvedeni, dvostruki karakter prostora, vezan za njegovo „fizičko”, odnosno medijsko opažanje, pojmovno prati sintagma „evolucija prostora”, koja novonastalu situaciju spacijalne „fleksibilnosti” tumači kao potencijal za određene kulturalne promene. Na blogu pod nazivom *Placing Culture (Pozicioniranje kulture)*, u tekstu objavljenom 24. februara 2011. godine, govori se, na primer, o revolucionarnim izmenama fenomena prostora i prostornosti, što su ih određene forme socijalnih medija, kao intrinzični deo tzv. „geospacijalnih tehnologija”, iskoristile za sprovođenje konkretnih političkih interesa, implementiranih na području Srednjeg istoka tokom prve decenije XXI veka.<sup>8</sup> Ovo relativizovanje pojma „teritorije”, „granica”, kao i političkog, kulturalnog, komunikacijskog i svakog drugog „suvereniteta”, prisutno je odavno, u različitim debatama što se uglavnom vode pod okriljem filozofske postmoderne, u poslednjih nekoliko decenija XX i XXI veka. Naime, Internet i novi komunikacioni mediji doprineli su, kako je poznato, ne samo tehnološkoj evoluciji prostora, nego i svojevrsnoj vremensko-prostornoj kompresiji, što je uticalo na globalne promene, kako je u postu od 31. marta 2011, na istom blogu, napisao Dejvid Mik (Meek).<sup>9</sup>

---

7 Isto, str. 43.

8 Vid. „Social Media, Resistance, and PPGIS”, *Placing Culture*, na stranici: <http://placingculture.blogspot.com>.

9 David Meek, „Visualising Disaster: Remote Sensing, Boundaries, and Invisibility”, Isto.

Zbog čega je, međutim, ovo važno za našu temu? Reč je, zapravo, o tome da pomenuta prostorno-vremenska kompresija diktira i bitno drukčije pojavne oblike revolucije danas – koji se mogu svesti na nekakvu „kondenzaciju” ideje revolucije, kao globalne koncepcije promene. Tehnološka revolucija, čiji su sinonim savremene kompjuterske tehnologije, uticala je na izmenu koncepcije revolucije upravo zahvaljujući mogućnosti komprimovanja čulnosti, odnosno opažaja prostora i vremena, što se, između ostalog, dogodilo zahvaljujući specifičnom načinu posredovanju novih medija. Otuda aktuelna koncepcija revolucije sve više podseća na viziju sistemskog projektovanja – putem korišćenja novih tehnologija – a potom i upravljanja promenama, te njihovog konačnog implementiranja u društvenoj stvarnosti, planetarno uzevši. Ona se, ustvari, većim delom priprema u *cyber* prostoru, s idejom globalnog sinhronizovanja već u predrevolucionarnoj „fazi”, odnosno u periodu koji vremenski prethodi revolucionarnim aktivnostima. Preanimacija za globalnu revoluciju vrši se, dakle, uglavnom u virtuelnom prostoru, gde se koncipira globalna vizija (uz učešće mnogobrojnih umreženih diskusionih grupa, institucija i pojedinaca), razrađuju moguće strategije, taktike i *timing* revolucionarnog delovanja (planiranje), dodeljuju, odnosno preuzimaju određeni zadaci, utvrđuju prethodna pravila realizacije. Sama „pravila” izvođenja revolucije, dogovaraju se bilo unapred, ili u toku konkretizovanja određenih akcija.

Tako je, na primer, pokret „Occupy”, pripremajući svoje aktivnosti posredstvom različitih mrežnih ogranaka na Internetu, u koordinatorskoj grupi za Evropu, došao na ideju utvrđivanja etičkog kodeksa, tj. poželjnih pravila ponašanja građana tokom aktuelnih protesta, ne samo u Americi, nego širom sveta. Osim opštih pravila demonstriranja otpora, predlagane su i neke posebne tehnike izvođenja protestnih aktivnosti, koje su delom proistekle iz potreba što ih je diktirala sama praksa (nedostatak ozvučenja, na primer), dok su delom bile unapred osmišljene. Recimo, na jednom broju protesta u Americi, organizatorima i „izvođačima” tj. govornicima što su se protestorima obraćali sa otvorene scene,

savetovano je da u svrhu pružanja građanskog otpora nenasilnim putem koriste određene komunikacijske tehnike NLP-a,<sup>10</sup> koje bi se u talasima, odnosno putem širenja koncentričnih krugova, indukovale među učesnicima protesta. To znači da su protesti ovog tipa bili znalački organizovani i vođeni, i da su se, u svrhu ostvarenja uspeha, koristile najsavremenije metode „programiranja” jezika nesvesnog, odnosno ponašanja samih učesnika protesta. Druga strana, tj. policija, za primenu ovakvih komunikacijskih metoda tokom protesta verovatno nije znala. Navedeni primer ukazuje na našu pretpostavku da savremenu koncepciju revolucije možemo zamisliti kao globalni projektni menadžment, sa svim njegovim karakteristikama, kao što su: produkovanje „revolucionarne” vizije, strateško planiranje misije, ciljeva i zadataka, marketing i PR „revolucije”, kao i odgovarajuća komunikacijska logistika i „medijska podrška”, *fundraising* (prikupljanje sredstava od građana za različite, uglavnom kreativne projektne aktivnosti), i dr.

Posredstvom korišćenja Interneta, kao globalne mreže, postalo je moguće, makar tehnički gledano, izvršiti pripreme za revolucionisanje stvarnosti u željenom smeru, a na osnovu vizija i inicijativa, artikulisanih od strane samih korisnika Interneta. Strukturalno gledano, potencijalno izvođenje globalne revolucije računa na usaglašavanje svih njenih momenata, kao i na novi kvalitet karakteristične, prostorno-vremenske kompresije, pripremljene u virtuelnom prostoru. Naime, nova koncepcija globalne revolucije predviđa transcendiranje granica među državama tako što bi se one potencijalno i realno medijski premrežavale, čime bi građani ostvarili mogućnost slobodnog uzajamnog komuniciranja i razmene informacija, uputstava i instrukcija za njeno eventualno realizovanje. Strukturalna kompatibilnost različitih medijskih sistema, koja nužno vodi ka multi- i intermediji, dodatno osnažuje ovu mogućnost, jer bi se dinamika komuniciranja odvijala „rizomski”, i u metaforičkom, i u doslovnom smislu reči. Razmene informacija kretale bi se u najrazličitijim smerovima:

---

10 Neurolingvističko programiranje.

preko elektronske pošte, društvenih mreža (Facebook, Twitter) i platformi (Youtube), odgovarajućih sajtova, blogova, komunikacijskih foruma, i tsl.

Pokret „Occupy”, kao i sve druge savremene varijacije na temu globalne revolucije, pretendovao je na korišćene prostorno-vremenske kompresije u svrhu tehničkog implementiranja revolucije, sinhrono izvedene u različitim delovima sveta, i to po odgovarajućim „fazama” realizacije. Reprezentativni primer savremenih načina političkog delovanja jeste upravo ovaj globalni pokret, koji je svoje „okupirane oblasti” podelio po vrstama i etapama „kolonijalizacije”. Naime, od uličnih protesta koji su otpočeli na Wall Street-u, pokret ne samo što se geografski proširio na čitav svet, nego je zauzimanje teritorija vremenom pretvoreno u „okupiranje” institucija vlasti, i to po određenom rasporedu, i prema vrsti delatnosti koju obavljaju. U tom smislu, prvu fazu je trebalo da predstavlja zauzimanje finansijskih institucija (berze, banke, i dr.), u sledećoj etapi bila bi „okupirana” saobraćajna infrastruktura (auto-putevi, mostovi, metroi,...), da bi nešto kasnije, „osvajanje” bilo izvedeno u parlamentu, medijima, zatim obrazovnim institucijama, itd.

Konačno, ideja globalne revolucije dovedena je, kako se čini, do apsurdna time što je, posredstvom primene novih komunikacionih medija, svedena takoreći na slikovnicu, što prikazuje izvođenje globalnih promena u sedam koraka, koje bi trebalo u praksi sprovesti planski, po unapred preciziranim etapama, kako bi se „revolucija” sistemski i sveobuhvatno implementirala širom planete. Globalni preokret bi, zapravo, bio realizovan sinhrono, u svim delovima sveta, ali tako što bi se izmena stvarnosti odvijala partikularno, odnosno po fazama koje bi, prema uputstvu poslanom odabranim korisnicima Interneta i društvenih mreža, trebalo da traju po jedan dan. Time bi se, navodno, svet revolucionisao za svega sedam dana, verovatno po analogiji sa mitskim predanjem o stvaranju sveta. Istine radi, treba reći da je sama ideja o sinhronicitetu revolucionarnih zbivanja na svim delovima zemaljske kugle relativno prihvatljiva iz pragmatičnih razloga. Naime, ukoliko

bi se aktivnosti „zauzimanja” institucija i teritorija podesile tako da teku istovremeno (simultano), nijedna vojna alijansa, a ni odbrambene snage bilo koje pojedinačne države na svetu, ne bi bile u stanju da kontrolišu niti da zaustave „revolucionarni požar”. Pretpostavka je da bi intervencionističke snage tada, pod istovremenim „pritiskom” masa na institucije vlasti, bile razbijene i međusobno izolovane, dok bi samu ideju realizovanja simultane, odnosno globalne revolucije, trebalo da pripreme, organizuju i usmeravaju mediji, preciznije rečeno – Internet i novi mediji.

A sam Internet nije, kako se to obično misli, medij „plošnog” komuniciranja, već je njegova struktura slojevita, odnosno, ona je u pravom smislu reči – rizomskog karaktera. Poznato je naime, da u zavisnosti od individualnih znanja, veština, kao i metoda pretraživanja koje se upotrebljavaju, korisnik može „surfovati” po površini, ili, pak, uroniti dublje u beskonačni mrežni okean informacija. U zavisnosti od stepena medijske obučenosti/pismenosti, kao i motivacije, pretraživač informacija na Mreži može se kretati po njegovoj površini (*Surface Web*), ili u dubljim slojevima, gde se pojedine nevidljive, ili privremeno izgubljene informacije pohranjuju, odnosno iznova pojavljuju. Reč je o tzv. dubokoj mreži (*Deep Web*) ili tamnoj strani Interneta (*Darknet*). Pretpostavlja se da se ova dimenzija Interneta, između ostalog, koristi u svrhu vođenja informatičkih ratova, a da ujedno predstavlja i potencijal za dolaženje do onih informacija, koje mogu biti/postati inicijator korenitih društvenih promena.

Takođe, jedna od specijalnih tehnika upotrebe Interneta, u svrhu pružanja otpora dominantnim ideologijama, jeste i korišćenje njegove infrastrukture, kao javnog dobra, za komuniciranje putem upotrebe različitih piratskih programa, što se mogu *ad hoc* instalirati i reinstalirati na Mreži. Ovaj vid komunikacije najčešće praktikuju gerilske grupe ili koordinatori različitih subverzivnih akcija na Mreži, kako njihova delatnost ne bi bila razotkrivena i zakonski sankcionisana. Reč je, uglavnom, o manjim skupinama relativno dobro obučenih Internet korisnika, koje su vrlo fleksibilne i mobilne na Mreži. One se „ilegalno” uključuju u komu-

nikaciju, „čatujući” i razmenjujući različite poruke na taj način što su za ostale korisnike, ali i za provajdere, nevidljive. Nemoćnost potpunog ili delimičnog praćenja ovog vida aktivnosti na Mreži, kao i odsustvo institucionalne kontrole, doprinose tome da je Internet, zajedno sa popularnim društvenim mrežama, postao ne samo simbol tehnološkog vida demokratije, već i potencijalno sredstvo otpora, odnosno partikularne ili totalne promene vladajućih društveno-ekonomskih okolnosti današnjice. Kao mogući inspiratori, koordinatori i organizatori ovih promena javljaju se, u prvom redu, kompjuterski stručnjaci (dakle, „tehnička inteligencija”), ali i interdisciplinarno edukovani mrežni aktivisti, što svojom delatnošću mogu uticati na projektovanje ideja, i generisanje, difuziju i korišćenje bitnih informacija, kako u kontekstu vođenja medijskih ratova, tako i u svrhu preduzimanja akcija pružanja građanskog otpora na Mreži, te, naposljetku, i revolucionarnih aktivnosti, koje bi, osim virtuelnog, zahvatile i realni prostor povesnih zbivanja u XXI veku. Na osnovu rečenog, moglo bi se zaključiti da najrazličitije mrežne subverzivne aktivnosti današnjice postepeno prerastaju u jedan masovni, dobro organizovani i kompetentno vođeni kontrakulturni otpor vladajućem shematizmu medijske globalizacije.



---

## FILOZOFIJA MEDIJA I TEORIJA „ELEGANTNOG” UNIVERZUMA: PROSTOR KAO HOLOGRAFSKA PROJEKCIJA SVESTI

*Većina nas fizički i duhovno gleda u monitore.*

Boris Grojs (Groys)

Ukoliko bismo filozofiju medija shvatili široko, u okvirima različitih mogućnosti potrage za istinom i smislom, mogla bi se iznova istražiti i perspektiva za tumačenje kosmosa, i to kao „medija” po sebi. Tekst će, stoga, razmotriti mogućnost preispitivanja jedne opšte kosmološke predstave sveta, kao i postavljanja odgovarajuće, „elegantne” i univerzalne teorije prostora, koja bi trebalo da obuhvati i objasni sva dosadašnja shvatanja sfere protežnosti. Ova pretpostavljena teorija, valjalo bi, takođe, da bude zasnovana na jednostavnim i razumljivim principima koji obuhvataju sve dosadašnje interpretacije prostora, ali i derivate onih komunikacionih tehnologija koje generišu nove prostorne sveto-ve. Njih ovde nazivamo zajedničkim imenom – *cyber* prostor, i pod tim podrazumevamo ono shvatanje prostora koje je prisutno u domenu analize, kritike i tumačenja medija masovnih i, posebno, novih komunikacija. Jer, danas smo, zahvaljujući postojanju elektronskog, i, pre svega, kibernetičkog prostora, zadobili mogućnost da svi postanemo „kibernauti” (*cybernauts*), odnosno da zaplovimo neistraženim, beskonačnim vodama kontinuiranog medijskog posredovanja.

Tim povodom, ovde se istražuju i savremena teorijska tumačenja, karakteristična, s jedne strane, za fiziku (nakon Ajnštajna), kao i za filozofiju medija, s druge (a koja u sebi objedinjuje filozofski diskurs, u kombinaciji sa različitim metodskim pristupima unutar tzv. medijske kulture). Osnovu za interdisciplinarno tumačenje prostora u duhu fizike, ali i jedne društvene nauke kakva je filozofija medija, nalazimo na temelju koji je postavljen tehnološkim sredstvima, i to najpre u oblasti delovanja savremenih medija, a zatim i umetničke prakse. Naime, jedna od najintrigantnijih teorija našeg vremena, koja se bavi tumačenjima univerzuma sa aspekta fizike, tiče se razumevanja prostora kao hologramske projekcije svesti. Rečju, ova teorija, u svrhu objašnjenja ideje prostora, koristi metaforu preuzetu iz sveta medija (hologram), povezujući je sa tradicionalnom filozofskom teorijom subjektivnosti (svesti), kantovske provenijencije. Time hologram, koji se isprva ticao medijske kulture – fotografije, filma i televizije, kao i različitih vizuelnih instalacija, postaje osnova za tumačenje ukupnog prostornog univerzuma, kao nekakva trodimenzionalna projekcija (nečije) svesti, odnosno kao medijum samosvesti. Na taj način se, u jednoj interdisciplinarno orijentisanoj teoriji koja, eventualno, teži „eleganciji”, sintetišu naizgled nespojiva teorijska znanja i tumačenja savremene fizike, s jedne, i filozofije medija, s druge strane.

Filozofsko poreklo ovih ideja moguće je pronaći u Lajbnicovoj (Leibniz) *Monadologiji*, potom u Berklijevoj (Berkeley) doktrini: *esse est percipi*, te u Fihteovom (Fichte) samopostavljajućem Ja, u smislu sa-kreiranja sebe, i to kroz vlastite, (samo)svesne radnje (*Tathandlung*), u čemu se, naravno, ne iscrpljuje celokupna potraga za korenima ideja o prostoru, shvaćenom, pojednostavljeno gledano, kao svest. No, ovde se time nećemo posebno baviti, jer nas, u načelu, ne interesuje izvorište filozofije svesti, niti pak filozofski idealizam kao posebna orijentacija u mišljenju, koliko nam je važan način na koji se dostupna refleksivna baština može iskoristiti u svrhu razumevanja one medijske kulture koja pretenduje da redefiniše dosadašnja shvatanja prostora i prostornosti,

a u kontekstu istraživačkih pokušaja osmišljavanja nedostajućih odgovora na značajna epistemološka pitanja današnjice.

Da li je prostor realan ili on predstavlja svojstvo našeg opažanja, odnosno svesti? Ovo je problem kojim se bavila povest filozofije, ali i nauka, sve do našeg vremena, a pitanje je do danas ostalo otvoreno, i u velikoj meri zavisi od polazišta samog tumačenja.<sup>1</sup> S tim u vezi, valja naglasiti da je Kantov kopernikanski obrt u modernoj filozofiji uticao i na najsavremenija naučna tumačenja prostora (i vremena). Zanimljivo je, međutim, da u našem dobu, kada govorimo o prostoru, nije nužno da referiramo na standardne filozofsko-naučne dileme. Stvari se, naime, usložnjavaju s obzirom na napredak tehnologije i akumuliranje znanja u novim oblastima istraživanja, što ne znači, naravno, da za današnje vreme nisu relevantna, recimo, stara pitagorejska učenja o kosmosu. Međutim, zahvaljujući, najpre, savremenom umetničkom stvaralaštvu, a potom i medijima,<sup>2</sup> aktuelno se nametnulo „čitanje” prostora i u tzv. *cyber* ključu. Na osnovu te činjenice, moglo bi se zaključiti da je tradicionalna, subjekt-objekt teorija prostora bila pretesna da „pokrije” i ovaj, relativno novi fenomen, ali da – ukoliko se pretenduje na konstruisanje nekakve univerzalne teorije prostora, ona u sebi, nesumnjivo, treba da zahvati, odnosno objasni i odgovori i na ovo važno pitanje.

---

1 Isto je pitanje i sa vremenom.

2 Govoreći o postmodernoj filozofiji medija, a u odnosu na teoriju subjektivnosti, Grojs zapaža sledeće: „Contemporary, let us say ‘post-modern’, discourses on media, communication, information and so on are functioning in our society in at least two different – if interconnected – ways.\* First, they describe scientifically the functioning of contemporary media and their growing role in our society. But the development of media theory during recent decades was, in a very obvious way, motivated not only by a pure scientific interest in the make-up of the new information age, but also by a desire to undermine the role and position of ‘the subject’ and to get rid of the philosophical tradition that had the subject as its main point of reference.” Vid. tekst: Boris Groys, „Subjectivity as medium of the media”, na stranici: <https://www.radicalphilosophy.com/article/subjectivity-as-medium-of-the-media>.

Naime, pronalaskom medija masovnih i novih komunikacija, na opštem istraživačkom horizontu ukazao se jedan novi fenomen, nazvan virtuelnim ili *cyber*-prostorom, mada ova dva pojma svakako nisu identična po svom značenju. Sledeća dilema koja se, u ovom smislu nametnula kao predmet preispitivanja, odnosila se na definisanje prirode ovog novog, medijskim sredstvima generisanog prostora. Kako je, uopšte, moguće govoriti o tzv. *cyber*-prostoru, kao o prostoru; nije li tu reč o simulaciji, imitiranju, ili pak o postojanju „među-prostora” ili „među-vremena”, tj. o onim svojstvima našeg uma koja su, posredstvom medijskih posredovanja, *a posteriori* zadobila status prostora, iako se „nalaze” negde između, niti u „realnom” prostoru i vremenu, niti pak u samoj svesti (mišljeno bez njene eksteriorizacije, i „izlaska” u prostor medija). Problem sa simulacijom, kao osobinom prostora koji, u isto vreme i jeste i nije, predstavlja za istraživače novo iskušenje, i to kako u svetu nauke, tako i za filozofiju medija i estetiku našeg doba. Jer, ukoliko bismo danas želeli da progovorimo o prostoru u totalitetu njegovih pojavnih oblika, ne bismo mogli da zaobiđemo tzv. *cyber*-svet.

Problem je, možda, u tome što, usled delovanja novih medija i tehnologija, imamo posla s neakvim fluidnim percipiranjem, ali i tumačenjem pojma prostora (odnosno stvarnosti), što u velikoj meri ometa istraživače svih teorijskih disciplina, škola mišljenja i orijentacija da o ovom pojmu iskažu kristalno jasan i razgovetan sud, odnosno postave adekvatnu teoriju prostora, koja bi bila totalna po svom karakteru. Uz to, ukoliko se ovakvoj teoriji postavi i zahtev „elegantnosti”, čini se da zadatak postaje gotovo nemoguć. Tu leži i uzrok aktuelnog medijskog prezentovanja (najčešće na Internetu) niza relativno nepovezanih, specijalističkih interpretacija prostora koje često niti referiraju jedne na druge, niti se mogu dovesti u neku bližu i smislenu međusobnu relaciju. Ono što je ovde intencija, jeste da pokušamo da objedinimo vodeće teorije prostora današnjice, ukazujući na perspektivu povezivanja, kako „realnog” prostora fizike, tako i *cyber*-generisanog prostora medija, u jednu kontinuiranu ideju prostornosti, koja je sapripad-

na vremenu u kome živimo. Implicitna „ideologija”, koju ovim putem podržavamo jeste ta, da filozofija medija, estetika, epistemologija, pa i društvene i humanističke nauke, iako to na prvi pogled može delovati kao nonsens, mogu, na svoj način, da daju doprinos istraživanjima teorijske, a, posledično, i eksperimentalne fizike, u traganju za određenjem „prirode” prostora.

Dakle, ispitivanje prostora u našem vremenu događa se, kako nam se čini, na najmanje dva paralelna koloseka: jedan je teorijski (matematika, fizika, filozofija), dok je drugi vezan za empirijski pristup, eksperimente i primenu teorijskih znanja, pre svega u oblastima novih komunikacionih tehnologija (mediji), ali i savremene umetnosti (primenjena i eksperimentalna estetika). Posmatrajući predmet istraživanja sa oba ova polazišta, koja na prvi pogled deluju veoma udaljeno, moglo bi se reći da pomenu-ta gledišta uzajamno sarađuju, posreduju se, i da se, u sve većoj meri, kako u nauci, tako i u primenjenim znanjima, danas traga za jednom univerzalnom, holističkom teorijom prostora, koja će u sebi objediniti i tradicionalna znanja i nove tehnološke, medijske i umetničke prakse određenja prostora, kao i odnošenja prema njemu.

Ono što je posebno interesantno, sa stanovišta izučavanja prostora u svim njegovim dimenzijama i relacijama, jeste to da tendencija izjednačavanja prostora sa svešću, aktuelna u savremenoj nauci, ali u medijskom smislu reči, jača u tolikom opsegu da se više ne postavlja pitanje niti o jednom, niti o višedimenzionalnom prostoru, pa čak ni o razlikama između „realnog” prostora i optičkih varki i iluzija; naprotiv, neretko se o *prostoru* reflektuje kao o proizvodu jedinstvene svesti, čime se takva shva-tanja dovode u vezu s religijskim, teološkim, ali i filozofsko-me-dijskim objašnjenjima sveta, pa samim tim i objašnjenjima bazične koncepcije prostora. Istovremeno, pokazuje se da i, s obzirom na kulturalne razlike, pristupi interpretiranja prostora mogu biti različiti, baš kao i običaji, tj. „stilovi” života, najšire uzevši, a što predstavlja predmet izučavanja kulturalne antropologije; različ-  
tost pristupa često određuje jezik, na primer, ili izmenjena stanja

svesti, što je tipično za neke kulture, posebno za tzv. „drugi” i „treći svet”.<sup>3</sup> Naša poenta bi, u ovom slučaju, bila sledeća: svest u svom najfleksibilnijem određenju, a koja podrazumeva i medijsko posredovanje, u središtu je aktuelnih ispitivanja prostornog, kao i svakog drugog univerzuma.

Jedna od često navođenih, univerzalističkih teorija našeg vremena, koju je kreirao Stiven Wolfram (Wolfram), i izneo u svojoj kontroverznoj knjizi: *Nova vrsta nauke (A New Kind of Science)*,<sup>4</sup> varira različita znanja iz oblasti fizike i matematike, ukrštajući ih s disciplinama poput biologije, društvenih nauka (psihologije i filozofije), kompjuterskih veština, teorija o veštačkoj inteligenciji, potom tehnoloških i umetničkih znanja i veština, itd., referirajući na najrazličitije teorije, potekle iz raznih oblasti ljudskog znanja, u nastojanju da konstruiše jednu sistemsku, holističku teorijsku paradigmu „kosmičkog kompjutera”, odnosno, kako je to u ranijim spisima autor nagovestio – „celularnih automata”. Interesantno je, međutim, da u svom radu Wolfram nije imao u vidu teorije (filozofiju) medija, iako je njegova spekulacija, čini se, neposredno inspirisana, s jedne strane, starim filozofskim koncepcijama razumevanja kosmosa i prostora, a s druge, kompjuterskim naukama i eksperimentima poteklim iz medijskih laboratorija MIT-a, u čemu su empirijski prednjačile njegove kolege i savremenici.<sup>5</sup>

Vrlo je verovatno da bi se većina teoretičara medija složila s konstatacijom da živimo u eri vladavine ili čak diktature medijske „kulture”, i da je medijski generisani prostor u ekspanziji, odnosno faktički neograničen (pitanje je, naravno, da li je ovaj prostor u relaciji kontinuiteta ili diskontinuiteta s tzv. „stvarnim” prostorom). No, pomenuta diktatura bi, po svojim osobinama, odgovarala tzv. „mekom” teroru, te povremenoj jezi koju mediji

---

3 Upor. <http://er.jsc.nasa.gov/seh/philosophy.html>.

4 Stephen Wolfram, *A New Kind of Science*, Wolfram Media, Champaign, IL, USA, 2002.

5 Vid. Keay Davidson, „Cosmic Computer—New Philosophy to Explain the Universe”, na stranici: <http://www.stephenwolfram.com/media/cosmic-computer-new-philosophy-explain-universe/>.

izazivaju u nama, i to onda kada ih postanemo svesni, i, eventualno, podvrgnemo sistemskoj kritici. Šta bismo, u stvari, podrazumevali pod sofisticiranom ili mekom diktaturom medija? I u kakvom to prostoru ona postaje naročito delotvorna? Da li je ovde reč o svojevrsnom „paralelnom univerzumu”, odnosno o nekakvoj „skrivenoj” dimenziji protežnosti, u kojoj se, po analogiji s prostorom koji je shvaćen u tradicionalnom smislu reči, represija takođe iskazuje, ali na posve drukčiji način, kao i različitim sredstvima (tzv. „matrix”)? Ili, je, možda, u pitanju jedan te isti prostor – ali proširen, tj. posredovan tehnikom – koji bi se, naprosto, mogao, objasniti opštim zakonima fizike.

I nadalje, kako je moguće, iz jednog „prostog” odnosa/interakcije filozofije i „derivatnog” medijskog prostora izvesti neku teoriju koja je sveobuhvatna, jednostavna, i odgovara jedinstvenoj percepciji, odnosno problematizovanju najrazličitijih medijsko-prostornih fenomena, mišljenih u kontekstu opštih zakonitosti fizike. Ili, drukčije formulisano: možemo li čitavu medijsku kulturu supsumirati pod industriju zabave, na primer, odnosno neku sličnu matricu što egzistira unutar kosmičkog prostora, a koja bi nam omogućila da empirijsku (estetsku) raznovrsnost medijskog sveta svedemo na jednu elegantnu teoriju evidencije,<sup>6</sup> koja, uprkos apstrakcijama i generalizacijama, teži da predstavi nekakvo superiorno znanje o (medijskom) prostoru kao takvom.

Šta ovim, zapravo, želimo da sugerišemo? Ako bismo u duhu savremenih rasprava, koje se, primera radi, vode u filozofiji nauke, tragali za „elegancijom” u zaključivanju, te jednostavnim, fundamentalnim teorijskim paradigmatama kojima se može objasniti sadašnji trenutak u odnosu filozofije prema prostoru društve-

---

6 Poznato je da u „lepe” ili „elegantne” teorije možemo ubrojati, recimo, opštu Ajnštajnovu teoriju relativnosti (tj. gravitacije i zakrivljenosti prostora, tj. prostor-vremena), s obzirom na svojstvo „jednostavnosti”. Ajnštajn je, naime, u mladosti čitao Kantove spise, koji su ga, po svoj prilici, inspirisali za radove u oblasti fizike. O tome zašto je opšta teorija reltivnosti „lepa”, vid. na stranici: [http://www.b92.net/zivot/vesti.php?yyyy=2015&mm=09&dd=13&nav\\_id=1038792](http://www.b92.net/zivot/vesti.php?yyyy=2015&mm=09&dd=13&nav_id=1038792).

ne zajednice i medija, a u potrazi za onom „savršenom” teorijom što, na temelju merila istine, u sebi objedinjuje totalitet, i koja je upravo zbog tog svog svojstva univerzalna, jedinstvena, elegantna i neponovljiva, odnosno zasnovana na jednostavnim i uhvatljivim zakonomernostima, ova teorija bi, zasigurno, u sebi obuhvatala i medijsku kulturu, i njenu „zasebnu” dimenziju postojanja.

Ne treba, pri tom, zaboraviti da veliki deo ove kulture čine trodimenzionalno definisani entiteti i projekti, koji se kreću u rasponu od holografskih slika do video radova, i implementirani su u realnosti na najrazličitije načine; usavršavanjem 3D/4D tehnologije, oni se sve više približavaju tzv. „realnoj” percepciji prostora. U industriji zabave su, primera radi, 3D tehnologije – posebno u svojoj interaktivnoj verziji – veoma zastupljene i često eksploatisane (naročito kada je reč o filmu ili interaktivnoj televiziji), dok se u poslednje vreme, osim u oblasti medijske industrije koriste i u medicini, obrazovanju, interaktivnom dizajnu, vojnoj industriji, etc.<sup>7</sup> Međutim, percepcija prostora u 3D tehnologijama, kada je reč o nauci, ima jednu, dok u filmu i drugim medijima pokazuje sasvim drugu stranu svoje „interaktivnosti”. U nauci je, u stvari, zahvaljujući teorijskom umu koji percipira određene zakonitosti, dovoljno posmatranje, dok kod filma, recimo, kako zapaža Damir Smiljanić, uronjenost u 3D stvarnost donosi osećaj frustriranosti, „vezanih ruku” i nemogućnosti intervenisanja u ovoj realnosti,<sup>8</sup> što i razlikuje, u osnovi, humanističke teorije (i očekivanja od njih) o medijima i umetnosti, od teoretisanja u domenu fizike, na primer.

Iako, na prvi pogled, izgleda da medijski prostor predstavlja, u najmanju ruku, produžetak fizičkog prostora, možda „anomaliju” ili neku njegovu posebnu, tehnološkim sredstvima generisanu dimenziju – a koju obično nazivamo simuliranim, virtuelnim ili

---

7 Vid. prezentaciju na stranici: <http://lucente.us/pubs/2011-SMPTE-MarkLucente-reprint.pdf>.

8 Upor. Damir Smiljanić, „Escape into Reality. Paradoks estetskog insceniranja realnog”, u: *Aktuelnost i budućnost estetike* (Zbornik radova), Estetičko društvo Srbije, Beograd, 2015, str. 263.



cyber-prostorom – savremeni fizičari se s ovim, u osnovi humanističkim konstruktom, najverovatnije ne bi složili. Zapravo, vodeći teoretičari današnjice u oblasti fizike, na primer, koji zastupaju tzv. „teoriju struna” (*string theory*),<sup>9</sup> zagovarajući multidimensionalnost prostora koji se sastoji od bezmalo desetak dimenzija, demonstrirano na primeru filma, govore o dominaciji „optičke iluzije” koja je rezultat „zaglavljenosti” u dvodimenzionalnom svetu (prostoru). Rečju, u odnosu na naše „standardno” opažanje prostora, koje je u suštini trodimenzionalno, u susretu sa filmom kao medijem, mi participiramo, dok pratimo „klasične” filmove, u stvari, u užem, odnosno dvodimenzionalnom prostoru, ali koji evocira treću dimenziju. „Treća” dimenzija filma je, naime, posmatrano sa stanovišta zagovornika „teorije struna”, optička iluzija, koja nastaje kao rezultat „zaglavljenosti” recipijentovog opažanja u (samo) dve dimenzije.

Paradoks sa filmom, u ovom slučaju, sastojao bi se u tome što je, uistinu, opšteprihvaćeno uverenje da putem filma uranjamo u neki drugi prostor, tj. u neku sasvim drugu dimenziju, a da, u

---

9 Navodimo ovde, pojednostavljeno objašnjenje „teorije struna” (mada postoji nekoliko različitih „verzija” te teorije), u svrhu preglednosti osnovnih ideja o prostoru i vibriranju mikro-čestica što ga sačinjavaju, a kojima rad operiše: „Broj dimenzija je osnovna karakteristika svakog prostora. Najjednostavniji način da odredimo dimenziju nekog prostora je da prebrojimo pravce duž kojih možemo da se krećemo. Makroskopska fizička tela mogu da se kreću u tri različita pravca, tako da je naš prostor trodimenzionalan. Da bi se u potpunosti opisalo kretanje, potrebno je posmatrati događaje. Svaki događaj nam govori gde se nešto desilo (tri prostorne koordinate) i kada se desilo (jedna vremenska koordinata), tako da je ukupan broj koordinata prostora događaja četiri. Prostor događaja se naziva prostor-vreme i njegove osobine opisuje Ajnštajnova teorija relativnosti. Ova teorija daje preciznu sliku sveta makroskopskih objekata, ali ništa ne govori o pojavama koje se dešavaju na malim skalama. Da bismo sagledali potpunu sliku prirode, potrebno je da u obzir uzmemo i pojave na malim rastojanjima, a to je svet kvantne fizike. Nažalost, pokazalo se da nije ni malo jednostavno povezati teoriju relativnosti i kvantnu mehaniku. Pokušaj koji daje najviše nade da će to biti uspešno izvedeno jeste teorija struna.” Vid. na stranici: [http://www.b92.net/zivot/nauka.php?nav\\_id=236058](http://www.b92.net/zivot/nauka.php?nav_id=236058).

stvari, tu iluziju omogućava, realno posmatrano, dvodimenzionalni prostor, tj. onaj prostor koji je, naime, pre suženje naše svakodnevne percepcije, nego njeno (vizuelno) proširenje. Drugim rečima, iako, zdravorazumski gledano, film i mediji masovnih i novih komunikacija, bar *prima facie* deluju, posmatrano sa stanovišta perceptivnih potencijala, kao „okupiranje” jednog novog prostora, ili, možda, jednog te istog, ali opaženog na drukčiji način, i/ili u nekoj drugoj estetskoj dimenziji, pošto je reč o tehničkom posredovanju, ovi mediji, suprotno očekivanjima, predstavljaju neku vrstu tehničke redukcije „prirodnog”, trodimenzionalnog prostora, na dvodimenzionalni, pri čemu treću dimenziju zamenjuje optička iluzija, stvarajući lažni utisak o prostornosti.

U slučaju filma, kako je poznato, optička iluzija koja konstituše privid treće dimenzije, nije i jedino svojstvo koje je konstitutivno za film, pošto on, između ostalog, počiva i na karakterističnoj osobini oka, tj. na takozvanoj retikularnoj perzistenciji, koja recipijentu omogućava iluziju pokreta u, medijskim sredstvima konstruisanom, „trodimenzionalnom” prostoru slike (odnosi se na film pre pojave 3D tehnologije). Iz ovoga se jasno vidi zašto savremena fizika nije direktno primenljiva na domen filma i medija, jer taj prostor ne samo da podrazumeva, već dobrim delom i počiva na percepciji zasnovanoj na odgovarajućim, tehnički proizvedenim iluzijama.<sup>10</sup>

Istovremeno, ovo istraživače prostora, a posebno fizičare, može zavesti na pogrešan put, u smislu diskriminisanja svega što entitetu prostora pripisuje dimenziju iluzije. Jer, pokatkad je eksperimentisanje u određenim medijima davalo impuls za razvoj ne samo tih medija, već i za sticanje novih naučnih saznanja. Hologramske projekcije, nastale u mediju fotografije, a potom razvijane u sferi vizuelnih umetnosti, primer su koji ilustruje činjenicu da su istraživanja prostora i tzv. „treće dimenzije” potekla iz medija, da bi docnije našla svoju primenu, kako u teorijskoj fizici tako i u savremenoj umetnosti, odnosno u svetu medija.

---

10 Vid. na stranici: <https://youtu.be/H2MpJVw8A3s>.

Poznato je, naime, da su danas izuzetno aktuelne teorije o univerzumu kao hologramu (reč je o nekoj vrsti replike na film *Matrix*), čime se potcrtava ideja prostora koja je nužno vezana za svest i njene konstrukte, što u nauci, ali i u filozofiji, vredi, na izvestan način, još od Kanta naovamo. Zanimljivo je, pri tom, da je sama ideja holograma preuzeta iz korpusa eksperimenata izvedenih u oblasti medija i novih tehnologija, i da se danas, u opisu nekih teoretičara, hipoteza o hologramu vodi kao „univerzalna” teorija kosmosa, što postoji u domenu svesti i percepcije, i to kao njihova (prostorna) projekcija. Dakle, iznova se može postaviti teorijsko pitanje – da li je uopšte (naša) realnost trodimenzionalna, odnosno postoji li nešto što bismo mogli da nazovemo prostorom (protežnošću), ili je prostor iluzija, i rezultat medijske, naše, ili neke druge svesti?

Uprkos tome što su, kako je već rečeno, hologrami, tj. holografske trodimenzionalne slike prvobitno nastale u mediju fotografije, one su isprva bile primenjivane u fizici i tehnologiji, i to u funkciji otkrivanja/registrovanja mikro-čestica (atoma), a zahvajujući istraživanjima koja su realizovana pedesetih godina prošlog veka (D. Gabor /Gabor/, 1948). Nalik filmskoj tehnologiji, i hologrami su delom zasnovani na osobini našeg opažanja – paralaksi, koja predstavlja prividni pomak objekta koji nastaje kao rezultat položaja posmatrača. Pri tom, hologrami podrazumevaju dočaravanje treće dimenzije fotografije, zahvaljujući odgovarajućoj upotrebi laserskih tehnologija.

Smatra se, naime, da je za teorijsku fiziku otkriće holograma, i u tehničkom i u naučnom smislu reči, otvorilo prostor za skiciranje sveobuhvatne teorije univerzuma, najpre u Parizu, zahvaljujući radu fizičara Aspekta (Aspect) i tima saradnika, da bi se, nešto docnije, u oblasti izučavanja tzv. neuronauka inspirisanih fizikom – kao vodećom naukom današnjice – a potom i onih istraživanja, realizovanih na Univerzitetu u Londonu, došlo do ideje da ljudska svest, zapravo, funkcioniše po principu holograma, kreirajući, odnosno projektujući prostor kao vlastiti univerzum, za šta je bio dokaz izvesna sposobnost subatomske čestice da

komuniciraju među sobom i na velikim udaljenostima, a što je opovrgavalo prethodeće Ajnštajnovne hipoteze. Savremeni istraživači su do ove teorije došli uglavnom na tragu Aspektovih istraživanja, pri čemu je, kao krajnja konsekvencija ovako povezanih ideja, lansirana naučna pretpostavka o nepostojanju objektivne realnosti – pa i samog prostora, koji je supstituisan svešću (što znači, da je, u izvesnom smilu reči, svest jednaka prostoru), dok je čitav kosmos interpretiran kao „fantazam”, odnosno do detalja prorađeni „gigantski hologram”.<sup>11</sup> Apostrofirana „teorija struna” kojom se objašnjava kretanje mikro-čestica u većem broju dimenzija u odnosu na 3D makro-svet (a kretanje u različitim dimenzijama obezbeđuje utisak višedimenzionalne prostornosti), kao još nepotvrđeni teorijski model koji je aktuelni predmet istraživanja u CERN-u, ima nečeg zajedničkog s 3D filmom, a to je kretanje, ili iluzija kretanja u trodimenzionalnom prostoru. S tim u vezi, mogli bismo da zaključimo sledeće – da mogućnosti kretanja u prostoru, ili kretanja u našoj svesti čine prostor *prostorom*, čime bi se, u tom slučaju, doista mogli izjednačiti „spoljašnji” i „unutarnji” svet, odnosno osećaj prostora i protežnosti.

Bilo da je reč o prirodnom ili artificijelnom prostoru – njegova matrica je, kako se čini, konstantno ista – holografska, kako god da je generisana – u „realnom” ili u *cyber*-prostoru. Sve ovo govori u prilog činjenici da smo, zasigurno, ako ništa drugo, u svom sopstvenom prostoru, koji je, ujedno, i nekakva matrična svest („matrix”, film, hologramska projekcija nas samih, kao i svega onoga što opažamo u prostoru), koja svojim kretanjem otvara različite dimenzije (prostornosti), dok su, u isto vreme, pomoću nekih pozadinskih zračenja/vibriranja, što se dešavaju na nivou mikro-čestica, pokatkad opažljive i neke druge „prostorne” dimenzije, a koje su izvan uobičajenog 3D perceptivnog formata, karakterističnog za našu svest.

---

11 Vid. na stranici: [http://www.dailygalaxy.com/my\\_weblog/2011/07/are-we-living-in-a-holographic-universe-this-may-be-the-greatest-revolution-of-the-21st-century.html](http://www.dailygalaxy.com/my_weblog/2011/07/are-we-living-in-a-holographic-universe-this-may-be-the-greatest-revolution-of-the-21st-century.html).

Iako bi se, sa stanovišta fizike, za teoriju holograma kao svesti, univerzuma, ali i medija i umetnosti, moglo reći da je reč o, blago rečeno, problematičnoj i komplikovanoj teoriji, a ne o „elegantnoj” teoriji kosmosa, koja u sebi ne samo da spaja „nespojivo” (kvantnu mehaniku i teoriju relativnosti), nego čak i teoriju percepcije, medija i umetnosti, što je približava društvenim naukama i humanistici, za filozofiju, a posebno za filozofiju medija i umetnosti, ova teorija može biti izuzetno inspirativna, pošto na novi način, a pre svega zahvaljujući tehničkim otkrićima u oblasti medija, otvara stara pitanja odnosa prostora i svesti, stvarnosti i fikcije, subjekta i objekta, opažanja i iluzije. Sa svoje strane, i filozofija medija, nastojeći da problematizuje svoj predmetni svet, aktuelno daje doprinos sveukupnom razvoju nauke danas, posebno kada se ima u vidu nastojanje da se konstituiše jedna sveobuhvatna teorija prostora, u čijem je središtu hologramska (medijska) svest.

Delujući samostalno, filozofija medija, bez pretenzija da opiše i objasni kosmos, treba da koristi elemente ovih teorija u funkciji razmatranja novih koncepcija prostora, koje su konstitutivne za celokupnu medijsku sferu. Tim pre što su ove teorije i proistekle iz medijske prakse, da bi kasnije poslužile drugim naukama u „elegantnim”, ili manje elegantnim pokušajima objašnjenja porekla i prirode univerzuma.



---

## MEDIJSKA KULTURA: ANTROPOMORFIZAM I SUBJEKT – OBJEKT STVARNOST

Pojmovna sintagma „medijska kultura”, povrh toga što svet medija dovodi u relaciju s kulturom, zahvaljujući dijalektičkom potencijalu vlastitog kretanja koji se ogleda u konfliktima, posredovanju i prožimanju suprotnosti, u sebi sadrži i prikrivenu antropološku konotaciju, što je za filozofiju medija od posebne važnosti. Svet medija (sredina) je (za)dat tako da prethodi čoveku; za kulturu, međutim, ništa slično ne bi moglo da se tvrdi. „Negovanje”, tj. „kultivisanje” podrazumeva postojanje čoveka koji je u odnosu prema nečemu, dok sredina (kao takva) to nužno ne iziskuje. Stoga „medijska kultura”, u načelu, označava posebnu vrstu kultivisanja sredine u kojoj smo zatečeni – uzimajući u obzir, s jedne strane sam ambijent, odnosno medijum kretanja, i, s druge strane, naše aspiracije prema njemu. Iz tog ugla posmatrano, savremeni čovek je *uvek već* u postmedijskom dobu, odnosno u jednoj interakciji *a priori* sa sredinom u kojoj se obreo, a koju reflektuje i unutar koje deluje. Ali, kakva je to sredina, mišljena kao medijum poimanja i kretanja savremenog čoveka?

U osnovi, mogli bismo da konstatujemo kako je ona i „neposredna” i „posredovana”, pri čemu se njena „priroda” u sve većoj meri kreće prema ovom drugom „kvalitetu”, odnosno ka „posredovanosti”. Tako stižemo do paradoksa da se medijum (sredina) egzistencije posreduje jednom drugom (sredinom), tj. ambijentom koji je (medijski) „kultivisan”, i ne tiče se više prvo-

bitne neposrednosti, jer postavlja vlastita pravila igre za koja su karakteristična potencijalno beskonačna posredovanja. No, ova posredovanja se ne manifestuju samo u sferi „proizvodnje” novih medija, nastalih sintetisanjem i ukrštanjem starih, već ona zahvataju i domen reprezentacije. A reprezentovanje medija i u medijima, često, u današnje vreme, podleže podvođenju pod različite antropomorfne predstave,<sup>1</sup> što se smatra legitimnim postupkom delovanja unutar medijske kulture koja stoji nasuprot narastajućim procesima dehumanizacije, što ih, uglavnom, diktiraju novi tehnološki trendovi.

Mnogi antropomorfizmi primećeni su najpre u medijskim sadržajima namenjenim deci, i prisutni su u većini današnjih vizuelnih medija čija su ciljna grupa deca (što ne znači da su iz ovih procesa isključeni odrasli), pošto se smatra da ona lakše razumeju sadržaje koji imaju antropomorfne odlike (ovo je, recimo, tipično za crtane filmove, stripove, i tsl.). Drugim rečima, sfera medijske reprezentacije, odnosno mnoštvo aktuelnih medijskih sadržaja u njoj, takođe su projektivno obojeni očekivanjima recipijenata, što sobom povlači pripisivanje humanih svojstava predstavama nehumanih „bića”, bilo da je reč o životinjama, božanstvima, prirodi, kosmosu ili neživim entitetima. Iz ovoga bi se mogao izvesti zaključak da antropomorfizmi, prisutni u medijima, predstavljaju deo procesa kultivisanja i približavanja čoveku, u smislu kontrole, pacifikacije i „humanizacije”.<sup>2</sup>

U tim procesima posredovanja i kultivisanja, čovek često zamenjuje (vlastitu) ulogu subjekta objektom, dok, u isto vreme,

- 
- 1 Termin „antropomorfizam” prvi je upotrebio presokratovac Ksenofan (Xenophanes), kako bi opisao sličnosti između religioznih verovanja različitih kultura. Naime, bogovi svih kultura, po njegovom mišljenju, bez obzira na boju kože ili očiju (primer: afrička božanstva), uglavnom imaju tipična ljudska svojstva.
  - 2 „Anthropomorphism in reverse is known as dehumanization – when humans are represented as nonhuman objects or animals.” Vid. na stranici: <http://psychcentral.com/news/2010/03/01/why-do-we-anthropomorphize/11766.html>.



tehnologiji pripisuje antropomorfna, subjektivna svojstva – u novije vreme, govori se, primera radi, o inteligentnim medijima, o „mediacentrizmu” i tehnopatiji, što spada u arsenal onih atributa koji su ranije pripisivani čoveku, a danas se uveliko predičiraju medijima, te kulturi koja je njima zahvaćena. Mediji su, zapravo, „inteligentni” utoliko što imitiraju čovekovo intelektualno ponašanje; medijska kultura je „mediacentrična” na taj način što, poput egocentrične osobe, postavlja sebe u fokus svih (svetskih) zbivanja, dok tehnopatsku crtu, navodno, poseduju one osobe koje barataju savremenim tehnologijama u smislu korišćenja „super-moći”, koje su do sada bile svojstvene i pripisivane filmskim superherojima ili mašinama (samoregulacija, na primer), pre nego ljudima.

Međutim, ne samo da kvalitet „umnosti” (pa čak i humane patologije, u koju možemo svrstati egocentrizam, narcizam, psihopatiju, itd.) prelazi s nekadašnjeg subjekta u domen delovanja medijskih i komunikacionih tehnologija, nego se njihovim posredovanjem menjaju i poimanje telesnosti, odnosno koncept tela, njegova čulnost i kompletna (neuro)fiziologija. Nastojeći da prati ove transformacije, filozofija medija se fokusira na temu subjekta i njegovog tela, u interakcijama sa svetom medijske kulture. Tokom ovih procesa, vidljivo je da ljudi u sve većem obimu postaju kiborzi ili medijski posredovana bića, dok mediji, sa svoje strane, poprimaju kompenzatorske, antropomorfne odlike čoveka. Rezultati ovakvih posredovanja manje-više dovode do hibridizacije celokupne stvarnosti, kao i glavnih aktera u njoj.

Skicirajući spisak pojmova koji su relevantni za izučavanje savremenih medija, Stjuart Prajs (Price), između ostalih, apostrofirava upravo pojam „posredovanja”, koji, za potrebe svojih analiza, definiše na sledeći način: „Posredovanje je proces izbora i oblikovanja kojim se stvara spektar značenja na osnovu javnih događaja.”<sup>3</sup> Fenomen na koji Prajs, zapravo, ovde referira jeste medijsko posredovanje – kao takvo, ono je „generator” značenja

---

3 Stjuart Prajs, *Izučavanje medija*, Clio, Beograd, 2011, str. 73.

i simbola koji se, potom, dalje posreduju s neposrednošću, tj. sa tzv. prvobitnom realnošću. Za drugostepeni, „posrednički” medijum posredovanja, pak, mogli bismo reći da predstavlja svet simbola, bilo da je u pitanju jezik (hegelovskim rečnikom formulirano, prva apstrakcija neposredne čulne izvesnosti) ili slika (simbolička predstava). Dakle, reč je o jednoj izvedenoj superstrukturi, koja nastaje kultivisanjem puke neposrednosti, a u svrhu različitih procesa (medijskog) posredovanja.

Zanimljivo je, međutim, da Prajs pod posredovanjem, u drugostepenom smislu reči, ne podrazumeva vulgarno mehaničko prebacivanje iz jednog u drugi medijum delovanja, već, naprotiv, on tvrdi da je posredovanje ona vrsta aktivnosti koja podrazumeva promene – tačnije, ovaj autor i samo to posredovanje vidi kao momenat promene. Rečju, posredovanje je, osim transmisije jedne sredine (medijuma) u drugu, uvek i nekakva transformacija, uzajamnost, promena, koja je vezana za oba početna stajališta kretanja: kako za zatečenu realnost, tako i za medije koji obavljaju (kultivišu) ovu transformaciju. Naposleku, moglo bi se, a na osnovu rečenog, zaključiti i to da je posredovanje jedna promena u kretanju, dijalektika izvan koje je danas bilo šta drugo teško moguće i zamislivo.

Jer, nakon lingvističkog obrta, koji je proglasila teorija strukturalizma i poststrukturalizma, u sledećem momentu posredovanja, jezik kao „objektivnu stvarnost”, zamenila je *slika*, i to ne bilo kakva, već tehničkim putem generisana slika. „Kultivisanjem”, kao oblikom posredovanja koji levitira između prvobitne čulne neposrednosti i jezičke stvarnosti, a koji u našem vremenu izvodi tehnologija, nastala je, dakle, današnja, tzv. „medijska kultura”. Ova kultura je u celini postala, i nastavlja da živi, kroz različita posredovanja koja konstantno donose promene. Interesantno je, u ovom kontekstu tumačenja, ukazati i na Prajsovu ideju o „formiranju subjekta”, tj. onih procesa koji pokazuju kako stari, tradicionalni „podmeti” više nisu nedodirljivi, već i oni podležu zakonitostima posredovanja, što menja ne samo definiciju subjekta i subjektivnosti, već i njegovu ulogu u zatečenom medijskom ambijentu.

Današnji ambijent, međutim, nije više „umni”, ni u teorijskom, ni u praktičkom smislu reči, nego je on tehničko-tehnološkog karaktera. Posredovanje, takođe, nije pojmovne, tj. „realne” prirode, već je uslovljeno funkcionisanjem tehnologije. Po našem uverenju, iako dobro osmišljen, čak ni Habermasov koncept „instrumentalnog uma” ovde ne bi mogao da figurira, osim ukoliko bismo pretpostavili nekakvu „umnost” tehnike, i eventualno – njenu ulogu u smislu posredovanja uma materijalnom strukturom tehnike. U skladu s tim, izmenjeno je i shvatanje subjekta i sfere (inter)subjektivnosti; više to nije (i ne može biti) misleći subjekt, već „posrednik”. Funkcija nekadašnje subjektivnosti, kojom Prajs operiše, određena je, prvenstveno, telesno i fiziološki. Savremena subjektivnost je tek u fazi konstituisanja, „formiranja”, i kroz nju nas „vodi” tzv. „posrednik”. On nas, u stvari, „vodi kroz naša iskustva”, odnosno vlastito telo i fiziologiju.<sup>4</sup> Telo, fiziologija i tehnologija, da zaključimo *ad hoc*, ulazeći u uzajamne interakcije i posredovanja, formiraju novu sferu subjektivnosti, pri čemu je nekakav minimum subjektivnosti od koje se polazi – posredništvo, a redukovani subjekt – „posrednik”. Na temelju ove kratke analize dolazimo do uvida da je subjekt istovremeno medijator i medijum procesa posredovanja.

Na drugoj strani se i objekti, tradicionalno protivstavljeni tzv. subjektima, menjaju, i to prevashodno pod uticajem novih tehnologija i medijske kulture, a sve to, prema mišljenju pojedinih teoretičara medija i kulture, ima implikacije na aktuelnu estetiku i politiku, kao i na celokupno poimanje stvarnosti. Transformišući se pod uticajima medijske kulture, „mutirajući objekti” današnjeg sveta povratno utiču na ljudsku subjektivnost i afektivnost, koja se, takođe, bitno menja, redefinišući svoj odnos prema svetu objekata.<sup>5</sup> Polazeći od izmenjenih objekata, kao svojevrsnih „koktela medija, žanrova, stvari, oblika, materijala, imaginacije i fantaza-

---

4 Vid. isto, str. 75.

5 Justin Clemens, Dominic Pettman, *Avoiding the Subject: Media, Culture and the Object*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2004, str. 11.

ma”<sup>6</sup> u koje se „investira” savremena subjektivnost, zahvaljujući dejstvu medija, čitava stvarnost, a pre svega čulna (etetska) i politička percepcija događaja, zadobijaju posve drugu dimenziju mogućih reflektovanja.

To, onda, objašnjava postepeno gubljenje subjekt-objekt relacije u tradicionalnom kontekstu preispitivanja, i to u dvostrukom smislu reči. Poprimajući odlike objekta, subjekt sve više nalikuje nekadašnjem objektu, i obratno. Relativizovanjem pređašnjih razlika, tj. preuzimanjem svojstava onog drugog, *differentia specifica* između njih se, u sve većem opsegu, gubi, distanca nestaje, a zamenjuju je hibridni oblici kulture, koji nastaju kao rezultat višestepenih i višeznačnih (medijskih) posredovanja. Ovakvo posredovanje nagoveštava još Adornova dijalektika, koja u odnosu umetnosti i umetničke publike, tj. sveta kulture, koji čita kao subjekt-objekt relaciju, ne vidi rigidnost i izolovanost polariteta, već njihovo uzajamno posredovanje koje vodi promeni.<sup>7</sup>

Za nas je sad pitanje o kakvim promenama je reč, i u kojoj meri su one „identitetske” prirode, tj. da li danas subjekt-objekt relacija uopšte postoji, i, ukoliko je odgovor potvrđan, na koji način se manifestuje u dobu vladavine medijske kulture. Već na prvi pogled je jasno da je ovaj odnos posredovan, i to zahvalju-

---

6 Isto.

7 „While Adorno’s appropriations of dialectic are not purely Hegelian, he shared Hegel’s interest in interpenetrative subject/object relationships. His work along these lines is particularly relevant to media studies because he often focused on the relationship between audience and artwork. He asserted that this relationship often worked according to a negative dialectic through which society influenced the commercialization of art and art, in turn, discouraged reflective experience in society. Additionally, Adorno elucidated the dialectical relationship between the artist and culture. For example, his essay ‘On Lyric Poetry and Society’ uses a dialectical model to expound the interpenetration of **poetry** and society. Adorno explains that, ‘the subject and object are not rigid and isolated poles, but can be defined only in the process in which they distinguish themselves from one another and change’. Vid. Kim O’Connor, na stranici: <http://csmt.uchicago.edu/glossary2004/dialectic.htm>.

jući delovanju medija, uopšteno uzevši. Međutim, ovo medijsko „posredništvo”, kako smo već naglasili, nije samo mehaničke prirode, nego je ono, u izvesnom smislu reči, „kultivisano”. S jedne strane, nekadašnji subjekt (današnji korisnik ili konzument) pokušava da kroz medijsku tehnologiju „pripitomi” i „kultiviše” stvarnost objekata. Usled toga, on, putem medija, poseže za sredstvima humanizovanja okruženja i sveta objekata, pri čemu je prvi momenat tog procesa, i to onaj, najverovatnije, nereflektovani – antropomorfno-karakterističan.

Ali, za ovu priliku valja konstatovati da se proces „kultivacije” događa i u suprotnom smeru. Naime, medijska kultura, kao deo tehničke kulture, takođe utiskuje svoje tragove u subjekt, prenoseći objektna svojstva na njegovo ponašanje i aktivnosti. Otuda mašinirana, sajberizovana subjektivnost našeg vremena deluje dehumanizovano, dok medijski kultivisana stvarnost često poprima antropomorfna i prividno humana svojstva. Nasuprot stereotipnim očekivanjima, ta dva „sveta” nisu odvojena, već su, zapravo, višestruko posredovana, čime se ukida ili premošćuje distanca između njih, koja se, pri tom, popunjava nizom prelaznih oblika, kao rezultata posredovanja, te subjekt-objekt stvarnost počinje da deluje kao jedan beskonačni hibridni kontinuum (samo)posredovanja.

Kako to izgleda u praksi i na koji način medijska kultura utiče na aktuelne transformacije, kako subjekt-objekt stvarnosti, tako i različitih, u njoj zatečenih i antropomorfno generisanih oblika, a koji se međusobno umrežavaju, komunikacijski posreduju, i, na izvestan način, uzajamno (intersubjektivno) određuju. Temeljna izmena tzv. subjekt-objekt relacije u tesnoj je vezi, prema našem shvatanju, ne samo s poimanjem ovog odnosa, već i s novim oblicima percipiranja, pa samim tim i reflektovanja pojma stvarnosti koji danas, u sve izraženijem obimu, određuju nove medijske i komunikacione tehnologije.

Možda je adekvatan primer koji ukazuje na pomenute transformacije video-igra iz Nintendo/Niantic produkcije, pod nazivom: „Pokemon Go!”. Naime, ova aplikacija za „pametne” tele-

fone koristi tehniku GPS-a (mapiranje), te kamere instalirane na mobilnim telefonima ili tabletima, pomoću kojih se na različitim stvarnim lokacijama (priroda, gradovi, i dr.) traga za tzv. „Pokemonima”, virtuelnim likovima koji podsećaju na junake iz japanskih stripova i crtanih filmova za decu (i odrasle). Svet Pokemona, tj. njihovo stanište zavisi od opcije uključenosti ili isključenosti (trenutne) iz igre. Ukoliko je video-igra u toku, Pokemoni se pojavljuju u „realnom” svetu, na lokacijama koje se registruju na ekranima telefona ili tableta, dok se istovremeno, i figura igrača locira u taj isti prostor, u potrazi za Pokemonima. Šta je *novum* u ovoj video-igri, odnosno šta je to što je relevantno za našu raspravu o medijskoj kulturi i njenim subjekt-objekt posredovanjima?

Najpre, do sada je bilo uobičajeno da subjekt (igre, stvarnosti) ulazi u artificijelno konstruisani, virtuelni prostor (VR), korišćenjem tehničkih pomagala koja omogućavaju subjekt-objekt posredovanje i „prebacivanje” u virtuelni svet. Ovaj prostor se „otvarao” pred stvarnošću, tako što je, makluanovski shvaćenim „produžetkom čula”, naša percepcija preskakala nevidljivu „rampu”, odnosno granicu između stvarnog i virtuelnog sveta. U igri „Pokemon Go!” dešava se nešto drugo. Reč je o višestrukom iluzionizmu: ulazak u zonu Pokemona je, istovremeno, i prodor u „realni” svet, u kome su Pokemoni „stvarni”, a naši avatari „irealni”, tj. oni su samo preslikane vizuelne kopije na monitorima aparata. Iako antropomorfni, animirani likovi Pokemona penetriraju u naš svet, a ne obratno; i taj prostor je jedinstven, tj. zajednički – on je digitalna replika naše stvarnosti u kojoj se pojavljujemo i mi (kao subjekti igre) i naše odabrane „mete”, odnosno predmeti potrage – virtuelni Pokemoni.

Igra je, za našu argumentaciju, ilustrativna u tom smislu, što dovodi u pitanje gotovo sva dosadašnja shvatanja o tome šta je stvarnost koja se stiže u subjekt-objekt režimu mišljenja. Naime, već sam subjekt opažanja i poimanja stvarnosti (igre) podvojen je na onoga koji igra (a koji je već u igri), i njegovog grafičkog avatara koji se kreće u virtuelnom prostoru, tražeći Pokemone. Dakle, mi (kao igrači), u medijatzivanom prostoru u kome se

podudaraju stvarni i virtuelni svet, posmatrajući sebe i svoju kartografsku realnost, susrećemo animirane likove potekle iz „drugog” sveta, a koji pokušavaju da „okupiraju” naš; zadatak igre je da ih u tome sprečimo, odnosno „uhvatimo”. Ono što je ovde zanimljivo jeste koncept igre koji diktira da to što činimo ne radimo neposredno, nego putem medijski generisanog avatara, koji stupa u „neposredni” odnos prema Pokemonima. I kako to pojedini teoretičari naglašavaju, u ovoj video-igri smo, zapravo, sopstveni „avatari”: „It’s us, the *Pokémon Go* players, that are the avatars. And the avatar in *Pokémon Go* are the actual players.”<sup>8</sup>

Drugim rečima, podvojeni subjekt igre smo mi – kako u realnom tako i u digitalnom prostoru igre, i to, naravno – kao „avatari”. S druge strane, objekt igre su artificijelno kreirani Pokemoni, koji su jednim delom izvan prostora igre (imaginarni prostor za staništa Pokemona), dok su drugim delom, zajedno s našim avatarima, u *cyber* prostoru igre, koji grafički simulira realni prostor. Igra s Pokemonima, na ovaj način, ne samo da relativizuje razliku između medijske i stvarne stvarnosti, već ovu drugu, u isto vreme, obogaćuje antropomorfnim pojavama poteklim iz digitalno konstruisanih svetova.

Navedena problematika principijelno se razmatra u programskom tekstu o tzv. „proširenoj realnosti” (*Augmented reality, AR*), pod nazivom: „The Next Big Thing in Tech: Augmented Reality” („Sledeća krupna stvar u tehnologiji: proširena realnost”). Članak, naime, počinje rečenicom da realnost nije više ono što je nekad bila<sup>9</sup>, a dalje, između ostalog, razrađuje ideju o upadu „proširene realnosti” u „slobodni prostor” same stvarnosti, što adekvatno demonstrira pomenuta video-igra s Pokemonima. Pozivajući se na stavove Grega Kipera (Kipper), autora vodiča za AR, tehnologiju u nastajanju („Augmented Reality: An Emerging Technologies Guide to AR”), u pomenutom tekstualnom prilogu,

---

8 Vid. na stranici: <http://www.theverge.com/2016/7/13/12172272/pokemon-go-story-niantic-app-nintendo>.

9 Vid. na stranici: <http://www.cnet.com/news/the-next-big-thing-in-tech-augmented-reality/>

preuzetom sa CNET-a, anticipiran je sledeći korak: AR će postati interfejs za Internet stvari; drugim rečima, proširena stvarnost je pretpostavka za takvu objektnu stvarnost u kojoj će realni objekti biti zamenjeni mrežnim (Internet) objektima.<sup>10</sup> Sudeći po Internet prezentaciji N. Gligorića, na primer, za pojam AR-a, koji se prvi put pominje 1990. godine u avio-industriji (istraživači Boinga), vredi i sledeće: on, u stvari, predstavlja – „stvaran, (realan) svet proširen sa kompjuterski generisanim podacima i objektima.”<sup>11</sup>

Dakle, pod pojmom „proširene realnosti” se, pojednostavljeno rečeno, podrazumeva implementacija tehnologije projektovanja virtuelnih grafičkih elemenata i objekata (npr. Pokemona) u „realni” prostor i vreme. Ipak, ne treba smetnuti s uma da je ova realnost takođe medijski posredovana, te da smo mi u njoj participant (subjekt), kako neposredno, tj. u kontaktu s tehnologijom, tako i preko naših medijski konstituisanih avatara, koji nam omogućavaju uronjenost u digitalno iskustvo, s manje ili više autentičnim utiskom neposrednosti: kao i obično, sam ugao interpretiranja novonastale situacije zavisi od polazišta – tj. od početne hipoteze (predrasude) šta za nas znači „realni svet”, u koji se, potom, inkorporiraju određeni digitalni objekti. U kontekstu rasprava o „proširenoj realnosti”, stanovište sa koga posmatramo ovo „proširenje” pokazuje se kao relevantno za buduće argumentovanje.

Iz do sada navedenog se već može donekle naslutiti sugerisani obrt, da za savremenog subjekta objekt(iv)na stvarnost postaje Internet stvarnost, tj. da se objekti naših saznanja, kako onih perceptivnih, tako i refleksivnih (pa čak i „umnih”), posredstvom upliva tehnologije u subjekt-objekt odnos, premeštaju iz realnog u medijski posredovani, mrežni prostor, i da, između ostalog, tako i nastaje svet (novo)medijske kulture. S druge strane, i sam realni prostor, u koji penetričaju digitalni objekti, biva proširen u jednu

---

10 Isto.

11 Vid. na stranici: [http://www.razvoj-karijere.com/media/files/Link\\_group.pdf](http://www.razvoj-karijere.com/media/files/Link_group.pdf).



realnost koja je simulirana tako da ona, u stvari, predstavlja, u izvesnom smislu, koincidiranje digitalne i realne stvarnosti. Osim izmena koje padaju na stranu objekta, „proširena realnost” utiče i na promenu savremenog koncepta subjekta i subjektivnosti, koji se manifestuje kao nedvosmislena podvojenost (često i multiplificiranost), o kojoj je ranije bilo govora.

Naredni problem, koji vredi na ovom mestu otvoriti, tiče se pitanja razlikovanja virtuelnog (VR) i proširenog (AR) prostora, kao i posledica koje ovo diferenciranje može imati po aktuelno razumevanje subjekt-objekt relacije, koja je u direktnoj vezi s problematikom identifikovanja „prostora”. Istorijski posmatrano, ova razlika je nastajala postepeno, o čemu svedoči naredni iskaz, koji objašnjava aktuelne promene: „Procesiranjem kadar sadrži više informacija nego u ‘stvarnoj’ stvarnosti, stoga je ona proširena. Televizijska slika je dosad pružala takav pogled na stvarnost iako je ta stvarnost bila snimljena uz naknadno dodanu grafiku – zamislite nogometnu utakmicu prije tridesetak godina s jedva namontiranim rezultatom i minutažom. Sad zamislite nogometnu utakmicu danas i sve grafičke elemente koji se pojavljuju na ekranu kako biste dobili kompletnije promatračko iskustvo. Slična je stvar sa stvarnosti i proširenom stvarnosti koja je danas tehnološki izvediva.”<sup>12</sup> Po našem mišljenju, navedeni iskaz plastično pokazuje ne samo napredak televizijske tehnologije, već izvesno „proširenje” ili pak „sažimanje” medijskog prostora (i vremena).

U stvari, koncept VR prostora čuva iluziju subjekt-objekt odnosa, dok pojam AR-a devastira tu iluziju, manifestujući privid kontinuuma između subjekta i objekta, ukazivanjem na jednu hibridnu stvarnost u kojoj objekti i jesu i nisu objekti, što, slično, vredi i za subjekte percepcije, igre i stvarnosti. Povodom AR stvarnosti, koja je tek odskora predmet teorijskih proučavanja, neki koriste atribuciju „proširene”, a drugi „mešovite” stvarnosti, koja unutar sebe inkorporira i tzv. „proširenu”. Primera radi, u

---

12 Vid. na stranici: <http://idesh.net/report/prosirena-stvarnost/>.

uvodnom delu rada pod nazivom: „Kombinacija stvarnih i virtualnih scena”, Eva Cetinić daje ocenu novonastale situacije:

*U današnje vrijeme pojam stvarnosti postaje sve manje egzaktna. Tehnološki razvoj pridonosi sve stvarnijoj realizaciji nestvarnoga, te stvarnost više nije samo jedna, ona se proteže kroz paletu više ili manje ‘stvarnih stvarnosti’. Unaprijednjem tehnologija računalne grafike svijet virtualne stvarnosti postaje sve realističniji, a mogućnost njegovog kombiniranja sa stvarnim okruženjem našeg svijeta otvara novu dimenziju u razumijevanju koncepta stvarnosti – mješovitu stvarnost. Mješovita stvarnost ostvaruje se kao kombinacija virtualnih i stvarnih scena. Ovu kombinaciju moguće je ostvariti implementacijom elemenata stvarnog okruženja u virtualne scene (prošireni privid) ili implementacijom virtualnih objekata u stvarno okruženje (proširena stvarnost).<sup>13</sup>*

Veliki doprinos najavi AR-a, a na osnovu iskustva s VR-om, dala je, nesumnjivo, filmska industrija (u spektru od Melijesovih /Méliès/ radova iz 1907. godine, preko filmskih hitova poput kinematografskog ostvarenja *Ko je smestio zeki Rodžeru*, na primer, pa sve do Kameronovog /Cameron/ *Avatara*), kao i industrija video igara („Pokemon Go!”, i sl.). U poigravanju s konceptom stvarnosti u ovim industrijama, međutim, uočena je bitna razlika – dok je VR, naime, koncentrisana na „uronjenost” subjekta u artifičijelnu stvarnost, i to fokusiranjem „na sadržaj” (koji sprečava interakciju s okolinom, pa u tom smislu ubedljivije simulira nekadašnji subjekt-objekt odnos), dotle AR „našem doživljaju svijeta dodaje kontekstualne slojeve s informacijama u realnom vremenu”.<sup>14</sup> Dakle, s jedne strane, uočena je tendencija prodiranja u druge, artifičijelno generisane svetove s obzirom na „sadržaj” (naracija, uronjenost), a s druge, primećena su nastoja-

---

13 Eva Cetinić, „Kombinacija stvarnih i virtualnih scena”, Završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Zagreb, 2010, str. 3.

14 Vid. na stranici: <http://www.tportal.hr/gadgeterija/tehnologija/411043/Znate-li-sto-razlikuje-prosirenu-od-virtualne-stvarnosti.html>.

nja da ta druga stvarnost pride nama, i kolonijalizuje naš svet, u tzv. „realnom” prostoru i vremenu.

U svakom slučaju, koncepcija uspostavljenog „kontinuum-a” između virtuelne i realne stvarnosti u naučnoj literaturi je poznata kao tzv. „Milgramov kontinuum” (Pol Milgram /Milgram/ i saradnici), koji je teorijski definisan 1994. godine. Ovaj kontinuitet, odnosno privid koji ga reprezentuje, češće se pripisuje dejstvu AR-a, a u odnosu na VR, iako je pokatkad ta nova, artificijelnim sredstvima generisana stvarnost (misli se na AR) definisana kao potkategorija VR-a. Jer, razlika između njih može biti uočena ne samo u percepciji „sadržaja” u odnosu na kontekst realizacije (okruženje, i sl.), već i po pitanju „sintetičnosti”, odnosno „realističnosti” utiska „učesnika”, tj. posmatrača.<sup>15</sup> Naime, prilikom upotrebe tehnologije AR-a, teži se postizanju što većeg stepena „realističnosti”, i uspeh filmskih ili video ostvarenja realizovanih u ovoj tehnologiji testira se upravo na osnovu kriterijuma „realizma”, a za razliku od VR dostignuća, koja se uglavnom valorizuju prema kvalitetima prikazanog „sadržaja”. Za savremene estetičare, te filozofe medija koji izučavaju nove estetske fenomene, ovo bi moglo biti jedno od krucijalnih pitanja: kako vrednovati neko umetničko (medijsko) ostvarenje, u čijem nastanku i recepciji participiraju jedna ili druga tehnologija.

Iako, bar na prvi pogled, pojmovna sintagma „proširene realnosti” unosi konfuziju u standardni teorijski diskurs o subjekt-objekt relaciji – pošto proširenje možemo posmatrati kako sa

---

15 „Augmented Reality is often confused with another technology that relies on software, hardware and content but without the physical world: Virtual Reality. Augmented Reality always involves adding digital information in a manner that’s tightly synchronized with the physical world. In contrast, Virtual Reality is 100% imaginary or ‘synthetic.’ In 1994 Paul Milgram and Fumio Kishino defined a mixed reality continuum. On one end is the physical world without any digital enhancements and, on the other, the purely digital world (Virtual Reality). Augmented Reality is a form of mixed reality that is closer to the physical world than the purely digital world.” Vid. „Milgram’s Continuum”, na stranici: <http://thearea.org/augmented-reality-defined/>.

stanovišta subjekta, tako i objekta (antropomorfni Pokémoni traže *nas* da ih „uhvatimo”), „mešana” realnost, kao sinonim koji referira na ideju Milgramovog kontinuuma, ne samo da produbljuje ovu konfuziju, već, reklo bi se, gotovo da niveliše razliku između subjekta i objekta, u njihovoj tradicionalnoj postavci. S jedne strane, subjekt, interagovanjem u odnosu na tehnologiju, biva „proširen” samom medijskom tehnologijom i ujedno objektivizovan, dok s druge, u tehnološkim sredstvima generisanom kontinuumu (univerzumu), tehnologija postaje instanca koja, povratno, posmatra i određuje *nas*, kao subjekte igre, opažanja i saznanja, čime delom preuzima na sebe ulogu nekadašnjeg subjekta. Time tradicionalno koncipirani subjekt-objekt odnos gubi na svom značenju, pošto se uzajamnim posredovanjem antagonizmi približavaju, čime se ukida distanca između njih, postajući kontinuitet (nepojmovnih, medijskih) posredovanja, ili koincidencija prividnih suprotnosti. Sva intersubjektivnost se, utoliko, može danas, unutar medijske kulture, prevesti na interaktivnost između objekata, kao i obratno, u igrama mašiniranih i avatarizovanih „subjekata”, te antropomorfnih objekata koji, apsorbujući odgovarajuće predikate subjektivnosti, preuzimaju na sebe ulogu subjekta afekcije nad objektima koje uključuju u svoje interakcije (igrači), iz čega nastaje jedan svet koga, zapravo, nema bez interakcije, i čiji hibridni derivati u sve većoj meri naseljavaju našu kulturu i stvarnost.

---

## BUDUĆNOST MEDIJA: MEDIJI I SMRT

Filozofija medija, ukoliko nastoji da bude problemski orijentisana prema svetu savremenih komunikacionih tehnologija i proizvoda medijskih i kreativnih industrija, osim vladajućih uverenja da su mediji (zajedno s umetnošću i kulturom), u većini slučajeva uzevši, instrument manipulacije, otuđenja, pa čak i sredstvo za prepariranje i upravljanje oružanim konfliktima i ratovima većih razmera, trebalo bi kritički da sagleda perspektivu razvoja medija i tzv. „medijske kulture” u budućnosti. Takvih pokušaja je, istorijski gledano, svakako bilo, recimo kada je u pitanju propitivanje ideje medijske konvergencije (Fidler), ili, pak, kada je bilo govora o aktuelnim refleksijama u smislu prodora uticaja mrežnih tehnologija i tzv. „novih medija” u svakodnevni život čoveka, a koji danas bitno deluju na izmenu paradigme doživljaja stvarnosti, bar kada je reč o tehnološki razvijenom svetu.<sup>1</sup> Opčinjenost i paralisnost mnogobrojnim informacijama i medijskim slikama, s jedne strane, te noviji pokušaji da recepcija medijskih sadržaja preraste u digitalni vid interakcije s korisnicima s druge strane, zapravo su jedan te isti produkt redukcionističkog koncepta potrage za istinom, smislom, lepotom, opštim dobrom i vrednostima, svedenim na mehaničku, odnosno puku posredničku dimenziju

---

1 „Once upon a time, there was no Facebook, Twitter, Instagram or YouTube. Our lives did not revolve around a stream of status updates, tweets, videos and filtered photos. That was just 10 years ago.” Mary Catherine Wellons, *11 Predictions on the future of social media*, na stranici: <http://www.cnb.com/id/102029041>.

realnosti. To, međutim, samo po sebi, i ne bi bilo toliko rđavo da *uvek već* nije reč o činjenici da aktuelni tipovi medijskog posredovanja referiraju na sferu koja ujedno, istim tim mehanicizmom, transcendirira sam život.

Jedan od prvih teoretičara koji je kritički problematizovao status savremenih medija, kako mas-komunikacija, tako i Interneta i novih medija, i to u interpretativnom kontekstu globalno umreženog sveta – Pol Virilio, tvrdi da se današnji mediji, kao i budući (recimo, „interaktivne reklame”, i sl.), podržani tzv. „tehnoukama”, neosetno kreću ka „krahu slika”.<sup>2</sup> Ovaj događaj je, u isto vreme, povezan sa prethodećim konceptom „suparništva ikona”,<sup>3</sup> tj. tržišnom, ali i političkom konkurencijom u borbi za dominaciju vizuelne paradigme u globalnom okruženju, gde se vode informatički, odnosno kibernetički ratovi. Svrha ovih sukoba, po njegovom mišljenju, jeste uspostavljanje totalne perceptivne kontrole nad stvarnošću, a posredstvom raznolikih aktivnosti savremenih medija i tzv. „digitalne kulture”.

Tipičan primer informatičkog ratovanja u našem vremenu predstavlja slučaj francuskog žurnala Šarli Ebdo (Charlie Hebdo),<sup>4</sup> koji je, prvobitno delujući kroz medij karikature i satire, doživeo pretnje smrću i teror nad svojim novinarima, što se docnije pretvorilo u tragično stradanje dela redakcije ovog lista. Nakon ubistva članova redakcije, usledio je talas protesta u Francuskoj, zatim u Evropi i u čitavom svetu, u spektru delovanja od različitih političkih akcija i okupljanja građana na ulicama i trgovima Pariza, u znak podrške i solidarnosti sa postradalima, do virtuelnog odobravanja ili osporavanja postupaka jednih ili drugih učesnika u sukobu, a koji su preplavili *cyber*-prostor i društvene mreže, bilo u smislu empatije sa žrtvama ubistva i podrške slobodi govora i štampe, ili u smeru kritike represivnog francuskog režima, rasizma i hipokrizije medija, kao i političkih lidera što, akcentovanjem

---

2 Pol Virilio, *Informatička bomba*, Svetovi, Novi Sad, 2000, str. 110.

3 Isto.

4 Vid. na stranici: <http://www.charliehebdo.fr/>.

slučaja „Ebdo”, izbegavaju da izveste o masovnim stradanjima u drugim delovima sveta – u Indoneziji, Nigeriji ili Srbiji (slučaj NATO raketiranja RTS-a), na primer. I naposljetku, iz aktuelnog delovanja medija se, posredno ili neposredno, moglo iščitati da je tu reč o svojevrsnom medijskom ratu, tj. sukobu kultura/civilizacija (evro-atlanske i arapske, tj. hrišćana i pobornika islama), pojednostavljeno rečeno.

Naredni, iz serije vrlo karakterističnih oblika ratovanja koje često podstiču i pokrivaju današnji mediji, jesu oni, koji su vođeni „pod crnom zastavom” – popularno nazvani *False flag*. Ova vrsta informatičkih ratova zasnovana je na ideji operacija na terenu, najčešće terorističkih, a koje se pripisuju određenim akterima, organizovanim grupama, pa čak i čitavim državama, s ciljem da izazovu efekat i reakcije globalne javnosti; oni su, zapravo, u interesu skrivenih centara moći, odnosno podstrekača koji ih planiraju, organizuju i sprovode iz senke, maskirani u „drugog”, tj. u neprijatelja. Pokatkad su ove „slike smrti” u potpunosti medijski inscenirane, ali je češći slučaj da se one odista odigravaju u stvarnosti, a potom medijski predciraaju ne realnim vinovnicima smrti i zločina, već njihovim protivnicima. Interpretacija ovakvih akcija, pri čemu je zaista teško razlučiti istinu od laži na temelju isključivo medijski definisane slike događaja, u najboljem slučaju vodi ka relativizovanju vrednosti, pa samim tim i žrtava stradalih u njima, dok realno predstavlja uvodne sekvence za kraj dominacije slike.

U tom smislu, indikativan je postulat Pola Virilioa o razbijanju (vladajuće) slike sveta koji produkuju globalni mediji (fragmentarizacija na različite imperijalne prikaze sveta – *prim. D. V.*), što istovremeno označava i mogućí, novi početak ne samo za medije, nego i za čovečanstvo. „Ekran protiv ekrana, monitor kućnog kompjutera i televizijski ekran se suprotstavljaju u borbi za dominaciju na *tržištu globalne percepcije*, čije kontrolisanje će sutra započeti novo doba, kako na etičkom, tako i na estetskom planu.”<sup>5</sup> Izvesno, ovde nije reč samo o sukobu između

---

5 Pol Virilio, *Op. Cit.*, str. 111.

tradicionalnih i novih medija, odnosno štampe i elektronskih, nasuprot digitalnim medijima, kao i nacionalnih, naspram postkolonijalnih vrednosti, već o tome da umesto „sistemskog delovanja” medija masovnih komunikacija (frankfurtska filozofska škola) ili medijskog konvergiranja (Fidler) ovde vidimo na delu ratne konflikte, i to ne na nivou sadržaja, već u domenu percepcije, čiji će krajnji ishod, kako anticipira Virilio, biti slom slike, a pod dejstvom tzv. „informatičke bombe”. Pri svemu ovome, želimo da naglasimo da je odnos starih i novih medija, po našem shvatanju, dijalektičan i da podrazumeva prožimanje i sukob pomenutih protivrečnosti.

Možda bi, u tom kontekstu sagledano, trebalo razmotriti i viziju kraja (vladavine) medijske slike u ontološkom smislu reči, što bi, ujedno, moglo da znači i povratak *logosu*, i putu njegovog „oslušivanja”, a koji je suprotan dominaciji *pojavnosti* koja referira na samu sebe. U *Informatičkoj bombi*, Virilio nagoveštava propadanje pojavnog sveta (analogija sa implozijom smisla, o kojoj je govorio Bodrijar), na koji utiču krah tržišta, s jedne strane (tzv. „finansijski mehur”), i „virtuelna inflacija”, s druge. Da li nestajanje pojavnosti, kroz „teleprisustvo”, uvodi čovečanstvo u novu epohu delovanja medija, i to u vezi s pitanjem preformulisanja stvarnosti, odnosno definisanja estetskog i čulnosti što su pod uplivom tržišnih zakonitosti i prekomernosti vizuelnih (estetskih) senzacija današnjice. O tome Virilio piše na sledeći način: „Samo ekonomska dezinformacija može da okrene u svoju korist propast pojavnosti i krah vidljivog: *analoško* prepušta svoje preimućstvo *numeričkom*, nedavno ‘zgušnjavanje podataka’ omogućuje ubrzanje, odnosno suočenje sa našim odnosom sa realnošću... ali pod uslovom da pristanemo na sve veće osiromašenje vidljivih pojava.”<sup>6</sup> I nadalje se pita: „Da li će, na taj način, postepena digitalizacija audiovizuelnih, taktilnih i olfaktivnih informacija, preteći pad neposrednih osećaja, *analoška sličnost* bliskog, uporedivog, ustupiti svoj primat

---

6 Isto, str. 113.



jedinoj *numeričkoj verovatnoći* daljina, svih daljina, definitivno zagađujući time ekologiju osetnog.”<sup>7</sup>

Naša polazna hipoteza o budućnosti medija, koja pretpostavlja njihovu smrt u dosadašnjem obliku pojavljivanja i delovanja, iako izgleda paradoksalno, tiče se, zapravo, dijalektike odnosa života i smrti medijske kulture s kraja XX i početkom XXI veka, i temelji se delom na interpretacijama prethodno pomenutih teoretičara. Naime, ako apstrahujemo povest medija tako što ćemo posmatrati samo onaj domen njihovih aktivnosti koji prerasta u hegemoniju nad stvarnošću, a to je upravo, po našem mišljenju, sadašnji trenutak, onda možemo da, uprkos relativno kratkom istorijatu sistemskog dejstva medija masovnih komunikacija, kao i novih medija u sinergiji s njima, proglasimo kraj medija, i konstatujemo čežnju za kvalitativnim skokom u nepoznatu zonu njihovog budućeg aktiviranja. To bi, istovremeno, označavalo smrt medija kakve danas poznajemo i njihov posve drukčiji, novi život, u smislu evociranja hegelovskog principa *Aufhebung*-a, primenjenog na povest medija.

A kako stoji sa smrću medija u današnjem vremenu? Osim njihovog kvantitativnog umnožavanja i konstantnog tehničkog usavršavanja, posmatrano sa stanovišta istinskih inovacija, naša era ne donosi ništa novo niti originalno, pogotovo kada se ima u vidu globalno ocrtana medijska scena. Film je, kako mnogi ističu, na zalasku; analogna fotografija biva gotovo u potpunosti supstituisana digitalnom; radio i televizija ponavljaju programske matrice i ustaljene formate; štampa je preplavljena tabloidnim sadržajima. Drugim rečima, mediji kakve smo do sada poznavali su na samrti, s tim što logika profita nemilosrdno odlaže njihov konačni kraj. Naravno, kada govorimo o kraju medija, nije nam na umu njihova faktička smrt *hic et nunc*, već, zapravo, imamo u vidu procese njihovog (od)umiranja. Jedan od načina da se javno progovori o kraju medija jeste i putem samog medijskog delovanja, što je tokom 2014. godine učinila grupa aktivista Udru-

---

7 Isto.

ženja građana „Mladi grašak” iz Beograda, proglasivši uživo, na programu državnog radija, smrt medija, izvođenjem istoimenog, jednogminutnog performansa direktno u programu Radio Beograda 202.<sup>8</sup>

Kako se dogodilo da mediji masovnih i novih komunikacija, kakvi su nam danas poznati, žive svoj kraj, iako su, sa izuzetkom štampe, sudeći prema vremenu nastanka, većinom novijeg datuma? Savremeni mediji i smrt su, prema našim shvatanjima, u dvostrukom odnosu: s jedne strane, mediji obilato eksploatišu temu smrti koja je u ranijim vremenima, ako se izuzme uža, umetnička sfera njihovog delovanja, bila takoreći tabuizirana. I danas je, primera radi, u reklamnoj industriji prikazivanje smrti u svrhu *advertising*-a nepoželjno (reč je, svakako, o nevidljivim zabranama), pošto se pokazalo da vezivanje fenomena, pojma ili ideje smrti za neki proizvod, robnu marku, odnosno brend, ne podstiče prodaju, tj. povoljan tržišni efekat. Nasuprot ovome, nekrofilna tematika se, tokom poslednjih nekoliko decenija, potmulo uvukla u mnoge aktuelne medijske sadržaje, pravdajući ovakve uređivačke poteze ili autorske poetike (kada je reč o filmu i fotografiji, na primer), otvoreno ili prikriveno, potrebama i zahtevima samog medijskog tržišta.

Otuda film, pa čak i crtani filmovi namenjeni deci, obiluju prizorima smrti i nasilja, pa su se, tako, osećanje, doživljaj i prikazivanje smrti na celuloidnoj traci razvili u poseban filmski žanr poput *horror*-a, koji se isključivo bavi problematikom straha i smrti. U stilskom pogledu, nadalje, ovaj žanr se iz medija filma pretočio u vizuelnu neogotiku, posebno aktuelnu na blogovima i društvenim mrežama, što, ujedno, ukazuje i na poreklo žanra, poteklo iz domena književnosti (Meri Šeli /Shelley/). Kada je reč o

---

8 Dana 29. IX 2014. godine Udruženje građana za umetnost, kulturu, medije i društvena pitanja „Mladi grašak” iz Beograda, neposredno po povratku sa međunarodne naučne konferencije o budućnosti medija održane na Cresu, realizovalo je kratki performans povodom smrti medija, uživo u programu Radio Beograda 202, čime je, na simbolički način, označena nova etapa (mogućeg) delovanja medija na ovom kulturnom prostoru.

televiziji, dovoljno je podsetiti da se jedna od najvećih globalnih medijskih kuća BBC World News, na primer, reklamira kao vodeća svetska televizijska stanica za tzv. *breaking news* sadržaje, koji se uglavnom tiču velikih katastrofa, sukoba, smrti, i najčešće izveštavaju o tanatičkim temama.

Manuel Kastels (Castells) smatra da je otvaranje „(semantičkog) polja smrti” u oblasti medijskih aktivnosti povezano sa strukturama moći, i to na globalnom nivou. Jer, po njegovom razumevanju stvari, medijska politika nije ograničena samo na reklamne, odnosno izborne kampanje, kako se to obično misli. Politički stratezi, naime, nastoje da svakodnevno utiču na sadržaje plasiranih informacija, zasnovanih na odnosima moći, što se u podjednako meri odnosi na „vlade, stranke, lidere”, kao i na nevladine „društvene aktere”.<sup>9</sup> Rečju, za čitavo polje medija označeno smrću, Kastels optužuje uticajne političke aktere, koje naziva „političkim ubicama”.<sup>10</sup> Istovremeno, autor pokušava da demistifikuje mehanizme što ih koriste „političke ubice” medijskih sadržaja, a koje ovde navodimo u celosti: „Prvi korak: Političke ubice iskopavaju prljavštinu o nekom. Drugi korak: Prljavština se potom dostavlja ispitivačima javnog mnjenja, koji preko sofisticiranih anketa mogu da odrede koji su komadići prljavštine najštetniji u umovima birača. Treći korak: Ispitivači javnog mnjenja daju svoje rezultate ljudima koji se bave marketingom u medijima, koji potom postave dva ili tri najštetnija negativna problema na TV, radio i reklamne mejlove koji imaju za cilj da raskomadaju njihove političke protivnike. Treći korak je zaista impresivan. Divim se neverovatnim talentima organizatora medijskih spinovanja... Kad se sve to jednom završi, razotkriva se istina – a protivnikova kampanja već je doživela ozbiljan udarac, od kojeg se često više i ne oporavi.”<sup>11</sup>

---

9 Upor. Manuel Kastels, *Moć komunikacija*, Clio, Beograd, 2014, str. 237. i 239.

10 Isto, str. 237.

11 Isto, str. 237. i 238.

Dakle, pitanje budućnosti medija nesumnjivo se tiče odnosa medija prema smrti, što bi trebalo da je osnovna pretpostavka novog početka njihovog delovanja. Po našem mišljenju, međutim, ovaj odnos ne referira samo na kraj medija i njihovu delatnost kakva nam je danas poznata. Naime, već sama tema smrti, koja je u prošlim vremenima retko problematizovana, osim u filmovima i TV serijama, ili pak u delima likovnih umetnosti, od reklamnog i medijskog tabua, kako rekosmo, u našem vremenu prerasta u svojevrstu opsednutost tanatosom. Ovaj fenomen bi se, otuda, mogao podvesti pod kategoriju upliva „opscenog” ili „zazornog”, o čemu je, svojevremeno, pisala Julija Kristeva (Kristeva).<sup>12</sup>

S tim u vezi, takođe bi valjalo naglasiti da su se smrt i spektakl oduvek, u izvesnom smislu reči, dijalektički posredovali i preplitali. Bilo kao odsutna ili prisutna u različitim medijima, tema smrti je često predstavljala konstitutivni deo radnje (drama), odnosno spektakla, što je najbolje ilustrovano na primeru starogrčke tragedije. Iako su pisci najpoznatijih tragedija, poput Eshila (Aeschylus), Sofokla (Sophocles) i Euripida (Euripides) naveliko tematizovali, opisivali i bavili se pitanjem smrti u svojim delima, kada je reč o njenom prikazivanju na sceni, inscenatori su se striktno držali konvencije odsustva prizora zločina i smrti u amfiteatrima. To se, zapravo, smatralo neprikladnim, te su se zazorne „scene” događale iza pozornice, da bi tek njihov konačni ishod bio predstavljen na sceni, u smislu iznošenja već „usmrćenih” tela protagonista na pozornicu. Ovo prvenstveno otuda što je antička tragedija, osim umetničkih aspiracija, imala zadatak da „vaspitava” građane u duhu praktikovanja određениh vrlina. Nasuprot ovome, u realnosti su se događala ubistva i pogubljenja, bilo na antičkim ili srednjovekovnim trgovima, ili, recimo, na ulicama Pariza, nakon tehničkog izuma giljotine. Ovakva pogubljenja, kao deo spektakla smrti, karakteristična su za neke regione sveta i danas, a snimci zlostavljanja žena, novinara ili svetskih lidera, te njihova usmrćivanje snimljena mo-

---

12 Vid. Julija Kristeva, *Moći užasa*, Ogled o zazornosti, Naprijed, Zagreb, 1989.

bilnim telefonom ili video kamerom, postala su deo medijske svakodnevice širom naše planete.

Uprkos tome, svojevrsni tabu prikazivanja smrti u domenu umetnosti i kulture, održao se gotovo do naših dana, a paradigmatički zaokret desio se definisanjem estetike ružnog u modernoj umetnosti, odnosno zahvaljujući transformisanju umetničkih u masmedijske proizvode. Zatim slede i tzv. „crne” novinske hronike, a potom i čitavi „specijali”, odnosno televizijske i radio emisije, posvećene ovim temama. Za razliku od reklamne industrije, mediji su prepoznali temu smrti kao resurs za sticanje profita. Upravo iz ovog razloga, a u odsustvu etičkih principa delovanja, koji su zamenjeni idejom uspešnog poslovanja, mediji su danas okupirani najrazličitijim senzacijama koje se tiču tema smrti i umiranja. Navedeno detabuiziranje medija u pogledu reprezentovanja smrti, predstavlja, prema našem uverenju, prvi simptom umiranja/kraja medija kakve ih danas poznajemo.

Naša je pretpostavka da, osim tržišnih mogućnosti za eksploataciju tanatičke problematike u savremenim medijima, i aktuelna naučna istraživanja daju adekvatan povod, odnosno pogoduju fokusiranju medijske pažnje na temu smrti i umiranja. Jedna od popularnih teorija interdisciplinarnog karaktera, a koja u sebi kombinuje istraživanja kvantne fizike, genetike i kosmologije, jeste teorija biocentrizma. Ova teorija, čije se autorstvo pripisuje Robertu Lanci (Lanza) i saradnicima, za razliku od prethodnih *epistheme*, osim što preispituje ideju postojanja multiverzuma, koja bi trebalo da supstituiše interpretiranje sveta kao jednog jedinstvenog (univerzuma), poseduje i revolucionarni potencijal kada je reč o tumačenjima pojma života, pa samim tim i koncepta smrti koji odatle proističe.

Naime, naučnici koji zastupaju biocentrične ideje o nastanku sveta – a reč je o idealističkim postavkama, nasuprot vladajućim, materijalističkim – zalažu se za ideju da je život „stariji” od kosmosa, odnosno da je konstitutivan za nastale svetove, a ne obratno: „Biocentrism completes this shift in worldview, turning the planet upside down again with the revolutionary view that life

creates the universe, instead of the other way around. In this new paradigm, life is not just an accidental byproduct of the laws of physics.”<sup>13</sup> Krajnje simplifikovano, ideja okosnica ove teorije jeste ta da je život osnova kosmosa, i da mu kao takav prethodi, što protivreči dosadašnjim naučnim hipotezama, kao i jednom delu religijskih učenja o postanku sveta. Iako je ova teorija tek jedan od mnogih popularnih sistema verovanja našeg vremena, kritikovana, pri tom, za nereflektovani idealizam, tj. za misticizam, u našem slučaju je, kako se čini, relevantna za ocrtavanje značajnog trenda u poimanju i reprezentovanju života i smrti u okvirima tzv. „mediasfere”. Jer, ukoliko je život u osnovi svega, a smrt samo njegova imanentna transcendencija, to onda znači da je smrt u bliskoj vezi s pojmom sveta, i kao takva, relevantna je za medijsko „predstavljanje”.

Zanimljivo je, međutim, da novi medijski trendovi tematizuju ne smrt kao takvu, već njenu „komunikabilnu” dimenziju. Dakle, fokus savremenih medija postepeno se izmešta sa tema neposredno vezanih za smrt, na tzv. posthumnu komunikaciju, pri čemu i sami mediji „evoluiraju” u tom pravcu, prilagođavajući se novim zahtevima tržišta. Tako se, na primer, neka groblja uređuju kao muzeji za prezentovanje „privatne istorije” pokojnika (Nemačka), što podrazumeva mogućnost emitovanja odabranih audio i videozapisa o životu umrlih. Naravno, pored fizički definisanih prostora koji se adaptiraju u ovakve svrhe, i *cyber*–prostor otvara slične mogućnosti; funkcionišući po analogiji sa neugašenim FB nalogima pokojnika, a koji mogu poslužiti kao mesta za „opraštanje” s njima, te dalju komunikaciju u njihovom fizičkom odsustvu,<sup>14</sup> danas se, u sve većoj meri, otvaraju tzv. virtuelna groblja (*virtual cemetery*), koja mogu da posluže kao neka vrsta supstitucije u odnosu na fizički prostor; posredstvom njih je, naime, omogućeno

---

13 Vid. na stranici: <http://www.robertlanza.com/biocentrism-how-life-and-consciousness-are-the-keys-to-understanding-the-true-nature-of-the-universe/>.

14 Upor. Adam Tucker, „Virtually Dead: The Extension of Social Agency to Corpses and the Dead on Facebook” (2014). *Honors Theses*. Paper 53, na stranici: [http://digitalcommons.csbsju.edu/honors\\_theses/53](http://digitalcommons.csbsju.edu/honors_theses/53).

indirektno „komuniciranje” s mrtvima preko administratora, kao i slanje virtuelnih buketa cveća, razmena različitih ritualnih obreda i konvencija, i tsl. Ovakva groblja najčešće služe za postavljanje memorabilija o pokojnicima, kao i za „genealoške informacije”.<sup>15</sup> Primetno je, takođe, da se u poslednje vreme na Internetu mogu naći i pozivi da na vreme zaštitite svoje „digitalno vlasništvo”, tj. da blagovremeno obezbedite svoje „online legate”.<sup>16</sup>

O tome da je ovde prvenstveno reč o tržišnim zahtevima vezanim za medije, odnosno o eksploataciji čovekove potrebe za posthumnom komunikacijom s bližnjima koji su nas napustili, govori i evidencija o postojanju specijalizovanih agencija za slanje telegrama preminulim licima (oživljavanje telegrama kao medija), a koje naplaćuju usluge korisnicima. Istovremeno, u etru su se pojavile i specijalizovane TV stanice (uglavnom kablovske), poput televizije koja se bavi problemima zagrobnog života, medijske komunikacije s pokojnicima, i istraživanjem različitih fenomena „života nakon smrti” (*Afterlife Television*).<sup>17</sup> Na taj način, preokupiranost temama smrti, prisutna u savremenim medijima, postupno ustupa mesto istraživanjima načina (medijuma/medija) uspostavljanja komunikacije s drugim „dimenzijama” života (posle smrti), što se aktuelno ispostavlja kao medijska stvar *par*

---

15 Primera radi, detaljnije o „projektu” virtuelnog groblja vid. na stranici: [http://www.genealogy.com/vcem\\_welcome.html](http://www.genealogy.com/vcem_welcome.html), kao i na mnogim sličnim web stranicama; zanimanje za ovakav vid predstavljanja smrti i posthumne komunikacije na Internetu u tolikoj meri je poraslo da već postoje i virtuelna groblja za kućne ljubimce: <http://www.virtualpetcemetery.org/pet/index.html>, i sl.

16 Vid., na primer, tekst iz januara 2011: „After Death, Protecting Your ‘Digital Afterlife’”, na stranici: <http://www.npr.org/2011/01/10/132617124/after-death-protecting-your-digital-afterlife>.

17 Pored britanske TV serije (*Afterlife*, 2005 –), koja se bavi komunikacijom s mrtvima posredstvom medija, zatim i britanskog *Afterlife* šou programa koji je emitovan od 2005. do 2007. godine, pojavila se i *Afterlife television* Boba Olzona (Olson), koja, shvatajući značaj novih medija, postavlja svoje priloge na platformi Youtube, baveći se potragom za „dokazima” o životu posle smrti. Vid. na stranici: <http://www.afterlifetv.com/>.

*excellence*. Drukčije formulisano, budućnost medija koji će se sadržinski, ali i formalno baviti participiranjem u drugim dimenzijama realnosti (što se, zapravo, već dogodilo – donekle u dobu vladavine elektronskih medija, a posebno se intenzivira pojavom Interneta i novih medija), već je pred nama. Ovo ne samo da sadržinski proširuje granice delovanja medija u pogledu njihove tematike, prebacujući interesovanja sa života, definisanog u užem smislu reči, na iskustva tzv. života-posle-smrti, već inicira i potragu za novim formama medijacije i komunikacije (ili pak starim, što su adaptirane za obavljanje novih funkcija), koje će adekvatno uspostaviti relaciju između „života” i „smrti”.

Naporedo sa procesima medijskog povezivanja sa smrću i njenim „komunikabilnim” fenomenima, pojavljuju se i umetnički projekti koji istražuju temu smrti medija, kao što je Sterlingov (Sterling) rad o mrtvim medijima („The Dead Media Project”).<sup>18</sup> Naime, pisac naučne fantastike Brus Sterling, došao je na ideju da napravi priručnik tzv. mrtvih medija, koncipirajući tokom 1995. godine umetnički projekat na vrlo širokoj platformi delovanja. Sterling je ovim svojim projektnim radom postavio svojevrstni izazov zajednici stvaralaca u oblasti digitalnih medija, koji se sastojao iz zahteva da savremeni umetnici, korišćenjem novih tehnologija, istraže nestale medije, odnosno medije koji se, sa današnjeg stanovišta posmatrano, smatraju mrtvim. Autor je, u stvari, pokušao da napravi mapu, koja bi predstavljala arhivu ili „groblje” starih medija, tj. onih koji više nisu u upotrebi. Projekat je istovremeno trebalo da demonstrira i neku vrstu istorijata medija, kao i da manifestuje brzinu kojom se oni smenjuju, tj. zastarevaju. Sterling se, zapravo, poput Žila Verna (Verne), koji mu je na neki način bio uzor, poigrao s idejom tehničkih utopija, koje iz futurističkih, prelaze u vremensku dimenziju prošlosti. Zapravo, koristeći elektronsku poštu, pisac se obratio kolegama s molbom da mu proslede listu predloga šta bi to bili tzv. „primitivni” mediji, odnosno oni mediji koji su danas uglavnom izašli iz upotrebe.

---

18 Ukratko o Projektu vid. na stranici: <http://www.deadmedia.org/>.



Umetnici koji su se odazvali akciji navodili su, primera radi, formacije u kamenu, dimne signale, zvuk bubnjeva, pa čak i zviždukanje. Potom, tu su se našli i mediji koji simuliraju poštanske sisteme, kao i oni mediji koji su nedavno izašli iz upotrebe – sinerama, sinemaskop, a zatim i rani digitalni mediji, kao što je teletekst, na primer. Danas, kako smatra Sterling, ove „primitivne” medije uglavnom koriste deca tokom igre. Osnovna ideja ovog projekta, po našem mišljenju, skopčana je s nastojanjem da se dokaže koliko je tanka linija razgraničenja između života i smrti medija, pokazujući ne samo opseg njihovog delovanja u prošlosti, već i najrazličitije vrste medija koji su do danas „umrli”.

Isti autor, tvorac je i „Manifesta”<sup>19</sup>, gde je objavio polazne intencije projekta. Govoreći o današnjoj kulturi koja generiše veliki broj novih vrsta medija, u isto vreme zaboravljajući na tzv. „dinosauruse”, odnosno na prethodeće medije, Sterling navodi široku upotrebu novih, „mutant” vrsta medija koji bivaju izmešteni na samu granicu s halucinacijama, apostrofirajući, pri tom, i aktuelne teškoće u „koherentnom razumevanju života i smrti medija” (*coherent understanding of the life and death of media*). Kako je projekat – dok ovo pišemo – u toku, a broj priloga o mrtvim medijima sve više se uvećava na Internetu, društvenim mrežama i platformama (recimo, na Youtube-u), moglo bi se zaključiti da se interesovanje za temu smrti medija iz dana u dan povećava. Istovremeno, Sterling, kao futurista, pominje i različita ukrštanja čoveka s medijima, što nije posebna novina još od slučaja Makluana, preko Haravejeve (Haraway), pa sve do već pomenutog Virilioa.

Na osnovu rečenog, ukoliko bi trebalo da odredimo stanje u kome se kako tradicionalni i mas-mediji, tako i novi i digitalni mediji u ovom trenutku nalaze, to stanje bismo mogli da uporedimo sa stepenom razvoja i medijske transformacije koji se pojavljuje kao međustupanj koji egzistira u dimenziji između života i

---

19 Detaljnije o „Manifestu” vid. na stranici: <http://boingboing.net/deadmedia.html>.

smrti. Iako, na prvi pogled, deluje kao puka konstrukcija, ovakvo stanje je, prema našem doživljaju aktuelne medijske stvarnosti, najpribližnije određenju pojma ‘bardo’<sup>20</sup> u tibetskom budizmu (mada sam ‘bardo’, po tradicionalnom shvatanju, ima šest nivoa svog manifestovanja). Naravno, kada je reč o budističkom odnosu prema smrti, to podrazumeva stanje transformisanja života u smrt, što je gotovo uvek novi, reinkarnirani život, posmatrano sa stanovišta konačnosti, a u odnosu prema beskonačnom univerzumu. Ono što je takođe zanimljivo, a upućuje na moguće uspostavljanje analogije između „smrti subjekta” (tipično za postmoderno stanje i njemu adekvatnu tehnologiju, o čemu je govorio Sterling) i postmedijske estetike, jeste to da smrt medija, slično, predstavlja takvo jedno stanje, koje je, zapravo, izvan sfera života i smrti. Medijski ‘bardo’ bi, dakle, bilo neko stanje transcendiranja medija kakve ih danas poznajemo, pri čemu bi njihovo rađanje u posve novom obliku bilo ona budućnost koja neposredno pridolazi.

U ovom kontekstu tumačenja, navodimo kako Lama Ole Nidal (Ole Nidal) govori o fenomenu bardoa, koji smatramo da može, opet zaključivanjem po analogiji, biti doveden u relaciju s pitanjem smrti medija: „Kada se govori o bardou, obično se misli na vreme nakon smrti. Ipak, ovaj izraz je višeznačan i odnosi se na bilo koje ‘međustanje’”.<sup>21</sup> I dalje: „Prvo nastupa sam proces umiranja. Bez obzira da li je smrt brza ili spora, dolazi do transformacije. Nakon toga, sledi period u kome um nastavlja sa naviknutim tokom iz prethodnog života. Nakon spoznaje da je nastupila smrt, odigrava se proces restrukturisanja i, u zavisnosti od dominantnog stanja, um stupa u novo područje u okviru šest nivoa postojanja.”<sup>22</sup> Iako je ovde upotrebljen termin ‘um’, a ne medij, u današnjem vremenu, moglo bi se reći da, makar u delu

---

20 Evans-Wentz, W. Y., ed. *The Tibetan Book of the Dead, or the After-Death Experiences on the Bardo Plane*, according to Lama Kazi Dawa-Samdup’s English Rendering, 1927. Reprint, Oxford: Oxford University Press, 2000.

21 Vid. <http://www.magicus.info/hr/magicus/tekst.php?id=25551>.

22 Isto.

sveta koji je postao „mediacentričan”, pojam uma ili subjekta, interpretiranog u tradicionalnom smislu pojma (bilo da je reč o zapadnoevropskoj misli ili o istočnjačkim kulturama) biva supstituisan medijima, tj. tehnološkim putem konstruisanim umnim svetovima. Dakle, mediji kao subjekt, posredovani svešču, mišljenom u tradicionalnom smislu pojma, slabe, nestaju i postepeno prelaze u bardo stanje, u kome su trenutno zatečeni. Ovaj prelazak čini stadijum ‘između’, iluziju što predstavlja, u nedostatku samosvesti, medijsku kulturu kakvu danas poznajemo, a koja je, prema našem osećaju, na zalasku.

Pojam *bardo*, naglašavamo, ovde koristimo kao metaforu koja može da ukaže na tendenciju dijalektičkog kretanja medija u smeru budućnosti, a na temelju konstatovanja njihove aktuelne smrti ili, preciznije rečeno, procesa (od)umiranja, te transformisanja ukupne medijske sfere ka nekom novom, za sada nepoznatom stadijumu njenog života i razvoja. Iako ovo na prvi pogled zvuči trivijalno, reč je o tome da mediji danas žive to granično stanje, tačnije momenat „između”, i to kao onaj proces, u kome je vidljivo njihovo postepeno umiranje, s jedne strane, te naziranje novog oblika života, s druge strane, a da se, pri tom, još ne zna kako će se taj proces konkretno dijalektički razrešiti... Paradoksalno gledano, ovo stanje ili međufaza života i smrti medija rezultat je napredovanja tehnologije, odnosno „komunikativnog uma” tehnike. I svakako je artificijelno, sudeći po poreklu nastanka.

Dakle, bardo bi mogao da predstavlja onaj međustupanj, koji ne označava ni život medija onakvih kakvi su danas u upotrebi, a ni smrt u smislu nekakvog definitivnog okončanja njihove egzistencije. Ovde je reč, kako bi to poststrukturalisti formulisali, o „iluziji kraja”. Otuda bi opsena života, ali i smrti medija, predstavljala privid koincidiranja suprotnosti. I inače, jedan od šest stupnjeva bardo stanja (koje sintetizuje čitav životni ciklus) jeste, pored sna i snevanja – definisan kao iluzija. Takođe, iako medijski bardo zamišljamo kao međufazu, to je, zapravo, stepenovani kontinuitet između smrti i novog života medija, a nikako njihov iznenadni kraj. Na sličan način bi se mogla tumačiti i pomenuta

teza Pola Virilioa o „informatičkoj bombi”, koja bi predstavljala „fuziju” medijskih ratova što kroz posedovanja i sukobe suprotnosti dovode do sloma slike. Tim pre što mediji danas, u sve većoj meri, preuzimaju na sebe ulogu subjekta (podmeta), pomerajući težište dijalektičkog razvoja uma s momenta antropocentrizma na medijsko posredovanje realnosti.

U duhu rečenog, naše je doba uslovno nazvano epohom transhumanizma, u njegovom tehnološki definisanom vidu. A što se tehnicizovane umnosti tiče, jasno je da je u pitanju otuđenje uma od vlastite forme (slike), na koju se on faktički redukuje. Zato što jeste nekakva svest (poput lucidnih snova, na primer), ali ne i samosvest, bardo je najpogodniji pojam s kojim se ovo stanje može uporediti. Ono što je bitno jeste to da se – pošto mediji danas uveliko posreduju stvarnost (ma šta ona značila), a u isto vreme i umiru – time potvrđuje ideja nestajanja stvarnosti (Virilio) na račun uvećanja iluzije ili estetskog privida koji, opet, generišu mediji. Zaključak koji bi se na osnovu svega rečenog mogao formulisati sastoji se u sledećem: današnji mediji definitivno stare, i u poslednjoj su fazi životnog ciklusa, što je pojednostavljeno nazvan – kako krizom medija, tako i gubitkom (podmeta) realnosti. Ujedno, savremeni mediji prelaze u neko drugo stanje, pri čemu je novi početak još neproziran. Otuda živimo medijsku smrt, odnosno upravo ta smrt nas vodi ka drugom životu i početku delovanja medija, a kroz međufazu u kojoj počiva kako smrt tako i budućnost istovremeno.

---

## MIKRO I MAKRO KOSMOS: ČOVEK I SVET U INTERAKCIJI

Tematizovanje *čoveka* i *sveta* u današnjem vremenu nosi u sebi jednu prikrivenu pretpostavku, koja se tiče procesa što su transformativno delovali kako na pojam i praksu čoveka i žene (ove se prakse u nekim povесnim momentima delimično razdvajaju, pre svega pod uticajem određenih kulturalnih i političkih promena), tako i na ono što nazivamo „svetom”, odnosno aktuelnom stvarnošću (ontološkom, povесnom, imaginarnom). Istovremeno sa značenjskim izmenama ovih koncepata, menjao se i njihov uzajamni odnos, koji je povratno uticao i na promene unutar samih pojmova, koje ćemo ovde, u najkraćem, nastojati da registrujemo.

Sagledano kroz prizmu navedene relacije, prisetićemo se antičke Grčke: u početku je kosmos bio primarni, a pokatkad i isključivi predmet istraživačkih interesovanja, da bi tek u tzv. antropološkom periodu razvoja filozofske misli, čovek postao ne samo centralna meta gotovo svih problemskih preispitivanja, već i neka vrsta „merila”<sup>1</sup> (Protagora /Protagoras/) za kosmičke (svetovne) stvari. Tome je, svakako, prethodilo Demokritovo (Democritus) atomističko definisanje čoveka kao „mikrokosmosa”, koji je trebalo da predstavlja refleksivni odraz „makrokosmičkih”, svetskih događanja. Dakle, već u samim počecima filozofiranja, akcenat u

---

1 „Čovek je mera svih stvari – onih koje jesu da jesu, a onih koje nisu da nisu.”

okvirima relacije: čovek (žena) – svet, bio je čas na jednom, čas na drugom polu ovog odnosa, pri čemu se tzv. „žensko pitanje” unutar njega nije ni razmatralo, što vredi i danas, uz nekoliko značajnih izuzetaka njegovog problematizovanja, uglavnom u okvirima paradigme teorijskog feminizma, što ćemo akcentovati kasnije u tekstu.

Mnogo vekova kasnije, pretpostavljeni dualizam: čovek-svet se odrazio i na grubu klasifikaciju nauka koje su podeljene na fundamentalne, „prirodne” i pozitivne nauke na jednoj, te društvene i humanističke nauke, na drugoj strani. Po našem mišljenju, dijalektika njihovih odnosa danas se kreće u smeru interdisciplinarnih istraživanja, ali i ekspanzije konstelacije pozitivnih nauka, i, naročito, njihovih primenjenih derivata, dok su društvene nauke, a takođe i, pre svih, humanistika, u velikoj defanzivi. Ovo se događa, između ostalog, i zato što se, u eri prevalencije tzv. transhumanizma, postepeno pomera težište većine istraživanja s čoveka i njegovog sveta, ka kosmosu i, eventualno, poziciji čoveka u njemu, kao neodvojivom delu celine, odnosno univerzuma.

Nezavisno od pretpostavljenih/konstatovanih transformativnih procesa, što su redefinisali kako čoveka tako i „njegov” svet, a o kojima će ovde biti reči, fokus naših preispitivanja počiva na relaciji koja se danas uspostavlja između ovih, rekli bismo – bitno izmenjenih pojmova, tj. na njihovom uzajamnom posredovanju. S tim su, ujedno, u vezi i različite forme i modusi medijacije, koji su u korelaciji s aktuelnim transformacijama. Kao najrasprostranjenije oblike ovih procesa posredovanja, izdvajamo dva, što su od posebnog značaja za izmene odnosa čoveka (žene) i sveta – a to su tržište i mediji, odnosno robno-novčano i komunikacijsko posredovanje (što, naposljetku, čitamo kao jedno), a koje se odvija u simboličkoj ravni čovekovog, ali ne i humanog odnosa prema svetu, kao i obratno – kosmosa prema čoveku.

Naime, karakteristično za današnje vreme jeste upravo to posredovanje, odnosno nestajanje neposred(ova)nog odnosa čoveka (žene) i sveta koji ga okružuje, ali i, na izvestan način, ograničava i definiše. Jer, nekada je čovek, kako smo nagovestili, bio osnova,

odnosno polazište i težište relacije: čovek-svet, dok se danas ovaj odnos, kako izgleda, bitno promenio. Pređašnju, preovlađujuću, antropološku interpretativnu paradigmu tumačenja odnosa sveta i čoveka (priroda i kultura), koja je vekovima dominirala u zapadno-evropskoj civilizaciji (u rasponu od antike do prosvetiteljstva, i od Sokrata, preko Kanta do Ludviga Fojerbaha), a na koju, ovom prilikom, referiramo, zamenilo je teorijsko interesovanje za relaciju u čijem središtu nije ljudsko biće kao takvo, pa čak ni kosmos koji ga, eventualno, pretpostavlja i okružuje, već simbioza koju ono uspostavlja sa različitim pojavnim oblicima sveta, posmatranog kako u mikrokosmičkim, tako i u makrokosmičkim razmerama.

Jedna od vodećih „zdravorazumskih” predrasuda našeg vremena, odnosno ideoloških interpretacija relacije čovek/žena-svet, jeste ona koja je posredovana tržištem, te tako, ne samo da ova nerefleksivna pretpostavka – definisana, zapravo, u izvornom marksističkom ključu – hipostazira bazu kapitalističke ekonomije, već i njoj odgovarajuće pojavne oblike (lažne) svesti, tj. ideologije. Naime, kapitalistički ambijent produkcije i razmene dobara, usluga, simbolâ i vrednosti danas predstavlja, kako se čini, osnovni izazov – i to strateški gledano – za različite aspekte razvoja čoveka, ali se ova relacija uspostavlja kao odnos dominacije totaliteta (tržište) prema partikularitetu (potrošač), i u okviru nje je čovek, u najboljem slučaju određen kao konzument prema globalnom tržištu. Druga značajna predrasuda koju susrećemo u domenu aktuelnih teorijskih znanja, ali i savremene ljudske prakse, jeste ta da živimo, osim u okolnostima koje diktira neoliberalna kapitalistička društveno-ekonomska paradigma, u ambijentu koji je potpuno, ili bar svojim većim delom, medijalizovan, tj. tehnički posredovan. Ukratko, živimo vreme pretežno tržišnih oblika komuniciranja i medijske kulture (Kelner). Ova dva uzajamno povezana obrasca posredovanja i življenja čine, po našem mišljenju, fundament čovekovih odnosa u svetu, kao i (povratnih) interakcija sveta sa čovekom.

Dakle, tržišne relacije čoveka sa svetom s jedne, i tehnološki posredovana komunikacija, s druge strane, predstavljaju do-

men njegovog realizovanja u praktičkoj ravni (ekonomija, /etika/, politika). U pogledu teoretizacije ovih odnosa, savremena nauka kreće se, kako nam se čini, u dva smera: prvu, dominantnu struju u današnjoj nauci čine ideje koje svoje polazište imaju u adaptiranom ničeanstvu, i to u transhumanističke svrhe, dok druga pokušava da očuva relaciju sa temama humanizma i prosvetiteljstva, karakterističnim za moderno doba. Istorijat ovih odnosa, međutim, Peter Sloterdijk vidi kao jedinstveni proces „optimizacije čoveka”<sup>2</sup> – jednu antropološku paradigmu čine utopijsko-humanistički „konstrukti” (o čemu se eksplicitno izjašnjava u dijalogu s multimedijalnim umetnikom i teoretičarem medija Peterom Vajbelom /Weibel/)<sup>3</sup>, dok se druga kreće u domenu tzv. „antropotehničke” problematike (kloniranje, različiti oblici modifikovanja čoveka, intervencije u ljudskom genomu, plastična hirurgija, eugenika, i dr.), a oba ova domena istraživanja čine, zapravo, jedinstvenu antropološku razvojnu liniju jedne regulativne ideje koja počiva na tzv. „optimizaciji” čoveka.<sup>4</sup>

Pojavu novih „antropotehnika”, nadalje, Sloterdijk vidi kao izdanak kapitalizma i njegove „maksimizacije”, kojoj je, u stvari, analogna „optimizacija” čoveka. To, istovremeno, rezultira pojavom jednog posve novog oblika „intelektualne kulture” i njoj sapripadnih, „mašiniranih oblika mišljenja”. U centru preispitivanja ove nove „intelektualne” kulture je, dakle, „mašinizam”,

---

2 Vid. predavanje Petera Sloterdijka na Youtube-u, „Peter Sloterdijk über die Optimierung des Menschen”, na adresi: [https://www.youtube.com/watch?v=R29\\_3zPY9cc](https://www.youtube.com/watch?v=R29_3zPY9cc).

3 Vid. snimak razgovora između Petera Sloterdijka i Petera Vajbela na Youtube-u pod nazivom: „Peter Sloterdijk und Peter Weibel 19/5 2013 WWTBD -- What Would Thomas Bernhard Do”, na adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=qLLX6hqhF4Y>. I dok Peter Sloterdijk, u duhu predavanja o „optimizovanju čoveka”, govori o svojevrstnoj hijerarhiji među ljudima koje posreduje tehnologija, što čini jedinstveni razvojni pravac čovečanstva u smislu jedne antropologije, dotle se Vajbel zalaže za teoriju multiverzuma, tj. istovremenog postojanja više paralelnih svetova (kosmosa).

4 „Peter Sloterdijk über die Optimierung des Menschen”, isto.



postavljen nasuprot personalizmu i animizmu, koji predstavljaju modalitete refleksija poteklih iz ranijih epoha. Otuda se, po Sloterdijkovom mišljenju, kao reakcija na klasični humanizam, danas pojavljuje jedna nova „mašinizirajuća ontologija”, sa praćecom „tehno-humanom” kulturom.<sup>5</sup> Ova „monovalentna” ontologija, i „superhumanizam” koji se realizuje putem posredovanja ljudskog bića s mašinama, na tragu su Ničeovog i Sloterdijkovog transhumanizma<sup>6</sup> sa njegovom fantazmima, s jedne strane, i kapitalističkog halucinantnog sveta (ostvarenih) iluzija, s druge. A kako stoje stvari s mestom čoveka u ovom svetu – da li taj i takav svet može postati njegov „duhovni dom” (*spirit's home*), ili on u taj materijalni svet tone kao u ničiju zemlju (*no-man's land*), odnosno u nekakav hibridni život?<sup>7</sup>

Primetno je, čak upadljivo, da savremena nauka u sve većoj meri teži materijalističkim postavkama sveta, što se, pre svega, odnosi na danas vodeću naučnu disciplinu – kvantnu fiziku, dok se u kompenzatorskoj funkciji u odnosu na hipostaziranje materije pojavljuju novi duhovni (spiritualni) pokreti, koji su više religijskog, nego naučnog karaktera (različite *New Age* teorije, i sl.). Teorijsku kvantnu fiziku (tj. savremena saznanja o mikro-česticama) nadalje dopunjavaju primenjene discipline poput kvantne medicine, na primer, kao i gentski inženjering, dok u domenu tehnologija primat imaju tzv. nano-tehnologije. Slično, i nekadašnja humanistika i društvene nauke, iznova preispitujući svoje tradicionalne predmete, sa pitanja čoveka i društva prelaze na istraživanja jezika i tela, recimo, što ih, posebno u pogledu interesovanja za ljudsko telo, ali i telesnost kao takvu, približava fizici i fiziologiji, te vrlo aktuelnim istraživanjima u oblasti neuro-nauka. Ono što je posebno interesantno danas jeste pokušaj revitalizovanja

---

5 Isto.

6 Vid. Keith Ansell-Pearson, „The transfiguration of existence and sovereign life: Sloterdijk and Nietzsche on posthuman and superhuman futures”, *Environment and Planning D: Society and Space*, volume 27, 2009, str. 148.

7 Isto.

materijalističkih teorija u gotovo svim domenima ljudskog saznanja, a koje uglavnom susrećemo pod vidom „nove metafizike”, ili pokreta tzv. „novog materijalizma” (*New Materialism*).

Osim u naukama i filozofiji, a uz podršku naprednih tehnologija, izmene fokusa istraživanja, preusmerenog od „čiste” teorije ka primenjenim disciplinama, i od idealističkih, dijalektičkih, kritičkih i humanističkih ka materijalističkim, postmodernističkim i transhumanističkim pretpostavkama znanja, obrti se dešavaju i u sferi umetnosti, koja se, u sve većoj meri, prožimajući se sa savremenim medijima, okreće ka tehno-sferi svojih realizacija (što registruje, na primer, tzv. tehno-estetika). Štaviše, unutar koncepta „novog materijalizma”, sve „ideologije” današnjice (umetnost, kultura, nauka, tehnologija, feminizam, i dr.) čine „jedno”, a koje je, zapravo, tretirano kao ono što je progresivno kako za čoveka/ženu, tako i za onaj ambijent s kojim je on/ona u interakciji (svet). Istovremeno, one postaju „jedno” i sa svetom prirode, i to kako organskog, tako i neorganskog porekla.

U domenu umetnosti, ovakve stavove i „poetike” anticipirali su isprva umetnici poput Orlan (Orlan), Stelarka (Stelarc) i Eduarda Kaca (Kac), kao i mnogi drugi, dok je u oblasti (feminističke) teorije referentna figura, u ovom smislu reči, bila Dona Haravej (Haraway), odnosno njen spis „Manifest kiborga”,<sup>8</sup> („A Cyborg Manifesto”). Po uzoru na Ovidijeve (Ovidius) *Metamorfoze*, te *Vrt uživanja* Hijeronimusa Boša (Bosch), „novi materijalizam” bi trebalo da imaginaciju prelaska iz svetova umetničkih kreacija u prirodne svetove, kao i obratno, omogući putem novih naučnih otkrića i saznanja, kao i njihove primene kroz napredne tehnologije. Time bi se stvorio jedan novi, inteligibilni kreativni svet, koji bi u podjednako meri bio ishod umetničke i naučne imaginacije, te one tehnološke prakse koja ne doprinosi humanizaciji čoveka/žene, već suštinskoj izmeni njegove/njene „prirode”.

---

8 Donna Haraway, „A Cyborg Manifesto”, *Science, technology and socialist-feminism in the late twentieth century*, na stranici: [faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Haraway-CyborgManifesto-1.pdf](http://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Haraway-CyborgManifesto-1.pdf).

Referentan, u ovom smislu reči, jeste pomenuti tekst američke „kiberfeministkinje” Done Haravej – „Manifest kiborga”, u kojem se relativizuju granice između čoveka/žene i (spoljašnjeg) sveta, odnosno afirmišu izlomljeni (*fractured*) identiteti i hibridni organizmi (prevashodno kiborzi),<sup>9</sup> koji nastaju, makluanovskim jezikom rečeno, ekstenzijom ljudskog tela, odnosno prolongiranjem čulnosti. Za razliku od mišljenja radikalnih američkih feministkinja XX veka, koje Haravejeva apostrofira u svom programskom članku, a koje organske svetove suprotstavljaju sferi delovanja (novih) tehnologija, ona zastupa ideju kritičke upotrebe komunikacionih tehnologija u svrhu promene žene i njenog položaja u svetu<sup>10</sup>. Nove komunikacione tehnologije i biotehnologije, smatra Haravejeva, predstavljaju ključne alate za kreiranje i rekreiranje tela, što, potom, utiče na uspostavljanje novih socijalnih odnosa u životu žene.<sup>11</sup> Jedan od značajnih momenata u tekstu tiče se gubljenja pojma granice, mišljene u jakom smislu reči, između živog i neživog sveta, virtuelnog i realnog, žene i mašinskih organizama, što naposljetku vodi ka sveopštoj hibridizaciji svega postojećeg.

Teorija koja se takođe kreće u okvirima tzv. „kiborgologije” (*Cyborgology*) jeste i Actor Network Theory (ANT), za čijeg se „glavnog arhitektu” smatra Bruno Latur (Latour). Kiborgizacija je, u njegovom slučaju, kao i kod ostalih teoretičara ove orijentacije, povezana sa delovanjem/intervencijama na Mreži, što

---

9 Kiborg je, kako tvrdi Haravejeva, kibernetički organizam, jedna vrsta hibrida, nastalog od mašine s jedne, i organske prirode, s druge strane, koji je istovremeno kreacija i socijalne realnosti (svet koji nas okružuje) i fikcije. Nadalje, autorka smatra da je osim naučne fantastike, koja je prepuna kibernetičkih organizama proisteklih iz „ukršanja vrsta”, ovaj tip hibridizacije prisutan i u savremenoj medicini, te naposljetku zaključuje da u dobu savremene mitomanije svi postajemo neka vrsta himera, nastalih teoretizovanjem, kao i fabrikovanom hibridizacijom mašina i živih organizama. Rečju, svi smo kiborzi – „kiborg” predstavlja našu ontologiju, a zatim i naše političke projekcije. Vid. isto, str. 1, 2.

10 Isto, str. 20.

11 Isto, str. 12.

zapravo predstavlja aktivnost posredovane komunikacije između čoveka i mašina, kao i ostalih neživih entiteta koji se, u interakciji s ljudskim bićima, generišu na Internetu. Latur veruje da smo danas svi akteri, odnosno sa-učesnici u mrežnim aktivnostima, pri čemu socijalni činioци u virtuelnom mrežnom prostoru nisu samo ljudi, odnosno živi organizmi, već i oni subjekti koji su neorganiskog porekla. ANT je, kako tvrdi Dejvid Banks (Banks), u stvari, „projekat” koji je radikalno transformisao način na koji jedan broj teoretičara, koji se bave društvenim naukama danas, definisao socijalne relacije sa svetovima tehnologije i drugim ne-humanim faktorima mrežnog interagovanja.<sup>12</sup> Kritika da se ova teorija ne odnosi problemski prema hijerarhijama moći u realnosti, a čiji su rezultat klasna, socijalna, (post) kolonijalna, rodna i druga pitanja i problemi današnjice, navodno se, prema Banksovom shvatanju, uopšte ne postavljaju unutar ove interpretativne paradigme, pošto je zadatak teorije ne da menja, već da opisuje stvarnost.<sup>13</sup> Ovakva tumačenja uveliko potvrđuju Laturovi stavovi izneseni u studiji *We Have Never Been Modern*.<sup>14</sup>

Upravo iz navedenih razloga, za teoriju umetnosti, medija i estetiku, ali i za mnogobrojna interdisciplinarna istraživanja, interesantni su pokušaji francuske multimedijalne umetnice, delujuće u drugoj polovini XX veka pod pseudonimom „Orlan”, koja je za svoja umetnička istraživanja i performanse koristila različite umetničke discipline i tehnike, kao što su: fotografija, skulptura, video radovi, 3D instalacije, ali i performansi, realizovani u domenu istraživanja bio-tehnologija. Za ovu autorku je karakteristično, takođe, da je prvi put u istoriji umetnosti koristila plastičnu hirurgiju kao medijum svog umetničkog izražavanja, u funkciji samotransformacije posredstvom korišćenja estetske

---

12 Vid. David Banks, „Cyborgology”, A Brief Summary of Actor Network Theory, on December 2, 2011, na stranici: [thesocietypages.org/cyborgology/2011/12/02/a-brief-summary-of-actor-network-theory/](http://thesocietypages.org/cyborgology/2011/12/02/a-brief-summary-of-actor-network-theory/).

13 Upor. Isto.

14 Bruno Latour, *We Have Never Been Modern*, Harvard University Press, Cambridge, Mass, 1993.

hirurgije. Naime, njen osnovni koncept, zasnovan na izvođenju različitih hirurških zahvata na sopstvenom telu, ticao se negiranja Boga i prirode kao stvaralaca ljudskog oblića, pri čemu ljudske kreativne moći, podržane naučnim saznanjima, eksperimentima i naprednim tehnologijama, mogu da, uz pomoć vlastitih potencijala, takvu poziciju neposredno demonstriraju, putem kreiranja i rekreiranja ljudskog tela (što dokazuje i niz hirurških intervencija/performansa koje je Orlan izvela, u svrhu prezentovanja najrazličitijih telesnih transformacija).

U tekstu Barbare Rouz (Rose) o umetnosti u Americi, autorka je, povodom umetničkog delovanja Orlan na evropskom kontinentu, s pravom postavila pitanje da li je to što ona čini uopšte umetnost, uz konstataciju da „uskoro njeno telo neće biti njeno telo”.<sup>15</sup> U istom članku, kontinuirani niz njenih operacija, realizovanih od šezdesetih godina naovamo, u duhu aktivističkog delovanja '68. i simboličkih, ali i doslovnih, pokušaja oslobođenja (tela) od alijenacije, pa u tom smislu i realizovane subverzije u odnosu na zatečeni poredak kulture, Rouzova je naposljetku nazvala „teatrom operacija”<sup>16</sup> (jer se on, u novije vreme, odigrava uz podršku velikog broja sponzora, medija i marketinškog delovanja, pri čemu su se sva ranija aktivistička nastojanja umetnice umnogome približila hipostazi upravo onoga što je trebalo da bude negirano – *društvu spektakla* (Debor) i otuđenog (od sebe i svojih vlastitih moći) bića.

Finalna potvrda o koincidiranju znanja iz oblasti teorijskih istraživanja sa aktuelnim umetničkim kretanjima, u slučaju kontroverzne Orlan, jeste i knjiga, izdvojena iz njenog bibliografskog opusa, odnosno „konverzacija” s jednim od najvećih teoretičara i kritičara medijskog, i tehnološkim sredstvima generisanog sveta današnjice – Pola Virilioa.<sup>17</sup> Baš ovaj autor je izabran za sa-

---

15 Barbara Rose, „Orlan: Is it Art? Orlan and the Transgressive Act”, u: *Art in America* (February 1993), pp. 83-125, na stranici: [web.stanford.edu/class/history34q/readings/Orlan/Orlan2html](http://web.stanford.edu/class/history34q/readings/Orlan/Orlan2html).

16 Isto.

17 ORLAN, *Paul Virilio, Transgression, Transfiguration* (conversation), Paris, Editions L'Une et l'Autre, Paris, 2009.

govornika, verovatno otuda što je među prvima anticipirao kako zbivanja u savremenoj umetnosti i politici, tako i u naukama, a s obzirom na tako usmeren tehnološki progres koji omogućava „tehnološku autonomiju” s jedne, i „refleksivno sakaćenje” s druge strane.<sup>18</sup>

U *Informatičkoj bombi* Virilio današnji odnos kosmosa i čoveka definiše na sledeći način: „Postepeno lišeni upotrebe naših prirodnih prijemnih organa, naše senzualnosti, vođeni smo kao hendikepirana osoba nekom vrstom kosmičke prekomernosti, fantomskim traženjem različitih svetova i oblika, gde staro „životinjsko telo” ne bi imalo više svoje mesto, gde bi bila ostvarena potpuna simbioza između ljudskog bića i tehnologije”.<sup>19</sup> Očito poznajući, a onda i referirajući na radove savremenih umetnika poput Orlan, Stelarka i drugih, Virilio nastavlja svoju kritički uperenu misao upravo u tom smeru reflektovanja: „Konglomerat skener-očiju, *nose spasms*, lutajućih jezika, tehnoškruga, kiberušiju, polova bez sekrecije i drugih organa bez tela...” Ovo je opis literature koja je, kaže nam Amerikanac Kroker, ‘samo prevara koja pokušava vešto da izbegne izvesnost smrti. Nije slučajno da je *kibernetička večnost* jedna od povratnih tema govora u kome se fizički svet rastvara i u kome je kosmos odlučno stavljen u računar’.<sup>20</sup>

Za razliku od Done Haravej ili Orlan, međutim, čiji radovi pretenduju na konstituisanje problemskog odnosa prema socijalnom okruženju, kao i angažmana u odnosu na položaj (tela) žene u njemu, s tendencijom radikalne kritike i izmene postojećeg sveta, u isto vreme, pojavljuju se, u jakom smislu reči, i apologete ovog sveta, koji interakciju ljudi i medija (mašina) vide isključivo kao umetnički, ali ne i političko-revolucionarni čin. U tu kategoriju stvaralaca spadaju, po našem mišljenju, pre svih – Lev Manovič i Stelark. Prvi, delujući najpre u oblasti slikarstva i vizuelnih umetnosti, postaje jedna vrsta teorijskog lidera u oblasti savre-

---

18 Pol Virilio, *Informatička bomba*, Svetovi, Novi Sad, 2000, str. 43.

19 Isto.

20 Isto.

mene tehno- i medijske estetike (kojoj, po našem uverenju, hronično nedostaje kritički otklon), dok drugi umetnik predstavlja neku vrstu savremenog inauguratora sveta tehno-spektakla, koji kombinuje avangardne pozorišne tradicije jednog Artoa (Artaud), na primer, sa ekscentričnim tehno-performansima čiji je stvaralac i učesnik istovremeno.<sup>21</sup>

Svojevrsni post- ili transhumani hibridi, upadljivo su naglašeni u performansima australijskog umetnika koji deluje pod pseudonimom – „Stelark”, kao praksa prelaska, transformacije ili preliivanja „jedne forme u drugu”, upravo onako kako je o nestajanju granica među njima pisala Dona Haravej. Ovi hibridni entiteti, bilo da su prikazani na sceni, kao u slučaju Stelarka, u podjednako meri ekstremnog umetnika kao što su to Arto ili Orlan, ili na Mreži (Latureova vizija), govore u prilog preoblikovanju humanističke (naučne i umetničke) scene u transhumane svetove interaktivnih tehnologija, što je jedna od glavnih odlika medija-centričnog, tehnologizovanog sveta savremenog čoveka. Takođe, svojim performansima s mikro-kamerama koje čine transparentnim delove njegovog organizma prisutnoj publici, Stelark je anticipirao pojavu savremene, tzv. „alternativne estetike”, koja podrazumeva recepciju našeg organizma posmatranog na mikronivou, tj. u mediju „mikro-kosmosa” DNA strukture, što ilustruje, na primer, Vajbelov projekt estetskog doživljaja „molekularne lepote”, pod nazivom: „Enjoy your DNA”, a koji je realizovan u dve verzije i dvojezično, na platformi Youtube.<sup>22</sup>

---

21 Multimedijalni performer Stelark, do sada je realizovao nekoliko filmova koji su snimljeni u medijumu njegovog vlastitog tela (pomoću mikro-kamera), te performanse u kojima je koristio različite sisteme virtuelne realnosti, Internet i biotehnologije, kako bi demonstrirao simbiotske i hibridne relacije sa svetovima novih tehnologija. U njegove poznate performanse spadaju i „Treća ruka” „Stomačna skulptura”, kao i različite „koreografije” s kukama ili bio-stimulacijom muskulature, koja se obavlja uz pomoć električnih impulsa koji u njegovo telo šalje publika, odnosno posetioci njegovih performansa.

22 Vid. <https://www.youtube.com/watch?v=ScioDYoss4I>, <https://www.youtube.com/watch?v=JaKfLSnU2mM>.

Ideja o hibridizaciji teorije sa svetom medija i umetnosti nije zaobišla ni savremene nauke, što se posebno odnosi na problematiku kvantne fizike i neuronauka, koje su danas u ekspanziji. Kada je reč o čoveku/ženi, aktuelne nauke čiji je predmet izučavanja ljudsko biće kao takvo, postavljaju pitanja ne samo u vezi njegove (hibridne) telesnosti, već i neurološke osnove, pa i samog mozga, a u odnosu na cerebralnost drugih bića, te interagovanje s kosmosom. Najradikalnija tvrdnja, koja je lansirana u poslednje vreme, tiče se ideje ugrađivanja čipa u ljudski mozak, što bi omogućilo neposredno, telepatsko komuniciranje među članovima zajednice, i to bez medijacije, odnosno obezbedilo „umrežavanje” ljudskih umova, bez mrežnog posredovanja, a što bi značilo korak dalje u odnosu na Latureve hipoteze o akterima na Mreži.

S tim u vezi, jedan od vodećih naučnika današnjice, teorijski fizičar i futurolog Mičio Kaku, promoter ove i mnogih sličnih ideja, u knjizi *Budućnost uma*, iznosi sledeće gledište, pozivajući se na film *Matrix*: „Možda će doći dan kada ćemo moći da preuzimamo sećanja i sposobnosti koristeći računare, kao u filmu *Matrica*. Naučnicima je već pošlo za rukom da u eksperimentima sa životinjama umetnu sećanja u mozak. Možda je samo pitanje trenutka kada ćemo i mi moći da unosimo veštačka sećanja u svoje mozgove da bismo naučili nove stvari, letovali na novim destinacijama i ovladali novim hobijem. A mogućnost umetanja tehničkih veština u umove radnika i naučnika mogla bi da potrese i svetsku ekonomiju. Možda ćemo čak biti u stanju i da delimo ova sećanja. Jednoga dana naučnici bi mogli da konstruišu internet uma ili mozaknet, u okviru koga bi misli i emocije mogle da se šalju po svetu elektronskim putem. Čak bi se i snovi snimali i slali umnom poštom preko interneta.”<sup>23</sup>

U isto vreme, slične ideje o neophodnosti ugrađivanja čipa u ljudski mozak, ne bi li se on bolje snašao u svetu koji ga okružuje

---

23 Dr Mičio Kaku, *Budućnost uma*, Nauka u uzbuđljivoj potrazi za naprednijim, savršenijim i moćnijim umom, Heliks, Smederevo, 2014, Uvod, str. 6.



(u rasponu od ekologije do finansijske problematike), zastupa i umetnik, matematičar, logičar i teoretičar, odnosno pomenuti „filozof medija”, Peter Vajbel, direktor Centra za umetnost i medij-sku tehnologiju (ZKM) u Karlsruheu: „U moru informacija i sve-tu u kome vladaju mediji, čovek mora tehnički da usavrši svoje prirodne čulne organe, uključujući i mozak, slično kao u klau-d kompjutingu”.<sup>24</sup> Usavršavanje, tj. kiborgizacija ljudskog mozga je čoveku neophodna, smatra Vajbel, kako bi opstao u tehnološki i biološki izmenjenom svetu. On je, zapravo, na pragu jedne „eg-zoevolucije” koju će moći sam da kontroliše, a nasuprot evoluci-ji: „Ukoliko žele da opstanu u ovakvim okolnostima” naglašava Vajbel, ljudi će morati da „povećaju kapacitete svog mozga i čul-nog sistema. Kao što postoji veštačko srce, naučnici bi mogli da izmisle i čip koji bi se implantirao u mozak. ‘Takva mogućnost u mnogima budi strah, ali je ona potpuno logična’”,<sup>25</sup> zaključuje Vajbel. Svega nekoliko godina nakon ove izjave, u javnost je dospela vest iz američkog istraživačkog odeljenja Ministarstva odbrane o projektu eksperimentalnog čipovanja američkih vojni-ka, u svrhu prevazilaženja posttraumatskih stresova po njihovom povratku sa svetskih ratišta: „Višedecenijski san DARPA-e, taj-nog odeljenja za istraživanje u okviru američkog Ministarstva od-brane, o pretvaranju vojnika u kiborge na korak je do ostvarenja. Ova agencija je započela sa finansiranjem projekta koji uključuje ubacivanje čipova u mozgove vojnika, a ti čipovi bi jednog dana mogli da unaprede učinak na ratištu i zaleče posttraumatski stres vojnika.”<sup>26</sup> Spekuliše se, naime, da se u okvirima ovih „možda-nih programa” testira ugradiva bežična „neuroprotektika” koja bi,

---

24 M.A., „Nemački filozof: Čovek može da opstane u savremenom svetu samo kao Terminator”, *Blic Online*, 7. I 2012. Na stranici: <http://www.blic.rs/Vesti/Svet/300181/Nemacki-filozof-Covek-moze-da-opstane-u-savremenom-svetu-samo-kao-Terminator>.

25 Isto.

26 N. V., „KIBORZI RATNICI: Amerika testira ugradnju čipova u svoje vojnike”, *Blic Online*, 29. IX 2015. Na stranici: <http://www.blic.rs/Vesti/Svet/594348/KIBORZI-RATNICI-Amerika-testira-ugradnju-cipova-u-svoje-vojnike>.

navodno, trebalo da pomogne vojnicima koji su zadobili povrede mozga tokom ratnih operacija.<sup>27</sup>

U svojim naučnim vizijama budućnosti Kaku ide i dalje, zagovarajući ideje mogućih bestelesnih egzistencija u kosmosu: „A posle toga, možda će u dalekoj budućnosti um biti oslobođen svojih telesnih okova i krstariće među zvezdama, kako je nekoliko naučnika već spekulisalo. Vekovima u budućnost, čitave neuralne šeme mogle bi se preneti na laserske zrake koji će se poslati u duboki svemir, što je možda najpogodniji način da naša svest istražuje zvezde.”<sup>28</sup> Iz ovog pasusa Kakuovog rada, može se povući direktna analogija sa Platonovom teorijom ideja i sećanja (anamneza). „Otvara nam se put, zaključuje Kaku, u briljantan naučni predeo koji će preobraziti sudbinu čoveka”.<sup>29</sup> Postavlja se, međutim, pitanje – da li to današnji čovek i žena uistinu žele.

---

27 Isto.

28 Mićio Kaku, *Op. cit.*, str. 7.

29 Isto.

---

## ODABRANA BIBLIOGRAFIJA

- „Philip Davies: Tory MP ‘never understood’ why blacking up was so offensive”, *The Telegraph*, 19. December 2009.
- Adorno, T. W., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D.J., Stanford, R.N., *The Authoritarian Personality*, Harper & Row, New York, 1950.
- Adorno, Th. W., „Čemu još filozofija” u: *Čemu još filozofija* (drugo, dopunjeno izdanje), Centar za kulturnu djelatnost Zagreb, Zagreb, 1982.
- Adorno, T. V., *Estetička teorija*, Nolit, Beograd, 1970.
- Adorno, Th. W., *Žargon autentičnosti: O nemačkoj ideologiji*, Nolit, Beograd, 1978.
- Alić, S., „Čemu filozofija / ako nije filozofija medija”, u: *Kultura*, časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku br. 133, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka Srbije, Beograd, 2011.
- Ansell-Pearson, K., „The transfiguration of existence and sovereign life: Sloterdijk and Nietzsche on posthuman and superhuman futures”, *Environment and Planning D: Society and Space*, volume 27, 2009.
- Benjamin, W., *Eseji*, Nolit, Beograd, 1974.
- Cetinić, E., „Kombinacija stvarnih i virtualnih scena”, Završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Zagreb, 2010.
- Clemens, J., Pettman, D., *Avoiding the Subject: Media, Culture and the Object*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2004.
- Čaušević, J., Zlotrg, S., *Načini za prevladavanje diskriminacije u jeziku u obrazovanju, medijima i pravnim dokumentima*, Udruženje za

- jezik i kulturu Lingvisti i Centar za interdisciplinarnе postdiplomске studije Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo, 2011.
- Ebeling, H., *Wozu Philosophie?: Über das Eine jenseits des Seins*, Königshausen & Neumann, Würzburg, 1998.
- Enstein, A., *Relativity: The Special and General Theory* (The third Edition), translated by Robert W. Lawson, Henry Holt and Company, New York, 1920.
- Feuerbach, L., *Principles of the Philosophy of the Future*, translated by Manfred Vogel, Hackett Publishing Company, USA, 1986.
- Fromm, E., *Autoritet i porodica*, Naprijed – Zagreb, Nolit – Beograd, 1986.
- Fuko, M., *Istorija seksualnosti: Volja za znanjem*, Prosveta, Beograd, 1982.
- Gann, H. L., Peter Duignan, P., *The New Left and the Cultural Revolution of the 1960s: A Reevaluation*, Hoover Institution on War, Revolution and Peace, Stanford University, CA, 1995.
- Habermas, J., *Javno mnjenje: Istraživanje u oblasti jedne kategorije građanskog društva*, Kultura, Beograd, 1969.
- Heraklit, *Fragmenti*, Grafos, Beograd, 1981.
- Herman, E. S., Piterson, D., *Politika genocida* (predgovor: Noam Čomski), Vesna info, Beograd, 2010.
- Horkheimer, M., Adorno, Th., *Dijalektika prosvjetiteljstva: Filozofijski fragmenti*, „Veselin Masleša” – „Svjetlost”, Sarajevo, 1989.
- Internet Directory for Dummies, A Reference for the Rest of Us!*, by Brad Hill, IDG Books Worldwide, An International Data Group Company, Foster City, Chicago IL, Indianapolis, IN, Southlake, TX, 1997.
- Jameson, F., *The Political Unconscious: Narrative as Socially Symbolic Act*, Cornell UP, Ithaka, 1981.
- Jevtović, Z., „Geopolitika i mediokratija na putu pseudopolisa”, u: Ljubiša Despotović, Zoran Jevtović, *Geopolitika i mediji*, Kultura Polisa, Novi Sad, 2010.
- Jukić, T., *Revolucija i melankolija: Granice pamćenja hrvatske književnosti*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2011.
- Kaku, M., *Budućnost uma*, Nauka u uzbudljivoj potrazi za naprednijim, savršnijim i moćnijim umom, Heliks, Smederevo, 2014.

- Kant, I., *Kritika čistog uma* (Treće izdanje), BIGZ, Beograd, 1976.
- Kastels, M., *Moć komunikacija*, Clio, Beograd, 2014.
- Kelner, D., *Medijska kultura*, Clio, Beograd, 2004.
- Kristeva, J., *Moći užasa*, Ogled o zazornosti, Naprijed, Zagreb, 1989.
- Latour, B., *We Have Never Been Modern*, Harward University Press, Cambridge, Mass, 1993.
- Lenoir, T., „Foreword”, u: Mark B. N. Hansen, *New Philosophy for New Media*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts – London, England, 2004.
- Marx / Engels, *Rani radovi*, Naprijed, Zagreb, 1985.
- McDowell, W. S., „Media brands management in the age of digital convergence”, u: *Managing Media Economy, Media Content and Technology in the Age of Digital Convergence*, Edited by Zvezdan Vukanovic and Paulo Faustino, Media XXI – Narodna knjiga, Podgorica, 2011.
- Milijić, B., „Prirodno i tehničko”, u: *Umetnost – priroda – tehnika* (Zbornik radova Estetičkog društva Srbije), Estetičko društvo Srbije, Beograd, 1996.
- Negt, O., Kluge, A., *Public Sphere and Experience, Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*, Foreword by Miriam Hansen, Translated by Peter Labanyi, Jamie Owen Daniel, and Asenka Oksiloff, Theory and History of Literature, Volume 85, University of Minnesota Press, Minneapolis, London, 1993.
- Nugent, H., „Conservative MP lobbies for ‘blacking up’”, *The Times*, London, 19. December, 2009.
- ORLAN, *Paul Virilio, Transgression, Transfiguration* (conversation), Paris, Editions L’Une et l’Autre, Paris, 2009.
- Owen, P., Holthouse, M., „Philip Davies MP bombarded wachdog in ‘political correctness’ campaign”, *The Guardian*, 18. December 2009.
- Pesce, M., *The Playful World: How Technology Transforms our Imagination*, Ballantine Books (Random House), New York, 2000.
- Prajs, S., *Izučavanje medija*, Clio, Beograd, 2011.
- Ranković, M., *Seksualnost na filmu i pornografija*, Prosveta – Institut za film, Beograd, 1982.

- Rend, E., „Naplata: Studentski bunt”, u: Ayn Rand, Nathaniel Branden, Alan Greenspan, Robert Hessen, *Kapitalizam, nepoznati ideal*, Global Book, Novi Sad, 1994.
- Scott, D. F., *Architecture or Techno-Utopia: Politics after Modernism*, Cambridge, Mass, MIT Press, 2007.
- Smiljanić, D., „Escape into Reality. Paradoks estetskog insceniranja realnog”, u: *Aktuelnost i budućnost estetike* (Zbornik radova), Estetičko društvo Srbije, Beograd, 2015.
- Sontag, S., „In Plato’s Cave”, u: *On Photography*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 1977.
- Tadić, Lj., *Ogled o javnosti*, Univerzitetska riječ, Nikšić, 1987.
- Trend, D., *The Crisis of Meaning in Culture and Education*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 1995.
- Vasić, M., „Politička korektnost: službena beleška”, dnevni list *Danas*, Beograd, 20. 04. 2013.
- Virilio, P., „The Perspective of Real Time”, u: *Open Sky*, Translated by Julie Rose, Verso, London – New York, 2008.
- Virilio, P., *Informatička bomba*, Svetovi, Novi Sad, 2000.
- Vuksanović, D., „Facebook i društvene mreže u funkciji političkih promena”, u: *Verodostojnost medija: Dometi medijske tranzicije*, Fakultet političkih nauka Beogradskog univerziteta – Čigoja štampa, Beograd, 2011.
- Vuksanović, D., *Barokni duh u savremenoj filozofiji: Benjamin – Adorno – Bloh*, Institut za filozofiju Filozofskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2001.
- Vuksanović, D., „Progresivni barok i tehničke utopije u filozofiji Ernsta Bloha”, u: *Umetnost – priroda – tehnika* (Zbornik radova Estetičkog društva Srbije), Estetičko društvo Srbije, Beograd, 1996.
- Whitney, D. Ch., Wartella, E., „Media Coverage of the ‘Political Correctness’ Debate”, *Journal of Communication*, Volume 42, June, 1992.
- Wolfram, S., *A New Kind of Science*, Wolfram Media, Champaign, IL, USA, 2002.
- Yun, M. A., *Walter Benjamin als Zeitgenosse Bertold Brechts: eine paradoxe Beziehung zwischen Nähe und Ferne* (Verantw. Hrsg. dieses Bd.: Horst Turk), Vandenhoeck und Ruprecht, Göttingen, 2000.

---

## NETOGRAFIJA

- „‘God Particle’: The Higgs Boson One Year Later” – [abcnews.go.com/technology/god-particle-higgs-boson-year/story/?id=19574423](http://abcnews.go.com/technology/god-particle-higgs-boson-year/story/?id=19574423).
- „Peter Sloterdijk über die Optimierung des Menschen” – [https://www.youtube.com/watch?v=R29\\_3zPY9cc](https://www.youtube.com/watch?v=R29_3zPY9cc).
- „Peter Sloterdijk und Peter Weibel 19/5 2013 WWTBD – What Would Thomas Bernhard Do” – <https://www.youtube.com/watch?v=qL-LX6hghF4Y>.
- „Podcast: Comparative Media Insights: ‘Art of the Impossible: Utopia, Imagination, and Critical Media Practice’” – [www.cms.mit.edu/news/2009/12/podcast\\_comparative\\_media\\_insi\\_2.php](http://www.cms.mit.edu/news/2009/12/podcast_comparative_media_insi_2.php).
- „Resistance to Technology As an Art Form” – [www.voices.yahoo.com/resistance-technology-as-art-form-4047453.html](http://www.voices.yahoo.com/resistance-technology-as-art-form-4047453.html).
- „Wozu Heute noch Philosophie? Spiegel – Gespräch mit dem Philosophen Karl Löwith”, – [www.spiegel.de/spiegel/print/d-45520624.html](http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-45520624.html).
- „After Death, Protecting Your ‘Digital Afterlife’” – <http://www.npr.org/2011/01/10/132617124/after-death-protecting-your-digital-afterlife>.
- „Bez zabrane pornografije u EU”, *Elektronske novine* (E-Novine) – [www.e-novine.com/svet/svet-vesti/80626-Bez-zabrane-pornografije.html](http://www.e-novine.com/svet/svet-vesti/80626-Bez-zabrane-pornografije.html).
- „Globalna imaginacija protesta” – [www.vijesti.me/kolumne/globalna-imaginacija-protesta-kolumna-82839](http://www.vijesti.me/kolumne/globalna-imaginacija-protesta-kolumna-82839).
- „Internet Amateurs Threaten Porn Industry”, intervju s Kler Hoffman (Hoffman), oktobar 2007. – [www.npr.org/templates/story.php?storyid=15631011](http://www.npr.org/templates/story.php?storyid=15631011).

- „Political Correctness Gone Mad” – [www.tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/PoliticalCorrectnessGoneMad](http://www.tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/PoliticalCorrectnessGoneMad).
- „Political Correctness / Cultural Marxism”, adapted from „’Political Correctness’: A Short History of an Ideology”, edited by William Lind (November 2004) – [www.discoverthenetworks.org/viewSubCategory.asp?id=552](http://www.discoverthenetworks.org/viewSubCategory.asp?id=552).
- „Pornografija – ropstvo modernog doba za hiljade žena i milione zavisnika (video)”, postavljeno 10. 02. 2013. – [www.Srbel.net/2013/02/10/pornografija-ropstvo-modernog-doba-za-hiljade-zena-i-milione-zavisnika-video/](http://www.Srbel.net/2013/02/10/pornografija-ropstvo-modernog-doba-za-hiljade-zena-i-milione-zavisnika-video/).
- „Puppets teaser” za „Hight Tech Dance Project Turns Performers’ Bodies Into An Augmented Nervous System”, The Creators Project – [www.vimeo.com/66070404](http://www.vimeo.com/66070404).
- „Social Media, Resistance, and PPGIS”, *Placing Culture* – <http://placingculture.blogspot.com>.
- „Uputstvo kako da snimate kućni pornić”, *Kurir* – [www.kurir-info.rs/uputstvo-kako-da-snimate-kucni-pornic.clanak-113987](http://www.kurir-info.rs/uputstvo-kako-da-snimate-kucni-pornic.clanak-113987).
- „What Remains: The Life and Work of Sally Mann”, Zeitgeist Films, 1993. – [www.Amazon.com](http://www.Amazon.com).
- „Why Philosophy Is Not Important”, 10. VII 2006. – [www.michaelosabe.tripod.com/blog/index.blog?entry\\_id=1518151](http://www.michaelosabe.tripod.com/blog/index.blog?entry_id=1518151).
- Apple, J., „New American Radio and Radio Art” – [www.somewhere.org/NAR/writings/apple.htm](http://www.somewhere.org/NAR/writings/apple.htm).
- Banks, D., „Cyborgology”, A Brief Summary of Actor Network Theory, on December 2, 2011. – [thesocietypages.org/cyborgology/2011/12/02/a-brief-summary-of-actor-network-theory/](http://thesocietypages.org/cyborgology/2011/12/02/a-brief-summary-of-actor-network-theory/).
- Bosker, B., „Instaporn: Porn, ‘KikSex’ Lurk Just Inside Instagram’s Photo Eden” – [www.huffingpost.com./2012/08/30/instagram-porn\\_n\\_1842761.html](http://www.huffingpost.com./2012/08/30/instagram-porn_n_1842761.html).
- Bretz, R., „TV as an Art Form” – [www.jstor.org/discover/10.2307/1209446?uid=3738928&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=2110218406603](http://www.jstor.org/discover/10.2307/1209446?uid=3738928&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=2110218406603).
- Daniels, D., „Television-Art or Anti-art? Conflict and cooperation between the avant-garde and the mass media in the 1960s and 1970s” – [www.medienkunstnetz.de/themes/overview\\_of\\_media\\_art/massmedia/1/](http://www.medienkunstnetz.de/themes/overview_of_media_art/massmedia/1/).



- Davidson, K., „Cosmic Computer – New Philosophy to Explain the Universe” – <http://www.stephenwolfram.com/media/cosmic-computer-new-philosophy-explain-universe/>.
- Davis, B., „’Social Media Art’ in the expanded Field” – [www.artnet.com/magazineus/reviews/da](http://www.artnet.com/magazineus/reviews/da).
- Frangione, N., „Performance Art e Utopia Concreta beyond Multimediality”, *Performancelogía* – [www.performancelogia.blogspot.com/2008/02/performance-art-e-utopia-concreta.html/](http://www.performancelogia.blogspot.com/2008/02/performance-art-e-utopia-concreta.html/).
- Groys, B., „Subjectivity As medium of the media” – <https://www.radicalphilosophy.com/article/subjectivity-as-medium-of-the-media>.
- Haraway, D., „A Cyborg Manifesto”, *Science, technology and socialist-feminism in the late twentieth century* – [faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Haraway-CyborgManifesto-1.pdf](http://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Haraway-CyborgManifesto-1.pdf).
- Hirshberg, P., „The Art of Data” – [www.huffingtonpost.com/peter-hirshberg/the-art-of-data\\_b\\_3529519.html](http://www.huffingtonpost.com/peter-hirshberg/the-art-of-data_b_3529519.html).
- <http://boingboing.net/deadmedia.html>.
- <http://csmt.uchicago.edu/glossary2004/dialectic.htm>.
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Anonymous\\_\(group\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Anonymous_(group)).
- <http://er.jsc.nasa.gov/seh/philosophy.html>
- <http://globalrevolution.tv/>.
- <http://idesh.net/report/prosirena-stvarnost/>.
- <http://lucente.us/pubs/2011-SMPTE-MarkLucente-reprint.pdf>.
- <http://psychcentral.com/news/2010/03/01/why-do-we-anthropomorphize/11766.html>.
- <http://thearea.org/augmented-reality-defined/>.
- <http://www.afterlifetv.com/>.
- [http://www.b92.net/zivot/nauka.php?nav\\_id=236058](http://www.b92.net/zivot/nauka.php?nav_id=236058).
- [http://www.b92.net/zivot/vesti.php?yyyy=2015&mm=09&dd=13&nav\\_id=1038792](http://www.b92.net/zivot/vesti.php?yyyy=2015&mm=09&dd=13&nav_id=1038792).
- [http://www.b92.net/zivot/vesti.php?yyyy=2015&mm=09&dd=13&nav\\_id=1038792](http://www.b92.net/zivot/vesti.php?yyyy=2015&mm=09&dd=13&nav_id=1038792).
- <http://www.charliehebdofr/>.

<http://www.cnet.com/news/the-next-big-thing-in-tech-augmented-reality/>

<http://www.copenhagendesignweek.com/?>

[http://www.dailygalaxy.com/my\\_weblog/2011/07/are-we-living-in-a-holographic-universe-this-may-be-the-greatest-revolution-of-the-21st-century.html](http://www.dailygalaxy.com/my_weblog/2011/07/are-we-living-in-a-holographic-universe-this-may-be-the-greatest-revolution-of-the-21st-century.html).

<http://www.deadmedia.org/>.

[http://www.genealogy.com/vcem\\_welcome.html](http://www.genealogy.com/vcem_welcome.html).

[http://www.razvoj-karijere.com/media/files/Link\\_group.pdf](http://www.razvoj-karijere.com/media/files/Link_group.pdf).

<http://www.robortlanza.com/biocentrism-how-life-and-consciousness-are-the-keys-to-understanding-the-true-nature-of-the-universe/>.

<http://www.theverge.com/2016/7/13/12172272/pokemon-go-story-ni-antic-app-nintendo>.

<http://www.tportal.hr/gadgeterija/tehnologija/411043/Znate-li-sto-razlikuje-prosirenu-od-virtualne-stvarnosti.html>.

<http://www.virtualpetcemetery.org/pet/index.html>.

<https://www.youtube.com/watch?v=JaKfLSnU2mM>.

<https://www.youtube.com/watch?v=ScioDYoss4I>.

<https://youtu.be/H2MpJVw8A3s>.

Jones, E., „Creating New Forms: Art, Technology, and the Imagination” – [www.agorajournal.org/2011/Jones.pdf](http://www.agorajournal.org/2011/Jones.pdf).

Kaku, M. – <http://business.inquirer.net/151279/for-futurist-intellectual-capital-is-key>.

M. A., „Nemački filozof: Čovek može da opstane u savremenom svetu samo kao Terminator”, *Blic Online*, 7. I 2012 – <http://www.blic.rs/Vesti/Svet/300181/Nemacki-filozof-Covek-moze-da-opstane-u-savremenom-svetu-samo-kao-Terminator>.

Maeda, J., „How is Technology Changing Art?” – [www.curiosity.discovery.com/question/technology-changing-art](http://www.curiosity.discovery.com/question/technology-changing-art).

Manovich, L., „Cultural Interfaces”, u: *The Language of New Media* – [www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf](http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf).

Marcuse, H., „Art as Form of Reality”, preuzeto iz časopisa: *New Left Review*, no. 74, 1972 – [www.libcom.org/library/art-form-reality-herbert-marcuse](http://www.libcom.org/library/art-form-reality-herbert-marcuse).

- Meek, D. „Visualising Disaster: Remote Sensing, Boundaries, and Invisibility”, *Placing Culture* – <http://placingculture.blogspot.com>.
- N. V., „KIBORZI RATNICI: Amerika testira ugradnju čipova u svoje vojnike”, *Blic Online*, 29. IX 2015. – <http://www.blic.rs/Vesti/Svet/594348/KIBORZI-RATNICI-Amerika-testira-ugradnju-cipova-u-svoje-vojnike>.
- Nussbaum, E., „When TV Became Art” – [www.nymag.com/arts/all/aughts/62513/](http://www.nymag.com/arts/all/aughts/62513/).
- Quaranta, D., „What’s (Really) Specific about New Media Art? Curating in the Information Age”, od 6. XII 2012. – [www.rhizome.org/editorial/2012/dec./6/whats-rea](http://www.rhizome.org/editorial/2012/dec./6/whats-rea).
- Raunig, G., „Den Produktionsapparat verändern Anti-universalistische Intellektuellen-Konzepte in der frühen Sowjetunion” – [www.eicpcp.net/transversal/0910/raunig/de](http://www.eicpcp.net/transversal/0910/raunig/de).
- Rinehart, R., „Bubbly: The Utopian Impulse in New Media Discourse” – [www.coyoteyip.com/rinehart/papersfiles/bubbly-rinehart.pdf](http://www.coyoteyip.com/rinehart/papersfiles/bubbly-rinehart.pdf).
- Rose, B., „Orlan: Is it Art? Orlan and the Transgressive Act”, u: *Art in America* (February 1993) – [web.stanford.edu/class/history34q/readings/Orlan/Orlan2html](http://web.stanford.edu/class/history34q/readings/Orlan/Orlan2html).
- Sandbothe, M., „Media Philosophy and Media Education in the Internet Age” – [www.sandbothe.net/260.html](http://www.sandbothe.net/260.html).
- Spencer, A., „On becoming a code artist: An interview with Scott Murray, the author of *Interactive Data Visualization for the Web*” – [www.strata.oreily.com/2013/05/becoming-a-code-artist.html](http://www.strata.oreily.com/2013/05/becoming-a-code-artist.html).
- Stepanov, M., „What is pragmatic media philosophy in philosophy of media?” – [www.nordprag.org/papers/epc1/Stepanov.pdf](http://www.nordprag.org/papers/epc1/Stepanov.pdf).
- Todeskino, M., Dragojević, D., „Kultura i lifestyle: Politička korektnost – koje riječi su tabu?”, *DW*, 12. 02. 2013. – [www.dw.de/politicka-korektnost-koje-riječi-su-tabu/a-16590813](http://www.dw.de/politicka-korektnost-koje-riječi-su-tabu/a-16590813).
- Toothman, J. J., „Data as Art” – [www.shop.oreily.com/06-36920019152.do](http://www.shop.oreily.com/06-36920019152.do).
- Tucker, A., „Virtually Dead: The Extension of Social Agency to Corpses and the Dead on Facebook” (2014). *Honors Theses*. Paper 53 – [http://digitalcommons.csbsju.edu/honors\\_theses/53](http://digitalcommons.csbsju.edu/honors_theses/53).

- Valeri, P., *Predavanja o poetici*, Eseji – d3231456.u24.c13.ixinstant.com/pdfs/Predavanja\_o\_poetici\_Pol\_Valeri-33.pdf.
- Venčelovski, T., „Filozofija će odoleti korporativizmu”, intervju s D. Vuksanović, Internet portal P.U.I.S.E. – [www.pulse.rs/filozofija-ce-odoleti-korporativizmu/](http://www.pulse.rs/filozofija-ce-odoleti-korporativizmu/).
- Visser, J., „Technology as a Tool / Technology as Art” – [www.themuseumofthefuture/2011/08/31/technology-as-a-tooltechnology-as-art/](http://www.themuseumofthefuture/2011/08/31/technology-as-a-tooltechnology-as-art/).
- Weibel, P., „Globalization: The End of Modern Art?” – [www.blog.zkm.de/en/editorial/globalization-the-end-moder-art/](http://www.blog.zkm.de/en/editorial/globalization-the-end-moder-art/).
- Wellons, M. C., *11 Predictions on the future of social media* – <http://www.cnbc.com/id/102029041>.
- [www.capc.co.uk](http://www.capc.co.uk).
- [www.ourcivilisation.com/pc.htm](http://www.ourcivilisation.com/pc.htm)
- [www.common sense media.org](http://www.common sense media.org).
- [www.infowars.com](http://www.infowars.com).
- [www.libertylaw site.org/2012/11/27/the-uks-policy-of-truth-v-existential-failure/](http://www.libertylaw site.org/2012/11/27/the-uks-policy-of-truth-v-existential-failure/).
- Zics, B., „Mirror\_Space”, Interactive Environment 2004/05 – [www.youtube.com/user/MediaArtTube](http://www.youtube.com/user/MediaArtTube).

---

## KRATKA BIO-BIBLIOGRAFIJA AUTORKE

Divna Vuksanović je rođena u Beogradu. Diplomirala je na Fakultetu dramskih umetnosti, na Odseku za organizaciju scen-  
skih i kulturno-umetničkih delatnosti, s temom: „Čitaonice kao  
inicijatori osnivanja nacionalnih pozorišta na tlu Jugoslavije”,  
kao i na Filozofskom fakultetu u Beogradu, na Odeljenju za filo-  
zofiju, s temom: „Odnos filozofije i umetnosti u delima Fridriha  
Ničea i Teodora Adorna”. Od 1992. godine, magistra je nauka  
o dramskim umetnostima iz oblasti teatrologije (naziv magistar-  
skog rada: „Postmoderna i fenomen sinkretizacije žanrova u sa-  
vremenom jugoslovenskom teatru do 1991.”), a od 1998, dokto-  
resa filozofskih nauka iz oblasti savremene filozofije i estetike  
(doktorska disertacija pod nazivom: „Barokni duh u savremenoj  
filozofiji: Benjamin, Adorno, Bloh”).

Od 1992. godine, D. Vuksanović je zaposlena na Fakultetu  
dramske umetnosti u Beogradu. Najpre je predavala na predme-  
tima: Menadžment u kulturi i Mediji masovnih komunikacija, na  
Katedri za menadžment u kulturi, pozorišnu i radio produkciju,  
da bi tokom 2011. godine, bila izabrana za redovnu profesorku  
Fakulteta dramske umetnosti u Beogradu, na Katedri za teoriju  
i istoriju, gde predaje na predmetima: Teorija kulture, Estetika,  
Savremena estetika, Filozofija medija i Metodologija naučno-  
istraživačkog rada, na svim nivoima studija. Naporedo s ovim,  
predavala je i Teoriju medija na Interdisciplinarnim doktorskim

studijama Univerziteta umetnosti u Beogradu, kao i Estetiku, na Odseku za filozofiju Filozofskog fakulteta u Nišu. Takođe, na doktorskim studijama Elektrotehničkog fakulteta u Beogradu, dugi niz godina predaje na predmetu Komunikologija. Do sada je, kao mentorka, proizvela desetak doktora nauka iz interdisciplinarnih oblasti istraživanja, uglavnom vezanih za problematiku medija i tzv. medijske kulture.

Autorka Divna Vuksanović je predsednica Estetičkog društva Srbije i Udruženja građana za umetnost, kulturu, medije i društvena pitanja „Mladi grašak” iz Beograda. Uređivala je časopise: *ProFemina*, *Književna reč*, *Lipar* i *Kultura* (u dva mandata). Trenutno uređuje časopise: *In medias res* (Hrvatska), *Medijski dijalozi* (Crna Gora) i *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti* u Beogradu (Srbija). Bila je, takođe, dugogodišnja urednica edicije „Multimedia”, izdavačke kuće Clio iz Beograda.

Uvela je predmet Filozofija medija u visokoškolske institucije u Srbiji.

Do sada je objavila preko sto naučnih i stručnih radova, 11 knjiga iz oblasti književnog stvaralaštva (poezija, poetska proza, kratke priče i romani za decu), autorka je dve radio drame, četiri naučne studije u domenu filozofije (od čega dve iz oblasti filozofije medija), a priredila je i desetak naučnih publikacija iz oblasti teorije/filozofije medija i estetike.

Divna Vuksanović  
FILOZOFIJA MEDIJA 3:  
ONTOLOGIJA, ESTETIKA, KRITIKA

*Izdavači*

Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu  
Institut za pozorište, film, radio i televiziju  
Čigoja štampa

*Za izdavače*

Prof. mr Zoran Popović, dekan FDU  
Žarko Čigoja

*Lektura i korektura*

mr Dragana Kitanović

*Fotografije na koricama*

dr Maja Đurić

Dragana Draganović (portret autorke)

*Priprema i štampa*

*Čigoja*  
Š T A M P A

office@cigoja.com  
www.chigoja.co.rs

*Tiraž*

500

