

Боривоје Балтезаровић

ДЕКОНСТРУКЦИЈА КУЛТУРНОГ ИДЕНТИТЕТА
У СУСРЕТУ СА НОВИМ МЕДИЈИМА

Боривоје Балтезаровић
ДЕКОНСТРУКЦИЈА КУЛТУРНОГ ИДЕНТИТЕТА
У СУСРЕТУ СА НОВИМ МЕДИЈИМА

Издавач

Институт за српску културу Приштина – Лепосавић

За издавача

Главни и одговорни уредник

Проф. др Драган Танчић

Рецензенти

Проф. др Миливоје Павловић, (редовни професор) емеритус

Проф. др Драган Никодијевић, емеритус

Проф. др Јован Јањић, научни сарадник

Уредник

Др Драган Танчић

Лектор

Др Јелена Војиновић Костић

Припрема за штампу

Миодраг Панић

Дизајн корица

Срђан Ђурђевић

Штампа

ГИД „Рi-press“, Пирот

Тираж

150 примерака

ISBN 978-86-89025-88-0

Боривоје Балтезаревић

**Деконструкција културног
идентитета у сусрету
са новим медијима**



Институт за српску културу Приштина – Лепосавић
2023.

Монографија је настала су у оквиру научноистраживачког рада НИО по Уговору склопљеном са Министарством науке, технолошког развоја и иновација Републике Србије број: 451-03-47/2023-01/200020 од 03.02.2023. године.

САДРЖАЈ

УВОД	7
------------	---

Први део

ДИГИТАЛНИ МЕДИЈИ	13
1.1. Појам дигиталних медија	15
1.2. Нови медији и електронски медији	19
1.3. Дигитални медији и сајбер простор	20
1.4. Дигитални медији, електронска и дигитална уметност	21
1.5. Дигитални медији и визуелна култура	23
1.6. Карактеристике дигиталних медија	24
1.7. Историјат дигиталних медија	26
1.8. Врсте дигиталних медија	31

Други део

ВИРТУЕЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ ИЛИ ПСЕУДОЗАЈЕДНИЦЕ	35
2.1. Појам виртуелних заједница	37
2.2. Врсте виртуелних заједница	41
2.2.1. Интернет форуми (Internet message boards)	42
2.2.2. Онлајн собе за ћаскање (Online Chatrooms)	43
2.2.3. Виртуелни светови	43
2.3. Социјалне мреже	45
2.4. Специјализоване онлајн заједнице	46
2.5. Умрежено живљење и технолошки посредована комуникација	47
2.5.1. Компјутерски посредована комуникација	47
2.5.2. Карактеристике технолошки посредоване комуникације	48

2.6. Умрежено живљење и Интернет ствари (Internet of Things)	50
2.7. Сајбер простор	54
2.7.1. Сајбер простор као психолошки простор	57

Трећи део

КУЛТУРА, САЈБЕР КУЛТУРА И КУЛТУРА

СЕЋАЊА И ЗАБОРАВЉАЊА	59
3.1. Појам концепта културе	61
3.2. Сајбер култура	66
3.2.1. Прва фаза сајбер културе	68
3.2.2. Друга фаза сајбер културе	70
3.2.3. Трећа фаза сајбер културе	72
3.3. Култура сећања и култура заборављања	77

Четврти део

КРИЗА И ДЕКОНСТРУКЦИЈА КУЛТУРНОГ ИДЕНТИТЕТА

ПОЈЕДИНЦА И ДРУШТВА	83
4.1. Појам културног идентитета појединца и друштва	85
4.2. Формирање идентитета	90
4.3. Криза идентитета	92
4.4. Интернет и идентитет	95
4.5. Утицај изложености дигиталним медијима на појединца, културу и друштво	97
4.6. Ширење холитичких идеја глобализма посредством дигиталних медија	107

Пети део

ЗНАЧАЈ КРИТИЧКЕ СВЕСТИ

И ТЕХНОЛОШКЕ ПИСМЕНОСТИ	111
SUMMARY	121
ЛИТЕРАТУРА	127
ИНДЕКС ПОЈМОВА	137

УВОД

Свет савремених технологија пружа одређене предности и могућности, али у том процесу мењају се приоритети појединца и друштва, у складу са ставом да је свака екстензија истовремено и ампутација.¹ Акценат промена је на личном конформизму и контролабилности, што за последицу има осиромашење квалитета социјалних интеракција.

Дигитализација међуљудских односа ствара забринутост у смислу да ли ова појава доводи до роботизације органског бића човека?

Технологија нуди илузију брзих и лаких решења за све недостатке људског стања. Али та илузија увек носи превелику цену, јер сигурна илузија блискости није исто што и реална блискост са ризиком. Привид пријатељске социјалне комуникације и контроле и одложене конзумације исте није исто што и пријатељски однос са одговорношћу и реципроцитетом размене. Технологија је дигитализовала човека доведши га у кризу идентитета и инхибирајући механизме социјалне адаптације и комуникације, учинивши перцепцију блискости и непосредоване комуникације претећом и непожељном.

Да бисмо у контакту са технологијом сачували културни идентитет и културне вредности, морамо јасно дефинисати шта су нам приоритети и вредности на којима почива наш лични и социјални културни идентитет. Чега смо као појединци и друштво спремни да се одрекнемо зарад олакшица које нуде дигиталне технологије **и која је граница преко које не желимо ићи?**

Суштинско питање на које аутор настоји да одговори није какви ће компјутери и модерне технологије бити у будућности, већ какви

¹ McLuhan, Marshall (1964). *Understanding Media. The Extensions of Man*. United Kingdom: Routledge.

ћемо бити ми. Какви то људи неприметно постајемо у процесу дигитализације-дехуманизације људскости?

Велики изазов представља чињеница да процес развоја нових технологија иде толиком брзином да не оставља места за рефлексију и критичко сагледавање. Шта ће бити будућност човечанства и цивилизацијских вредности када о њој буду одлучивале искључиво генерације које су у потпуности дигитализоване и одрасле у култури подељене пажње, без икаквог искуства или носталгије за културом и вредностима прошлости коју нису искусили и коју немају као искуствену референтну вредност.

Настанак сајбер-културе и виртуелног социјалног живота изазвао је бројне дилеме међу научницима, па и међу самим учесницима у овој врсти друштвене интеракције. Наше традиционалне представе о простору, пријатељству, љубави, сексу, оспорене су ониме што људи раде у сајбер-простору. Да ли је то стварност или заједничка халуцинација, где се тај свет налази, шта људи тамо раде и због чега, нека су од најважнијих питања која се у вези са сајбер-светом постављају.²

Тренутно стање зависности од технологије најављено је још у *Манифесту Киборџа* ауторке Доне Харавеј (Donna Haraway) средином осамдесетих година: „Узнемирујуће је то колико су наше машине живе, док ми постајемо застрашујуће инертнији”.³ Људска инертност и заводљивост технологије постају додатно забрињавајући у домену интернета, социјалних мрежа и виртуелне стварности, јер наш умрежени живот нуди могућност сакривања од других, док смо истовремено међусобно повезани⁴ и на тај начин стварне односе и вредности замењујемо површним односима. Нове технологије, умрежена егзистенција и виртуелна стварност, резултирају губитком осећаја реалности, који се мења пројектованом стварношћу. Теркл Шери (*Turkle Sherry*) наглашава да се у виртуелном простору

² Hamman, Robin (1996). *One hour in the World Hot Tub: A Brief Ethnographic Project in Cyberspace*, on-line edition, str. 1.

³ Haraway, Donna (1990). *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, Routledge, str. 150.

⁴ Terkl, Šeri (2011). *Sami zajedno*, Beograd: Clio, str. 21.

креира лажна слика која временом постаје наша стварна представа која доводи до деконструкције истинског персоналног и културног идентитета појединца и социјалне заједнице у физичком свету⁵ због индивидуалне, социјалне и културне дисоцијације појединца од друштвеног и културног идентитета.

Нови технолошки изуми и из њих проистекли медији, постали су средство модерног идентитетског преобликовања⁶, јер се људима уместо истинског учествовања у друштвеном животу пружа сурогат друштвености⁷, док се истовремено култура заједнице трансформише у културу изолације у којој се људи не обраћају правим људима већ бестелесним екранима.⁸

У култури изолације, културни идентитет појединца, као чиниоца културе друштва, „плива“ у виртуелном сурогат простору без могућности да се ослони на традиционалну културу из које потиче. У симулацији нема дискриминације између доброг и лошег, јер избори унутар ње немају консеквенце по стварни живот, тако да комуникација постоје површна, подложна утицају убрзања времена и одсуству дубље анализе и концентрисане пажње. „У виртуелној заједници корисници могу да комуницирају, размењују идеје, деле информацију, пружају социјалну подршку, послују, усмеравају активности, стварају уметност, играју се игре, учествовање у политичкој дебати итд. Све ово је показатељ да формирање културе, која је директно супротстављена процесима одржавања традиционалну линеарну културу и вредности које она представља. Дигитални медији и савремене технологије као да преовлађују и потискују традиционалне културне вредности и њихов садржај.“⁹

⁵ Ibid, str. 15.

⁶ Brigs Asa, Berk Piter (2006). *Društvena istorija medija*, Beograd: Clio.

⁷ Fenerback, Jan i Brad Thompson (1995). *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?*, on-line edition, str. 18.

⁸ Makner, Brajan (2006). „Tehnologija: nove tehnologije i mediji”, u: *Uvod u studije medija*, Brigs, Adam i Kobli, Pol (urednici), Beograd: Clio, str. 291.

⁹ Radoslav Baltezarevic, Borivoje Baltezarevic, Piotr Kwiatek and Vesna Baltezarevic (2019). *The Impact of Virtual Communities on Cultural Identity*, *Symposion*, 5(1) May 2019, pp. 7-22, p. 8.

Паралелно друштво прекида континуитет појединца и групе са однегованим традиционалним културним вредностима што доводи до кризе идентитета појединца и заједнице и увод је у њихову деконструкцију. Хуманост је похрањена у центрима за дубинску пажњу, тако да инхибирање тих центара у мозгу доводи до тога да се човек биолошки мења (истраживања пластичности мозга) и улази у еволутивну регресију. Индивидуа губи стечене цивилизацијске и културолошке вредности. Прекида се континуитет сећања без чега култура улази у деконструкцију¹⁰, при чему појам деконструкција посматрамо у његовом дословном значењу као разлагање, разграђивање, растакање, односно, рушење.

Теоријски и емпиријски преглед предмета истраживања захтевао је да се у категоријално-појмовном систему дефинишу појмови: дигитални медији, виртуелне заједнице, културни идентитет, култура сећања и деконструкција, како личног, тако и друштвеног културног идентитета.

Дигитални медији, подразумевају све оне медије који користе компјутерске технологије у процесу продукције, дистрибуције и презентације медијских садржаја. Масовни медији и нове технологије играју пресудну улогу, не само у напуштању традиционалне културе, већ и у стварању њене дигиталне наследнице, коју су некритички прихватиле генерације које долазе. На тај начин медији омогућавају појаву и развој дисконтинуитета културних вредности.

Виртуелне заједнице или псеудозаједнице (како их назива Holmes)¹¹ представљају „вишедимензионалну друштвену мрежу коју чини комуникација између мноштва чворова (група) подједнаке важности”,¹² које су саграђене на иронији и игри, за разлику од „реалне заједнице” која је место обавеза и одговорности.¹³

¹⁰ Kar, Nikolas (2013). *Plitko. Kako internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtимо*. Smederevo: Heliks.

¹¹ Holmes, David (2005). *Communication Theory: Media, Technology and Society*, London: Sage Publications, str. 204.

¹² Bal, Fransis (1997). *Moć medija: mandarin i trgovac*, Beograd: Clio, str. 149.

¹³ Stevenson, Nick (2003). *Cultural Citizenship: Cosmopolitan Questions*, England: Open University Press, str. 109.

Културни идентитет можемо да дефинишемо као непрегледни скуп различитих акција које на дубљем нивоу од појавног, омогућавају појединцу да се препознаје као припадник одређене друштвене групе.¹⁴ Појам идентитет подразумева одговор на питања: Ко сам ја? Ко је други? Односно, идентитет се увек одређује наспрам другог, па је другост, тај принцип разлике у којој се дефинише. Идентитет, колико год био апстрактна категорија, увек је и нешто и нечији. Тражење идентитета претпоставља преиспитивање не само етничких и националних, већ и универзалних културних вредности.

Индивидуа успоставља однос са својом околином и интегрише културу датог друштва у структуру своје личности.¹⁵ Кроз ту социјалну интеракцију индивидуа из средине узима подлогу не само за своју друштвеност већ и за становиште о самој себи.

Питање идентитета питање је саме човекове суштине. Идентитет омогућава осећање континуитета између прошлости, онога што је било некада, онога што је сада и онога што особа мисли да ће бити. Културни идентитет указује на сродне или истоветне културне елементе утемељене у традицији, који се посредством ње препознају и преносе, у настојању одређене групе или заједнице да изнађу и утврде начела своје будуће организације.

Овакво појмовно одређење нас доводи до посебног сегмента културног идентитета који одређујемо као културу сећања појединца или друштвене групе.

Култура сећања је заједничко искуство које се као „историјско сећање“ протеже и на нове генерације и учвршћује идентитет колектива, дајући му временски континуитет и осећање да су његови чланови – преци и потомци повезани заједничком судбином.

Култура сећања садржи обрасце прераде прошлости у оквиру свакодневне свести, потискивања, релативисања, измишљања,

¹⁴ Halperh, Kartin, Ruano-Borbalan Žan-Klod (2009). *Identitet(i): pojedinac, grupa, društvo*, Beograd: Clio.

¹⁵ Kovačević Biljana (2013). Medijsko modelovanje kulturnog identiteta, *Sociološki diskurs*, godina 3, broj 6/decembar.

планског заборав а итд., који чине индивидуалне и колективне конструкције, то јест слике прошлости које појединци и групе у одређеним ситуацијама стварају како би уз помоћ прошлости протумачили садашњост, створили визију будућности, те одредили/учврстили сопствене идентитете.¹⁶

Овај појам треба сучелити са његовом супротносту коју је изнедрила управо дигитализација – *културом заборављања*. Дигитално ускладиштење, које није оријентисано на трајност, повезано је са једном сасвим новом димензијом брисања памћења, која води до замене аналошких информација нумеричким кодирањем компјутера.

Деконструкција личној и друштвеној културној идентитету је последица „предавања културе технологији”,¹⁷ јер у процесу делегације људског сећања на спољашње медијуме (*HDD, flash, cloud*) ми истовремено делегирамо део сопствене хуманости. Виртуелна стварност у антрополошком и социолошком смислу представља техничко средство за посредно произвођење стварности, која успоставља пуну контролу над човеком и његовим поступцима¹⁸ што води до отуђења, кризе културног идентитета и немогућности стварања културолошких вредности у функцији друштвене кохезије засноване на здравој комуникативној размени појединац-друштво. Управо овде се плаћа цена о којој говори Меклуан: у функцији времена долази до инхибиције капацитета за сналажење у директној социјалној комуникацији и интеракцији, у домену једноставних и спонтаних разговора који су комуникациони предуслов здраве индивидуализације, социјализације и социјалне адаптације појединца и заједнице. Последица инхибиције ових процеса је деконструкција и атрофија културног идентитета и вредности појединца и друштва, јер су опстанак постојећих друштвених и културних вредности и стварање нових суочени са симулацијом интеракције.

¹⁶ Kuljić, Todor (2006). *Kultura sećanja*, Beograd: Čigoja štampa.

¹⁷ Postman, Neil (1993). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books, str. 2.

¹⁸ Koković, Dragan (2007). *Društvo i medijski izazovi: uvod u sociologiju masovnih komunikacija*, Novi Sad: Filozofski fakultet, str. 179.

Први део
ДИГИТАЛНИ МЕДИЈИ

1.1. Појам дигиталних медија

Значење термина „дигитални“, најлакше се може дефинисати у односу на њему супротстављени термин „аналогни“. Техничка разлика између ових појмова је релативно јасна. Сваки од њих означава одређени метод прикупљања, преношења, обраде, транспорта, дистрибуције и приказивања података. Суштина разлике је у средству којим се подаци посредују. Док аналогни медији „кодирају“ податке користећи „трагове записа“ – као што су светлосни трагови урезани на фотографске хемикалије, или жлебови урезани у винил грамофонске плоче, чије матрице имају физичку корелацију са изворним подацима, дигитални медији преводе изворне податке у низове бинарног компјутерског кода без икакве физичке везе. Као и писана реч, дигитални код је „произвољни“ означитељ.

Међутим, за разлику од писане речи, то је систем састављен од само два симбола (*on* и *off* стања електричне струје), који је нечитљив од стране људи (јер је неопходна поновна конверзија у аналогни запис, светлосне или звучне таласе) и који поседује капацитете да истовремено кодира различите типове података укључујући речи, слике и звук. Уобичајена претпоставка је да, иако смо актуелно у фази транзиције од аналогног ка дигиталном, будућност ће у потпуности бити дигитална. Дигитизација ставља у нови контекст одређена социјална и културна питања, приступ и демократију, ауторство и интелектуалну својину, као и социјални аспект конкурентних форми.

Остали контроверзни аспекти дигитализације, поред актуелности, имају предигиталну генезу. Ту пре свега спадају глобализација медија, питање „интерактивности“ и њених импликација, развој и преовлађивање мрежних и децентрализованих модела унутар социјалног дискурса.



Слика 1. Дигитални медији¹⁹

Дигитализација, у овом светлу, може се схватити и као процес са тензионим набојем, који ствара услове за велики број социјалних феномена и контроверзи. Са овом свешћу, можемо избећи упадање у замку две крајности, технолошког детерминизма са једне стране, који интерпретира технолошку промену као независни узрок ширих друштвених промена и технолошки волунтаризам са друге, који превиђа улогу коју технологија има у обликовању бројних избора са којима се суочава људско друштво, на основу претпоставке да значај технологије лежи само у употребној функцији коју људски чиниоци бирају да јој доделе.

Отворено питање је: шта спада и шта не спада у дигиталне медије? Неке дефиниције нових медија фокусирају се искључиво на рачунарске технологије, док друге наглашавају културне облике и контексте у којима се технологије користе, на пример: уметност, филм, трговина, наука и интернет?

¹⁹ http://dotcomplicated.co/content/wp-content/uploads/shutterstock_126022781_1.jpg.

Дигитални медиј представља сваки медиј кодиран у машински читљивом формату. Дигитални медији се могу креирати, гледати, дистрибуирати, модификовати и чувати на дигиталним електронским уређајима.

Свеобухватност дигиталних медија и њихови ефекти на друштво указују на то да смо на почетку нове ере у индустријској историји, названој Информационим добом и као што ћемо показати у овом раду, дигитални медији имају значајан, широк и сложен утицај на друштво и културу.²⁰

Све чешћа је употреба термина „дигитални медији“ у академској и стручној литератури која се бави дефинисањем и описом нових медија. У овој литератури, нови медији су дефинисани као дигитални медији. Главни проблем са термином „дигитални медији“ је у томе што он има тенденцију да интерпретира саму технологију као дефинишући аспект медија, као да сва дигитална медијска пракса пре свега одражава и упућена је на дигиталну технологију.

Насупрот томе, термин „нови медији“ у већој мери означава савремене културне концепте и контексте медијских пракси и нови сет технологија. У овој широј интерпетацији, технологија и културне и експресивне праксе сматрају се неодојивим. Однос између технологије и културних и медијских пракси мора бити схваћен у контексту повезаности у оквиру сваке фазе, од проналаска до развоја и употребе. У прилог употребе термина „дигитални медији“, са друге стране, је чињеница да су сви медији у неком тренутку у историји представљали „нове медије“, па се сходно томе намеће питање: у ком тренутку нови медији престају бити нови? Површно, термин „нови медији“ сугерише да је у суштини његовог значења „новост“, односно новина, која буди интересовање и усхићење. Али свака новина по природи је ефемерна и у функцији времена губи своју ексклузивност. Иако термин „ново“, по дефиницији, протоком времена губи своју релевантност, историјски смо свесни да „ново“ може такође указивати на скуп суштинских и радикалних

²⁰ Dewar, James A. (1998). „The information age and the printing press: looking backward to see ahead“. RAND Corporation. <https://www.rand.org/pubs/papers/P8014/index2.html#fn0>.

промена у домену људских односа, начину одвијања социјалних и културних интеракција. Позивајући се на наслеђе двадесетог века, идеје „новог“ у контексту нових медија и њихове технолошке заснованости су дубоко укорене у историјски појам друштвеног и научног прогреса.

Дефиниција „нових“ медија и „дигиталних“ медија постаје значајно јаснија када њихове кореспондирајуће технологије супроставимо са „старим“ медијима. „Стари“ медији као што су новине, часописи, радио, телевизија, представљају системе за комуникацију информација. Ови системи су релативно независни, статични и историјски. Данас су „стари“ медији увек упарени са новим медијима: новине имају своје онлајн верзије, као и сопствене блогове, телевизијске мреже производе велики број онлајн садржаја који се тиче њиховог програмирања и сл. Део ове симбиотичке еволуције био је узрокован бригом да развој нових медија не угрози старе медије, тако да је опстанак старих медија био условљен њиховим капацитетима да еволуирају.

Табела 1. Еволуција старих медија у нове медије²¹

Књиге	→ електронске књиге, „wikis“
Новинарство	→ блогови
Музика	→ Spotify, „streaming“ музике
Новине, часописи	→ „ezines“
Радио	→ подкаст („podcast“)
Телевизија	→ стримовање епизода смештених на вебу
Телефон	→ VOIP
Филм	→ аматерски видео клипови на вебу
Фотографија	→ „Flickr“, „Picasa“
Уметност	→ виртуелни музеји на вебу

²¹ Извор: аутор.

1.2. Нови медији и електронски медији

Електронски медији такође имају утицај на нашу употребу појма „нови медији“. Електронски медији подразумевају групу ко-респондирајућих технологија као своју дефинишићу одредницу. Електронски медији обухватају све медије који зависе од и структурисани су кроз медиј науке и технологије електричног преноса. На овом општем нивоу, електронски медији такође представљају историјски израз за груписање карактеристичних елемената електронске комуникације, који су се развијали од краја деветнаестог века и који укључују телеграфију, телефон, радио, телевизију и рачунар. Електронски медији се могу сматрати транспарентним системом преноса садржаја претходних комуникационих медија, док се сам медиј сматра неутралним носачем звука и слике. Насупрот томе, електронски медији се такође могу сматрати медијима који дубоко обликују свој садржај. Радио, на пример, представља једносмерни пренос људског гласа, док би се говор могао сматрати двосмерном интеракцијом између људи²² Маршал Меклуан (Marshall McLuhan) генерализује ово становиште идејом да је садржај било којег медија увек други медиј, то јест да је садржај писања говор, а говор је такође садржај телеграфије. Термин „електронски медији“ данас има широку конотацију у контексту електронски заснованих комуникација. Меклуан даље тврди да, како је садржај било ког медијума увек неки други медијум, из тога следи да је сам медијум такође и порука.

„Електронски медиј“ је користан термин за категоризацију оних културних медијских форми које се јављају као подгрупа или жанр у оквиру веће праксе. Употреба језика за стварање нових термина помоћу којих можемо да означимо значајне промене настале у нашем доживљају културних производа, говори нам нешто о томе како размишљамо о тим променама. На пример, занимљиво је да спремно говоримо о електронској музици и електронским књигама и часописима, док истовремено не концептуализујемо појмове

²² McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: the extensions of man*. New York: McGraw-Hill.

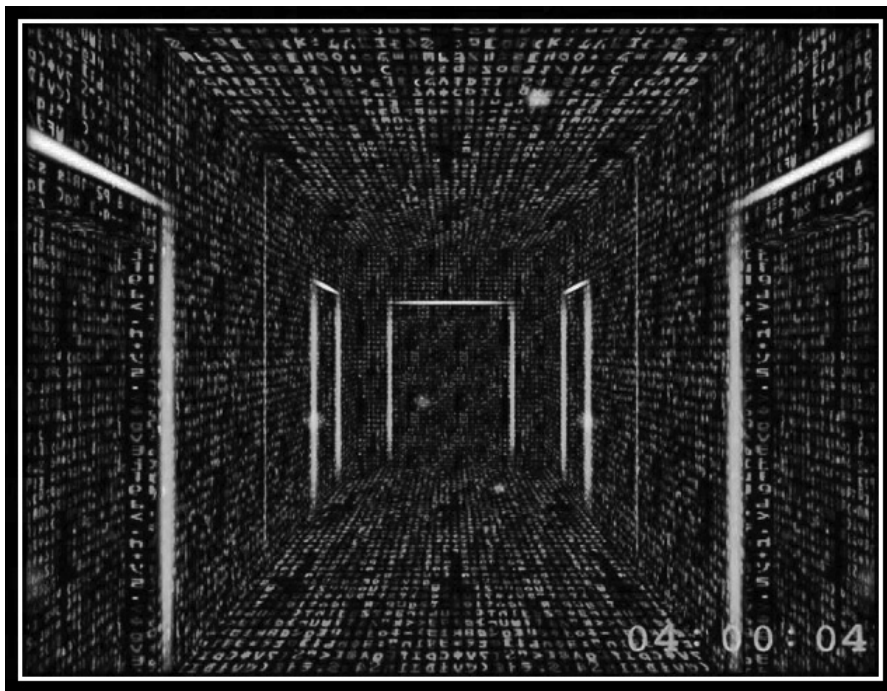
електронског филма или електронске фотографије. Дакле, на једном нивоу, термин „електронски медиј“ не уноси неку велику промену, сем што нам говори да је електрична енергија основа медија, у буквалном смислу неопходних материјала и машина које омогућују постојање одређених културних медија. Пример су рецимо, дневне новине, које могу имати своју електронску верзију. Као и дигитални медији, електронски медији претпостављају технолошка средства као дефинишућу особину нашег доживљавања датог медија.

1.3. Дигитални медији и сајбер простор

Оно што се дешава у сајберпростору директно је повезано са дигиталним медијима, који се и дефинишу у ширем смислу као медијске и културне праксе у раду са компјутерима. Сајбер-теорија и сајберкултурне студије брзо су развиле анализе и описе *онлајн* комуникације као паралелног виртуелног света. Бел и Кенеди (Bell and Kennedy) нуде широку дефиницију сајбер студија која се састоји од „домена дигиталне комуникације и информационе технологије, који укључују интернет, е-пошту, собе за чет, дигиталне системе за снимање, виртуелну стварност, нове биомедицинске технологије, вештачке животне форме и интерактивне дигиталне системе забаве“.²³

Таква инклузивна дефиниција суштински се своди на технолошке системе и нашу интеракцију с њима. Бел и Кенеди казују да у овако дефинисаном контексту, све наведено потпада под „технокултурне конструкције“ у којима и даље људска имагинација и презентација остају централни. Белов и Кенедијев нагласак у потпуности се односи на културну употребу и вредновање технолошких система. Потреба за разумевањем утицаја нових дигиталних технологија на успостављене културне и медијске праксе и организације такође мењају и сам предмет културних и медијских студија.

²³ Bell, D. and Kennedy, B. (2000). *The Cybercultures Reader*. London: Routledge.



Слика 2. Сајбер простор²⁴

1.4. Дигитални медији, електронска и дигитална уметност

Дигитални медији се карактеришу растућом препознатљивошћу као посебне категорије уметности двадесет првог века. Садашњи тренутак је онај у којем се низ нових медијских пракси реконтекстуализује у оквиру историјских и савремених кураторских области и институција. Ово се одвија посредством уметничких институција које наручују инсталације или умрежене пројекте, стварајући архиве и изграђујући канон дела и историјски наратив њиховог развоја.

²⁴ https://www.hastac.org/sites/default/files/styles/main/public/upload/images/forum/matrix_0.jpg?itok=EmpA6IK7.

Слика 3. Дигитална уметност²⁵

Главни новонастали аргумент је да нова медијска уметничка пракса представља нову авангарду и уметничка праксу будућности, која је испред свог времена и, као таква, још увек није у ситуацији да буде у потпуности препозната и призната.²⁶ „Дефинисање нових медијских пракси као нове авангарде позиционира наше ставове директно унутар европске модернистичке традиције. У таквом контексту нова медијска пракса преузима модернистички/постмодернистички циљ померања граница медија саме уметности“.²⁷

Пол Кристијан (Paul Christiane) препознаје две категорије дигиталне уметности: ону која користи дигиталне технологије као средство за стварање традиционалних уметничких предмета и ону која користи дигиталне технологије у функцији сопственог медијума. Ова последња, која се производи, складишти и презентује искључиво у дигиталном облику, располаже сопственим

²⁵ <http://sf.co.ua/id44646>.

²⁶ Rush, M. (1999). *New Media in Late 20th Century Art*. London: Thames & Hudson.

²⁷ Paul, C. (2003). *Digital Art*. London: Thames & Hudson, str. 9.

интерактивним или партиципативним карактеристикама. Кристијан истиче актуелне потешкоће у категоризацији у периоду у којем се нове медијске праксе развијају и мењају, па ипак, њене категорије разликују „традиционалне“ и „дигиталне медије”.²⁸

1.5. Дигитални медији и визуелна култура

Студије визуелне културе тврде да представљају област истраживања у повоју, уколико не и нову дисциплину. Основни аргумент студија визуелне културе јесте да се култура све више ослања на визуелну димензију људског чула за перцепцију у комуникационом процесу. Развој медијских технологија широког опсега током двадесетог века истиче се као доказ све већег друштвеног ослањања на визуелну комуникацију. Фотографија, филм, телевизија и фото-принт стварају визуелно окружење, које је културу у којој доминира реч, трансформисало у културу у којој доминира слика. Студије визуелне културе концептуализују успон визуелне комуникације на два начина. Први је кроз тврдњу да вид представља културолошку праксу која се током времена мења и није биолошки фиксирана функција људског ока и мозга. Други начин тиче се редефинисања аутографских и каснијих механичких начина визуелне репродукције као визуелних технологија.

Први аргумент доводи студије визуелне културе у контекст у којем је визуелност постављена у средиште комуникације, позивајући на обнову интересовања за науку вида и перцепције. Дефинишући аутографску репродукцију у сликарству, штампи и механичку репродукцију у фотографији, филм и касније видео заједничким именитељем визуелних технологија, нови акценат се ставља на улогу медија у дефинисању поруке. У оквиру истраживања визуелне културе растућа је примена дигиталних технологија сликања, што иде у прилог аргументу који даје централно место

²⁸ Ibid.

визуелности у савременом културном искуству. Аргумент је подржан конвергенцијом телефона, телевизије и компјутера у нове интерактивне системе који се све више усредсређују на потенцијалну реализацију стриминг видео записа у реалном времену и преко целог екрана, као најпожељнијем и најпопуларнијем облику интерфејса. Карактеристике такве будућности, засноване на визуелним интерфејсима са екранима, њихова естетика и ефекти, воде повећаном ступњу имерзивности и тако акценат са визуелног померају ка виртуелном.

1.6. Карактеристике дигиталних медија

Карактеристично је да више аутора (Chen & Zhang, 2010;²⁹ Flew, 2005;³⁰ Lister, Dovery, Giddings, Grant & Kelly, 2009³¹) указује на пет карактеристичних особина дигиталних медија:

- дигиталност
- конвергентност
- интерактивност
- хипертекстуалност
- виртуелност.

Дигиталност

Дигиталност је најистакнутија карактеристика новог медија. Нови медији или дигитални медији дематеријализују медијски

²⁹ Chen, G. M., & Zhang, K. (2010). *New media and cultural identity in the global society*. In R. Taiwo (Ed.), *Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction* (pp. 801-815). Hershey, PA: Idea Group Inc.

³⁰ Flew, T. (2005). *New media*. New York: Oxford University Press.

³¹ Lister, N., Dovery, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New media: A critical introduction*. New York: Routledge.

текст претварајући податке из аналогног у дигитални облик, што омогућава све врсте математичких операција. Дигитални медији такође омогућавају преузимање и руковање великом количином информација, као и њихово складиштење у веома ограниченом простору.

Конвергенћносћ

Дигитални медији конвергирају облике и функције информација, медија, електронске комуникације и електронског рачунарства. Моћ конвергенције дигиталних медија може се лако демонстрирати кроз настанак интернета у контексту његове моћне функције садржане у рачунарско-информационим технологијама и широкопојасним комуникационим мрежама.

Ово такође води конвергенцији индустрија, рефлектованој у сталном спајању производа и услуга великих медијских компанија, као и конвергенцији производа и услуга кроз успешно повезивање и комбиновање медијског материјала, производа и сервиса медијске индустрије.

Интеракћивносћ

Интерактивна функција нових медија, реализована између корисника и система у вези са употребом информационих ресурса, корисницима пружа велику слободу у производњи и репродукцији садржаја и облика информације током интеракције. Осим тога, интерактивност нових медија чини интеракцију између различитих мрежа и преузимање информација кроз различите оперативне системе, расположивим и прикладним. Слобода у контролисању информације пружа дигиталним медијама велику снагу у процесу људске комуникације.

Хиперћексћуалносћ

Хипертекстуалност дигиталних медија омогућава глобални мрежни центар у којем информације могу слободно да се крећу

и спонтано међусобно повезују. Овај феномен глобалне мреже почео је да изграђује једно ново животно искуство за људска бића, што заузврат води трансформацији економских активности, културних образаца, интерактивних стилова и других аспеката људског друштва.³²

Виртуелност

Сајбер-простор, формиран од стране дигиталних медија, омогућава људима да стварају виртуелно искуство и виртуелну стварност. Невидљиви сајбер-простор не само да креира празнину између стварности и виртуелности, већ такође ефикасно омогућује слободну промену изгледа, личности, пола и занимања. Формирање виртуелне заједнице која превазилази све границе људског друштва дефинитивно ће се сукобити са начином на који доживљавамо реалност и традиционално дефинисани идентитет.³³

1.7. Историјат дигиталних медија

У контексту овог истраживања, историју дигиталних медија најупутније је сагледавати кроз смену такозваних компјутерско-комуникационих револуција. Ову тезу најчешће у својим јавним обраћањима заступа и бивши директор (СЕО од 2000-2014) Микрософта, Стив Балмер (Steve Ballmer), који тврди како је развој технологије историјски прошао кроз четири еволутивне фазе и да се тренутно налазимо у петој.³⁴

³² Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*, 51(1), 5-24.

³³ Jones, S. G. (Ed.). (1995). *Cybersociety: Computer-mediated communication and community*. Thousand Oaks, CA: Sage.

³⁴ <http://www.homelandsecuritynewswire.com/steve-ballmer-talks-fifth-computing-revolution>.



Слика 4. Историјат дигиталних медија³⁵

Како истичу Крајина и Перишин прва комуникационо-технолошка револуција почела је проналаском и експанзијом штампаних медија. Друга револуција карактерише се појавом телефона и телеграфа. У трећу револуцију спада скуп конвергентних изума који су омогућили снимање звучног и визуелног записа – звука, слике и филма. Четврта технолошко-комуникациона револуција дошла је открићем телевизије, при чему су се створили услови за директни пренос слике и звука у реалном времену.³⁶

По тврђењу Балмера, у оквиру актуелне пете револуције, дошло је до инверзије фокуса: уместо да као у претходим фазама, развој технологије буде условљен покушајем човека да разуме технологију и прилагоди се истој, данас је фокус на унапређењу технологије

³⁵ https://www.copypress.com/blog/wp-content/uploads/2015/11/shutterstock_275780387-704x454.jpg.

³⁶ Крајина, Z. & Pеришин, T. (2008). Digitalne vijesti: mediji, tehnologija i društvo. *Društvena istraživanja*, Zagreb, god. 18 (2009), br. 6 (104), str. 935-956. <http://hrcak.srce.hr/45775>.

у функцији разумевања човека. Кореспондирајући мишљење можемо наћи и код социолога Ширкија (Shirky),³⁷ који такође говори о петој технолошкој револуцији која је омогућила људима оруђе деловања и комуникације које није условљено постојањем друштвено-организационог контекста и структура. Моћ организовања и организоване акције без конкретних организационих друштвених платформи по Ширкију имају огромне импликације. Док су модалитети комуницирања до пете револуције били дефинисани друштвеним односима, данас имамо обрнуту ситуацију у којој „нове“ или „дигиталне“ технологије формирају структуру и модалитете канала комуникације.

**Табела 2. Приказ историје развоја медија,
од проналаска првог компјутера³⁸**

1834	Први познати „рачунар“, аналитички мотор (Charles Babbage's Analytic Engine).
1876	Александер Грахам Бел (Alexander Graham Bell) преноси говор.
1926–1940	еволуција телевизије.
1941	прва телевизијска реклама.
1946	ЕНИАК (ENIAC) први електронски компјутер.
1948	УНИВАК 1 (UNIVAC I) – први комерцијални рачунар.
1962	Прва компјутерска игра Спејсвор (Spacewar!).
1964	СЕЈБР (SABRE) систем резервације авионских карата – први аутоматизовани електронски систем резервације букирања уз коришћење удаљених машина за телетипију (remote teletype machines).
1965	Дартмаут тајм шеринг систем (Dartmouth Time Sharing System (DTSS)) постаје функционалан и ван кампуса.

³⁷ Shirky, C. (2009). *Here comes everybody: The Power of Organizing Without Organizations*, Penguin Press HC. Penguin Books; Reprint edition (February 24, 2009).

³⁸ The New Media Technologies: Overview and Research Framework (PDF Download Available). Available from: https://www.researchgate.net/publication/228193979_The_New_Media_Technologies_Overview_and_Research_Framework.

1969	АРПАНЕТ (ARPANET), оригинални интернет, почиње са радом.
1972	Интел (Intel) микропроцесор.
	Формулисање Етернет мрежних (Ethernet LAN) спецификација.
	Имејл на АРПАНЕТ-у(ARPANET). Употреба нумеричког знака „@“ у значењу 'at'.
1973	Машина за копирање Херох Alto користи „desktop“ графички кориснички интерфејс (GUI).
1979	Стив Џобс (Steve Jobs) посећује „Херох PARC“.
1980	TCP/IP.
1984	Увођење Система именовања домена, ДНС-а (Domain Name System (DNS)).
1988	Настанак ИПЦ чет-а (Internet Relay Chat (IRC)).
1991	Ворлд вајд веб (WWW).
1993	Настанак првог браузера Мозаик (Mosaic).
1994	Први банер (banner) огласи на www.hotwired.com .
	Веб кролер (WebCrawler), први веб претраживач.
1995	АОЛ (AOL), Продиџи (Prodigy), и Компусерв (CompuServe) постају доступни онлајн.
1996	ВоИП (VOIP).
	Ај-сик-ју (ICQ) бесплатно размењивање инстант порука.
1999	Напстер (Napster) је пуштен у рад.
	Гугл (Google) пролази бета тестирање (Beta Testing).
2001	Ајпод (Ipod).
	Википедија (Wikipedia).
	Напстер (Napster) се гаси.
2002	Френдстер (Friendster).
	Други живот (Second Life) (прва јавна демонстрација).

2003	Мајспејс (Myspace).
	Скајп (Skype).
	Технорати (Technorati) претраживач блогова.
	Линкедин (LinkedIn).
	Гугл (Google) преузима Блогер (Blogger).
2004	Фликер (Flickr).
	Фејсбук (Facebook).
	Подкастинг (Podcasting) – интернет аудио програмирање.
2005	Јутјуб (YouTube).

У оквиру пете револуције, контрола удруживања на глобалном нивоу више није под ексклузивним патронатом влада и институција. Развој интернета и мобилне телефоније реструктурирао је начин организовања друштвених и интересних заједница у циљу спровођења друштвене акције. Ово представља почетак револуције која, како Ширки показује, мења не само оно шта радимо и како то радимо, већ и оно ко смо.³⁹ Ове нове, технолошки посредоване, форме социјалне интеракције мењају сам начин људског удруживања у групе и начин постојања унутар њих. Технологија и њен развој су, у фази текуће пете револуције, довели до промене идентитета појединца и друштва. Налазимо се усред социјалне организационе револуције. Техничка иновација никада у већој мери није била агенс промене, него данас.

У историјском контексту развоја медија, свака нова комуникациона технологија условљавала је нову револуцију, или развојну етапу. Почетак дигиталне револуције тако се повезује са проналаском микропроцесора и почетком доба информатике. Друга струја тумачења почетак дигиталне револуције повезује са проналаском и омасовљењем интернета деведесетих година прошлог века. Оно што је неоспорно јесте да дигитализација свих комуникационих процеса иде руку под руку са развојем информационе технологије. Проналазак

³⁹ Shirky, C. (2009). *Here comes everybody: The Power of Organizing Without Organizations*, Penguin Press HC. Penguin Books; Reprint edition (February 24, 2009).

мобилних уређаја за преношење дигиталних порука и комуникацију масмедијских садржаја омогућио је дигитално умрежавање, што је основ новонасталих конвергенционих процеса у друштву.

„Дигиталне технологије су значајно допринеле редефинисању комуникације уз подршку ИТ мреже што повећава и ризик и условљеност система вредности. Ново доба захтева нове вештине комуникације.“⁴⁰

1.8. Врсте дигиталних медија

Врсте виртуелних медија предмет су непрекидног процеса развоја и трансформације. С обзиром на то да су условљени брзо-развијајућим пољима технолошки посредовање продукције, укључујући и кориснички генерисане садржаје, један од начина разврставања је могућ на основу следећих категорија:

- **компјутерски посредоване комуникације: имејл, чет собе** (chat rooms), комуникациони форуми засновани на аватарима, преноси гласа и слике, интернет мрежа (WWW), блогови, социјалне мреже и мобилна телефонија;
- **нови начини дистрибуције и конзумације медија:** текстови који се карактеришу интерактивношћу и хипертекстуалним форматима: интернет мрежа (WWW), CD, DVD, подкаст (podcast), многоструке платформе за компјутерске игре;
- **виртуелне „стварности“:** симулирана окружења и имерзивни презентациони простори;
- **читав спектар трансформација и дислокација „формалних“ медија:** фотографије, анимације, телевизије, новинарства, биоскопа и филма.

⁴⁰ Borivoje Baltezarevic, Radoslav Baltezarevic, Olivera Milutinovic (2020). *The Art of Communication in the Virtual World-The Challenges of the Modern Age*. Saarbrücken, Germany: Lap Lambert Academic Publishing member of Omniscryptum Publishing Group, p.5.

Табела 3. Врсте и примери дигиталних медија⁴¹

1. Блогови/блог платформе
www.blogger.com www.medium.com www.penzu.com www.squarespace.com www.tumblr.com
2. Социјалне мреже
www.facebook.com www.twitter.com www.instagram.com www.linkdedin.com www.meetup.com
3. Социјално обележавање
www.del.icio.us www.pinboard.com www.diigo.com www.google.com/bookmarks www.tagpacker.com
4. Вики сајтови
www.wikipedia.com www.wikitravel.com www.wikihow.com www.wikibooks.com www.wikimapia.com
5. P2P фајлшеринг (filesharing)
https://thepiratebay.org/ https://rarbg.to/index8.php http://1337x.to/ https://www.torrentdownloads.me/ https://eztv.ag/

⁴¹ Извор: Аутор

6. Video klipovi

www.youtube.com
www.vimeo.com
www.dailymotion.com
www.twitch.tv
www.liveleak.com

7. Virtuelni svetovi

www.secondlife.com
<http://altvr.com>
<http://www.metaworldvr.com>
<https://highfidelity.com/>
<http://improbable.io/>

WEB 1.0 vs. WEB 2.0

Термин *Web 2.0* односи се на техничке основе већине дигиталних медија. Термин је ушао у употребу 2003. године, када је медијска кућа O'Reilly & Associates (садашња „O'Reilly Media“) почела да „модерне“ интернет апликације назива „*Web 2.0*“. Ова имплицирана, друга генерација веб апликација дефинисана је као квантни скок у односу на старе апликације.⁴² Илустрације ради, персоналну веб страницу можемо сврстати у *Web 1.0* апликацију док блог представља *Web 2.0*. Кључна разлика између ове две технолошке генерације тиче се контроле. У *Web 1.0* апликацијама, технологија је наметала процедуралне императиве, приморавајући кориснике да одређене ствари раде на одређени начин, под одређеним условима и на дефинисаним локацијама. Код *Web 2.0*, технологија је у служби корисника и кориснику се прилагођава, те својом структуром и функционалношћу подстиче иновативност и развој.

⁴² Vossen, Gottfried and Stephan Hagemann (2007). *Unleashing Web 2.0: From Concepts to Creativity*. NY: Morgan Kaufmann.

Други део
ВИРТУЕЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ
ИЛИ ПСЕУДОЗАЈЕДНИЦЕ

2.1. Појам виртуелних заједница

Термин виртуелна заједница у литератури први пут помиње Реинголд (Rheingold), 1993. у првом издању своје књиге „Виртуелна заједница“.⁴³ У књизи аутор истиче потенцијалне бенефите виртуелних заједница како за појединца у смислу психичког здравља, тако и за само друштво у целини. Први академски радови који су се бавили виртуелним заједницама постављали су питања природе стварности и могућности да заједнице заиста постоје кроз медије.



Слика 5. Виртуелне заједнице⁴⁴

⁴³ Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. London: MIT Press.

⁴⁴ http://datav6.expatsfinder.com/data/images_html/ID-10060842.jpg.

Занимљив је пример из седамнаестог века, када је Лондонско краљевско друштво „Royal Society of London“ формирало заједницу засновану на писаној преписци. Међутим, тек је Велман (Wellman)⁴⁵ 1979. године заиста започео нову еру интерпретације нелокалних заједница.

У својој књизи „Измишљене заједнице“, 1983. аутор Андерсон Бенедикт (Anderson Benedict)⁴⁶ истиче како су разни медији, као што су националне новине, допринели развоју националне и регионалне свести у раној фази држава. Неки каснији теоретичари, као Јернеј (Jernej) имали су критички осврт на Андерсонов концепт „измишљених заједница“, тврдећи да су заједнице засноване на комуникацији и дихотомији виртуелно-стварно дезинтегришуће, као и да и сам термин „виртуелан“ у том контексту има дезинтегришућу функцију из чега произилази неадекватност и превазиђеност датог појма.⁴⁷

Што се тиче самог схватања виртуелних заједница још увек не постоји усаглашен приступ дефинисању овог појма. Харасим (Harasim) тврди да виртуелне заједнице заправо спадају у псеудо-заједнице,⁴⁸ док, на супрот њему, једна група истраживача сматра да оне треба да буду третиране као метафоре за заједнице.⁴⁹

Иако сасвим извесно постоје разлике између виртуелних и стандардних заједница, постоје и суштинске сличности које иду у прилог томе да се и виртуелне заједнице могу сматрати заједницама.⁵⁰

⁴⁵ Wellman, Barry (1979). „The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers“. *American Journal of Sociology* 84 (March 1979): 1201–31.

⁴⁶ Anderson, Benedict (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.

⁴⁷ Prodnik, Jernej (2012). *Post-Fordist Communities and Cyberspace*. In H. Breslow and A. Mousoutzanis (eds.), *Cybercultures: Mediations of Community, Culture, Politics*. Rodopi: Amsterdam, New York. pp. 75–100

⁴⁸ Harasim, L. (1993). *Networlds: Networks as social space*. In L. M. Harasim (Ed.), *Global networks: Computers and international communication* (pp. 2-15). Cambridge, MA: MIT Press.

⁴⁹ McLaughlin, M. L., Osborne, K. K., & Smith, C. B. (1995). *Standards of conduct on Usenet*. In S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer mediated communication and community* (pp. 90-111). Thousand Oaks, CA: Sage.

⁵⁰ Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. New York: Harper Perennial.

У оквиру виртуелних заједница, важно је разликовати два различита типа заједнице. Први укључује традиционалније, физички засноване заједнице којима се додају електронски ресурси које чланови употребљавају. На пример, то може бити град који ставља онлајн податке о градској већници, школама, организацијама у заједници и омогућује електронски приступ државним службеницима, као и остале форме укључујући електронску пошту, електронске огласне табле. У овом случају интернет има функцију физички засноване виртуелне заједнице.

Други тип виртуелне заједнице подразумева географски раштркане чланове, који партиципирају на основу заједничких интереса за одређену тему, а не на основу заједничког физичког простора. Чланови ових заједница се можда никада неће срести, и њихове интеракције могу бити ограничене само на интересну тему или интересну заједницу.

Виртуелне заједнице представљају места на интернету где се људи могу међусобно „наћи“ и електронски „разговарати“ са осталима који деле слична интересовања. Виртуелне заједнице су углавном више организоване око социјалне комуникације него пословања, мада има и оних које се баве трансакцијама, аукцијама и бизнисом.

Виртуелне заједнице играју значајну улогу у многим аспектима живота корисника – од успостављања и одржавања пријатељства и емотивних веза, до учења, формирања мишљења, куповине и конзумирања производа и услуга.⁵¹ Виртуелне заједнице данас представљају идеално оруђе за електронско пословање, електронски маркетинг, стицање знања и активности везане за електронско учење.

Интернет данас омогућује милионима људи широм света да размењују информације и послују. Интернет је својом еволуцијом такође постао платформа за формирање интересних група или заједница.

⁵¹ Hagel, J. and Armstrong A. (1997). *Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities*, Cambridge: Harvard Business School Press.

Виртуелна заједница је мултидисциплинарни концепт, који је тешко дефинисати и који резултује мноштвом дефиниција зависно од перспективе из које се дефинише.⁵² Могући контексти у оквиру којих се дефинишу виртуелне заједнице могу бити мултидисциплинарни, социолошки, технолошки, пословни, економски и сл.

У оквиру мултидисциплинарних приступа Прис (Preece) дефинише виртуелне заједнице као заједнице људи окупљених око заједничког интереса, радне политике или компјутерског система.⁵³

Према Витакеру (Wittaker) и сарадницима⁵⁴ кључне особине виртуелних заједница представљају:

- заједнички циљ, интерес, потреба или активности који су примарни разлози за припадање заједници;
- поновљена, активна партиципација, често праћена интензивним интеракцијама, јаким емотивним везама и заједничким активностима међу учесницима;
- приступ заједничким ресурсима и пословним политикама приступа овим ресурсима;
- реципроцитет информација, подршке и услуга међу члановима;
- заједнички контекст друштвених конвенција, језика и протокола.

Постојање виртуелних заједница показује да интернет није само медијум помоћу кога људи приступају информацијама, већ и другим људима како би разговарали, размењивали мишљења и градили односе.⁵⁵

⁵² Preece, J., (2000). *Online communities: Designing usability, supporting sociability*, Chichester, UK: John Wiley and Sons.

⁵³ Ibid

⁵⁴ Whittaker, S., O'day, V., Issacs, E. (1997). Widening the Net: Workshop report on theory and practice of physical network and network communities, *SIGCHI Bulletin* 29, 3.

⁵⁵ Sproull, L., Faraj, S., (1997). *Atheism, sex and databases: the net as a social technology*. In: Kiesler, S.,(Ed.), *Culture of the Internet*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, pp. 35–51.

У поједностављеном смислу, људи долазе у виртуелне заједнице или да пруже или да добију информације од других људи. Локација виртуелне заједнице на интернету је значајна упркос томе што није физичка, јер успоставља виртуелно „место“ где се чланови сусрећу. Ова локација може бити чет соба (chat room), билтен табла (bulletin board), или „listserv“ програм електронске поште. Људи у виртуелној заједници имају појам чланства, било формалног или неформалног, и кроз личну интеракцију са другима граде односе у оквиру дате заједнице. Виртуелне заједнице обично имају чврсто дефинисане норме понашања.⁵⁶

Корисници се везују за заједнице и често их посећују, некада постајући толико зависни од заједнице да се може говорити о проблему зависности.⁵⁷ Иако званична литература не каже ништа у погледу фреквенције посећивања виртуелних заједница, општи је став да се оне састоје од континуирано активних чланова.

2.2. Врсте виртуелних заједница

С обзиром на то да се овај рад бави виртуелним заједницама на интернету и технолошки посредованим облицима комуникације, битно је истаћи да су се тек експлозивним развојем интернета, средином деведесетих година прошлога века, стекли услови за значајнији развој виртуелних заједница у форми умрежених сервиса и онлајн заједница. Виртуелне заједнице могу бити засноване на *Web 1.0* или *Web 2.0* технологији. Виртуелне заједнице засноване на *Web 2.0* технологији се описују као *Community 2.0* заједнице, мада постоје случајеви формирања јаких веза у онлајн заједницама

⁵⁶ Sproull, L., Kiesler, S., (1991). *Connections: New Ways of Working in the Networked Organization*, Cambridge: The MIT Press.

⁵⁷ Hiltz, S.R., Wellman, B. (1997). Asynchronous learning networks as a virtual classroom. *Communications of the ACM* 40 (9), 44–49.

још у раним седамдесетим годинама на „timeshare“ системима као што су PLATO i USENET. Онлајн заједнице зависе од социјалне интеракције и размене својих онлајн корисника. Ова интеракција истиче реципроцитет као основни елемент неписаног пословног уговора међу члановима заједнице.

2.2.1. Интернет форуми (Internet message boards)

Интернет форуми представљају места где корисници могу размењивати мисли и идеје о разним темама. Корисници имају могућност избора праћена одређеног комуникационог низа (thread), главне теме (board) или дискусије, којима могу да допринесу или само да их прате. Корисник иницира дискусију слањем „поста“ („post“). Остали корисници, који одлуче да одговоре могу се укључити слањем сопственог поста у низ у било ком тренутку. За разлику од говорне комуникације, форуми обично немају спонтане одговоре, јер сви корисници нису присутни онлајн у истом тренутку, у реалном времену.



Слика 6: Пример интернет форума⁵⁸

⁵⁸ https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/01/Phpbb_3.0_prosilver.png.

Форуми су отворени за све и свако може партиципирати. Корисници могу учествовати у овој виртуелној заједници чак и ако одлуче да не деле своје мисли и идеје. За разлику од соба за ћаскање (chat rooms), форуми могу окупљати неограничени број корисника.

2.2.2. Онлајн собе за ћаскање (Online Chatrooms)

Пораст интереса за форуме довео је до развоја потребе корисника да комуницирају у оквиру својих виртуелних заједница у реалном времену. Недостатак форума био је у томе да се због временске разлике у приступу, различитих временских зона и начина организације саме платформе, на одговоре понекад чека исувише дуго. Развој соба за ћаскање омогућио је корисницима да комуницирају са осталим корисницима који су у том тренутку на мрежи. На овај начин одговори и поруке стижу у реалном времену, налик вербалној форми комуникације. Собе за ћаскање засноване су на размени текстуалних порука које се шаљу релевантном серверу. Корисници комуницирају као да воде разговор у стварном животу. Овај, стварности сличан, начин комуникације олакшава корисницима да оформе виртуелну заједницу, зато што собе за ћаскање омогућавају корисницима да се сретну и упознају као да се срећу у стварном животу. Могућност индивидуалних тематских соба пружа могућност окупљања корисника око заједничког интереса, а заједнички интерес им омогућује да лакше оформе пријатељство.⁵⁹

2.2.3. Виртуелни светови

Виртуелни светови представљају најинтерактивнији облик виртуелних заједница. У овом типу виртуелне заједнице, корисници се повезују преко аватара који живе у компјутерски

⁵⁹ Roos, Dave (2010). „HowStuffWorks: How Chat Rooms Work“. <http://computer.howstuffworks.com/internet/social-networking/information/chat-room.htm>.

генерисаном свету. Корисници сами креирају своје аватаре (од избора одеће до дизајнирања куће аватара) и контролишу живот њиховог карактера и интеракције са осталим карактерима у тродимензионалном виртуелном свету. Виртуелни светови наликују видео играма, с тим да у виртуелним световима корисници немају постављене циљеве. Виртуелни свет једноставно пружа могућност изградње и вођења измишљеног живота у виртуелном свету. Карактери унутар света могу ступити у међусобну конверзацију и имати исте реакције као и у стварном животу. На пример, карактери могу међусобно да се социјализују и одржавају блиске односе онлајн. У виртуелном свету, карактери могу спроводити заједничке активности, као што пријатељи чине у реалности. Заједнице у виртуелном свету су сличније стварним заједницама јер се карактери налазе физички на истом месту, чак иако се корисници који њима управљају не налазе. Виртуелни светови у великој мери су налик стварности, с изузетком да су и светови и карактери дигитални.



Слика 7. Виртуелни свет⁶⁰

⁶⁰ <http://cdn.gameslikezone.com/wp-content/uploads/2016/08/Online-Virtual-World-Games-Like-Second-Life-Games-Similar-to-Second-Life-810x400.jpg>.

2.3. Социјалне мреже

Социјалне мреже данас представљају преовлађујући тип виртуелне заједнице. Оне су засноване или на вебсајту или платформи које се фокусирају на формирање односа. Facebook, Myspace и Twitter су типични представници оваквих виртуелних заједница. У оквиру њих корисник креира свој профил и додаје или прати пријатеље. Ово омогућава корисницима да се повезују и траже подршку користећи социјално умрежавање као место окупљања.



Слика 8. Социјалне мреже⁶¹

Ови сајтови често омогућавају корисницима да буду у току са активностима њихових пријатеља и познаника, без пуно напора. На Фејсбуку је могуће поставити видео клипове, фотографије, ћаскати, склапати нова познанства, повезати се са старим пријатељима, прикључити се групама или одређеним акцијама и иницијативама. Све ове функције охрабрују кориснике да формирају велику или малу заједницу на интернету.

⁶¹ <https://mpumalanganews.co.za/wp-content/uploads/sites/45/2017/01/trends-6.png>.

2.4. Специјализоване онлајн заједнице

Партиципаторна култура игра велику улогу у онлајн и виртуелним заједницама. У партиципаторној култури, корисници осећају да је њихов допринос битан и да тиме они успостављају смисаоне конекције са другима. Разлика између произвођача садржаја на вебсајту и конзумента на том вебсајту се преклапа. Специјализоване онлајн заједнице се централизују око специфичне групе корисника која је заинтересована за исту тему. Корисници размењују конзументске информације које се тичу њиховог хобија, или додатно учествују у специјализованим подгрупама и форумима. Овај вид виртуелних заједница омогућује корисницима сличних интересовања да дискутују и поделе своја искуства.

Из техничког угла, виртуелне заједнице могу бити организоване на неколико начина:

- „**Listservs**“ представља заједнице у којим чланови могу комуницирати помоћу обичног програма електронске поште;
- **Собе за ћаскање** „**Chat rooms**“ где се комуникација одвија директно у реалном времену;
- **Multiuser domains (MUDs)** су сличне чет собама с тим што настоје да моделују физичка места и интеракцију лицем-у-лице користећи на тексту засноване виртуелне стварности које одржавају осећај простора кроз структуру „соба“, „излаза“ и других објеката;
- „**Bulletin boards**“ или „**newsgroups**“ су места где чланови реагују асинхроно.

Заједнице које користе „**bulletin boards**“ и „**newsgroups**“ нуде јединствену могућност посматрања интеракција у заједници без експлицитног придруживања истој. Виртуелна заједница се генерално састоји од упорно интерактивних чланова.

2.5. Умрежено живљење и технолошки посредована комуникација

Технолошки посредованом комуникацијом дефинише се она комуникација која је посредована информационом технологијом и која се разликује од директне, непосредне комуникације лицем у лице. Џозеф (Joseph) 2011. дефинише посредовану комуникацију као употребу било ког техничког медијума за пренос података у простору и времену. Нови технолошки медији, као што су мобилни телефони и платформе за инстант поруке, омогућују преношење већег броја вокалних и невербалних симбола него што је то било могуће са технологијом претходне генерације.⁶² Међутим, Нарди (Nardi) и Стив (Steve) сматрају да комуникације лицем у лице представљају златни стандард комуникације, јер је таква комуникација „најкомуникативнија, продуктивна и иновативна“.⁶³ Посредована комуникација се сматра адекватнијим видом комуникације у ситуацијама географске удаљености између учесника комуникационог процеса.

Рад Маршала Мекуана истиче да технологија која посредује комуникацију такође утиче и на само значење поруке. Позната је његова максима „Медијум је порука“. Меклуан такође тврди да, поред тога што технологија утиче на значење, она има и инхибиционо дејство, јер свака технолошка олакшица заправо представља ампутацију природних људских капацитета.⁶⁴

2.5.1 Компјутерски посредована комуникација

Компјутерски посредована комуникација јесте било која врста међуљудске комуникације која се дешава помоћу две или више

⁶² Joseph, Davis (2011). *Identity and Social Change*, Transaction Publishers.

⁶³ Nardi, Bonnie, Steve Whittaker (2002). *The Place of Face-to-Face Communication in Distributed Work*. In Pamela Hinds and Sara Kiesler (eds). Pp. Chapter 4 in *Distributed Work*. Boston, Ma: MIT Press.

⁶⁴ Више о томе у: McLuhan, Marshall, (1964). *Understanding Media. The Extensions of Man*. United Kingdom: Routledge.

електронске справе.⁶⁵ Термин дефинише оне врсте комуникације које се одвијају преко компјутерски посредованих формата (инстант порука, имејла, соба за ћаскање, онлајн форума, социјалних мрежа).

Начин на који се одвија људска комуникација у пословним, друштвеним и образовним околностима варира у зависности не само од окружења већ и од метода комуникације у оквиру којих се комуникациони процес одвија, што је у овом случају компјутер и компјутерске технологије. Популарне форме компјутерски посредоване комуникације укључују имејл, видео, аудио или текстуално ћаскање, форуме и сл. Начини ове комуникације се убрзано мењају у складу са убрзаним развојем технологије.

2.5.2. Карактеристике технолошки посредоване комуникације

Комуникација која се одвија у компјутерски посредованом формату има утицаја на многе различите аспекте интеракције. У академској литератури углавном се обрађују формирање утиска, злоупотреба и манипулација, групна динамика, дезинхибиција и посебно формирање односа.

„Дигитализацијом интраперсоналне комуникације долази истовремено и до дигитализације културе и друштва. Технологија, поред свих, несумњиво добрих карактеристика, има такођер и негативне рефлексije јер ‘сеобом’ у виртуалне просторе појединци доприносе трансформирању постојеће културе у виртуалну културу. Култура у транзицији према дигиталном добу прераста у културу заборављања и суочена је са прекидом континуитета улоге појединца у очувању постојећих традиционалних културних вредности.”⁶⁶

⁶⁵ McQuail, Denis (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*, SAGE Publications Ltd; 6 edition (March 12, 2010).

⁶⁶ Baltezarević, B., Baltezarević, R. & Baltezarević, V. (2018). Culture in new media times. *Informatologia*, 51 (3-4), 200-205. p. 200.

Технолошки посредована информација упоређује се са осталим медијима комуникације у односу на разне аспекте који се сматрају својственим свим формама комуникације, укључујући синхроност, анонимност, трајност итд. Особине који разликују овај вид комуникације су пролазност, мултимедијална природа, мултимодалитетност, а релативно недефинисана правила понашања у комуникационом процесу.⁶⁷ Технолошки посредована комуникација својствена је и по томе што превазилази физичка и друштвена ограничења других форми комуникације, омогућујући интеракцију између особа која не деле исти физички простор. Избор медијума за комуникацију утиче на степен у коме су људи спремни да одају своје личне информације. Технолошки посредована комуникација карактерише се вишим степеном отворености у дељењу личних информација у односу на комуникацију лицем у лице.⁶⁸

Одавањем личних података сматра се било која форма вербалног комуницирања лично релевантних информација, размишљања и осећања који успостављају и одржавају међуљудске односе. Узроке већег ступња отворености корисника у технолошки посредованој комуникацији треба делимично тражити у визуелној анонимности као и одсуству невербалних информација што у великој мери смањује забринутост за остављањем доброг утиска. Према Валтеровом (Walther) хиперперсоналном комуникационом моделу технички посредована комуникација је значајна у успостављању квалитетније комуникације и остављању бољег првог утиска.⁶⁹ Питања анонимности, приватности и сигурности зависе највише од контекста

⁶⁷ McQuail, Denis (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*, SAGE Publications Ltd; 6 edition (March 12, 2010).

⁶⁸ Jiang, Crystal L., Bazarova, Natalie N. & Hancock, Jeffrey T. (2011). Human Communication Research., International Communication Association 58–77. <https://blogs.cornell.edu/socialmedialab/files/2014/01/2011-Jiang-Bazarova-Hancock-Self-disclosure-intimacy-link-in-computer-mediated-communication.pdf>.

⁶⁹ Walther, J. B., & Burgoon, J. K. (1992). *Relational Communication in Computer Mediated Interaction*. *Human Communication Research*, Wiley: Online Library.

Сајбер-физички системи су системи које добијамо када су основни системи повезани међусобно, као и са веб сервисима. Живот у данашњем флуидном и брзопромењивом друштву своди се на проналажење начина за суочавање са константном променом код куће, на послу и у доколици. Последњих деценија све кључне области људског живота доживеле су процес конвергенције, кроз константну изложеност, употребу и дубоку укорененост у медије, информације и информационе технологије. Бројна истраживања широм света показују да све више времена проводимо користећи медије и да је „мултитаскинг“ постао саставни део наше свакодневице. Данас постајемо свесни како употреба медија прожима све аспекте људског живота. Свет је постао „медиополис“⁷¹ врста посредованог јавног простора где медији организују и структуришу искуства и изражавања свакодневног живота.

У својој књизи *Media and Morality*, Силверстоун (Silverstone) заступа тезу да је смисао могуће доживети само у односу са другима. Потребни су нам увиди који нам омогућују да доживимо како је то бити на месту неког другог, у „туђим ципелама“. „Медијополис“ је место у које људи долазе из разних места из многоструког света како би се представили једни другима. Проблем је тај, како Силверстоун тврди, да медији тргују са феноменима „другог“, „спектакларног“ и „видљивог“, при чему пренаглашавају разлику или је елиминишу. Оно што нам је заиста потребно од медија је „критичка дистанца“, јер не само да је неопходно преиспитати како су други приказани, већ не смемо дозволити да наша конзумација медијских слика људске патње доведе до осећања емпатије која нису праћена акцијом. Центар критике је тај осећај да је доживљена медијска порука довољан одговор, јер је управо то узрок индиферентности. Блиска идентификација и дистанца које пружају медији, уводе нас у инертну и дехуманизујућу проширену зону комфора.⁷²

У времену „умреженог живљења“ Силверстоунова порука је актуелна и отрежњујућа. Она нуди перспективу утемељену у

⁷¹ Silverstone, R., *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*, Cambridge: Polity Press, 2007.

⁷² Ibid

хуманистичком рефлективном ставу који позива да хитно преиспитамо улогу медија и нашим односима једних према другима и друштву у целини.

„Интернет ствари поседује потенцијал да промени свет на исти начин на који је интернет то учинио. Можда чак и више“.⁷³

Након појаве интернета деведесетих година прошлога века, праћеног увођењем мобилног интернета почетком овог века, суочени смо са трећом, потенцијално најекстремнијом фазом револуције интернета – „Интернетом ствари“. „Интернет ствари“ повезује објекте стварног света са виртуелним, тиме омогућујући свима и у сваком тренутку повезаност људи и ствари. Ово је свет у коме људи, физички објекти, виртуелни подаци и виртуелна окружења међусобно интерагују у простору и времену.

Можемо рећи да „Интернет ствари“ представља визију у којој се интернет проширује на стварни свет и објекте у њему. Физички објекти више нису одвојени од виртуелног света, већ се могу даљински контролисати и имати улогу физичких приступних тачака према интернет сервисима. Концепт „Интернета ствари“ први пут је представио Марк Вајзер (Mark Weiser)⁷⁴ раних деведесетих година прошлог века. Потенцијал који носи ова визија огроман је и за појединце и за друштво. Он такође собом носи и одређене друштвене и технолошке ризике. Визија „Интернета ствари“ утемељена је на веровању да ће се прогресивни развој микроелектронике, комуникационе и информационе технологије, чији смо сведоци последњих деценија, наставити истим интензитетом у догледној будућности. Због последица оваквог развоја, у које спадају минијатуризација уређаја, већа доступност и мања цена технологија, већа енергетска ефикасност процесора, комуникациони модули и остале електронске компоненте ће у све већој мери бити интегрисане у свакодневне објекте.

„Паметни“ објекти играју кључну улогу у визији „Интернет ствари“ јер интегрисане комуникационе и информационе технологије

⁷³ Kevin Ashton (2009). „That ‘Internet of Things’ Thing“, *RFID Journal*, 22 June 2009. <http://www.rfidjournal.com/articles/view?4986>.

⁷⁴ Weiser, M. (1991). The Computer for the 21st Century. *Scientific American* 265. 94–104.

имају потенцијала да револуционализују употребну вредност ових објеката. Користећи сензоре, биће у стању да перципирају сопствени контекст и кроз уграђене мрежне могућности моћи ће да међусобно комуницирају, приступају интернет сервисима и интерагују са људима. Овакво „дигитално унапређење“ свакодневних предмета надоградиће њихову физичку функцију кроз интеграцију са дигиталном технологијом, чиме се генерише значајна додатна вредност.

Термин „Интернет ствари“ стекао је популарност кроз рад центра за аутоматску идентификацију (Auto-ID) на Масачусетском институту за технологију (Massachusetts Institute of Technology-MIT) 1999. године, увођењем RFID инфраструктуре на нивоу компаније. Шенбергер (Schoenberger) је 2002. године у свом чланку „Интернет ствари“ у часопису Форбс (Forbes) цитирао Кевина Ештона (*Kevin Ashton*), бившег руководиоца компаније: „Потребан нам је интернет ствари као стандардизован начин за компјутере да разумеју стварни свет“.⁷⁵ Овај цитат представља прву документовану употребу датог термина у дословном значењу.

Термин „Интернет ствари“ доживео је еволуцију због конвергенције разних технологија, укључујући базичну комуникацију, аналитику у реалном времену, машинско учење и интегрисане системе.⁷⁶ У практичном смислу ово значи да као последица конвергенције, сва традиционална поља интегрисаних система, бежичне сензорске мреже, контролни системи, аутоматизација (укључујући кућну аутоматизацију) и сви остали, доприносе и омогућују функционалност „Интернет ствари“.

Поменули смо да се конвергенција, која је довела до „Интернет ствари“ карактерише фузијом физичких, дигиталних и биолошких светова, и има далекосежне импликације за друштво, комуникацију, економију, индустрију – човечанство у целини. Може се рећи да је „Интернет ствари“ постао кључни агенс глобалне дигиталне трансформације. Ниједна од постојећих дефиниција „Интернет ствари“ не сматра се званично усвојеном, делимично због тога што

⁷⁵ Schoenberger, C.R. (2002). The internet of things. *Forbes Magazine*, March 18.

⁷⁶ Erlich, Yaniv. (2015). “A Vision for Ubiquitous Sequencing.” *Bio Rxiv*, 1–14.

„Интернет ствари“ не описује једноставно нову врсту техничке архитектуре, већ нови парадигматски концепт који дефинише нови начин интеракције са физичким светом. У овом светлу, „Интернет ствари“ може се дефинисати и као децентрализована мрежа уређаја, апликација и сервиса који могу да идентификују, обраде, комуницирају и предузму акцију на основу добијених података, укључујући и контролу елемената у физичком свету.

2.7. Сајбер простор

Термин „сајбер“ еволуирао је из рада Норберта Вајнера (Norbert Wiener) који је дефинисао термин „кибернетика“ у наслову своје књиге као „контролу и комуникацију код животиње и машине“.⁷⁷ Идеја да могућност интерфејса људи и машина води резултујућем систему који пружа алтернативно окружење за интеракцију представља основу за концепт сајберпростора.

Почетком осамдесетих година прошлога века, аутор научне фантастике Вилијам Гибсон (William Gibson) први је креирао термин сајберпростор у једној од својих књига. Иако је први пут употребљен у контексту научнофантастичне литературе, термин је врло брзо ушао у широку употребу у научним и академским круговима. У својој књизи, „Незамислива сложеност“ он описује сајберпростор као „консензусну халуцинацију коју дневно доживљава милијарде легитимних оператера, у свакој нацији, и деца коју уче математичким концептима. Сајбер простор је графичка представа података апстрахованих из банака података сваког компјутера у људском систему“.⁷⁸

Ова дефиниција се своди на људску перцепцију новог окружења и још увек је релевантна јер истиче потенцијал за развој истински имерзивног искуства сајбер простора. Међутим, још увек не постоји

⁷⁷ Wiener, N. (1948). *Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*. New York: John Wiley, стр. 1.

⁷⁸ Gibson, William, (1995). *Neuromancer*: UK: Harper Voyager, 1st edition (July 1, 1984), стр. 128.

усвојена званична дефиниција сајбер простора. Поред бројних дефиниција у академској литератури и стратешким документима, Крамер (Kramer), наводи укупно 28 алтернативних дефиниција сајбер простора.⁷⁹ Министарство одбране САД-а, на пример, дефинише сајбер простор као „глобални домен унутар информационог окружења који се састоји од међузависне мреже инфраструктура информационих технологија, укључујући интернет, телекомуникационе мреже, рачунарске системе и уграђене процесоре и контролере“.⁸⁰

Занимљиво је да се ова дефиниција односи само на хардверску (технолошку) компоненту, док се људска компонента не помиње. Европска комисија, с друге стране, нејасно дефинише сајбер простор као „виртуелни простор у коме циркулишу електронски подаци рачунара широм света“.⁸¹ И у овом случају не помиње се људска компонента, док се технолошка компонента своди на проток података између персоналних компјутера.

У сајбер простору, корисници могу ступати у интеракцију, размењивати идеје, делити информацију, пружати социјалну подршку, пословати, усмеравати активности, стварати уметност, играти игре, учествовати у политичкој дебати итд. Термин сајбер простор постао је конвенционално средство описивања свега што је у вези са интернетом и разноликом културом интернета.

Сајбер простор не треба мешати са интернетом, иако се термин често користи да укаже на објекте и идентитете који увелико постоје унутар саме комуникационе мреже, тако да можемо рећи да интернет страница метафорички „постоји у сајбер простору“. Сходно овоме, и догађаји који се дешавају на интернету не дешавају се на локацијама на којима су учесници или сервери физички присутни, већ у „сајбер простору“. Филозоф Мишел Фуко (Michel Foucault) у свом предавању

⁷⁹ Kramer, F.D. (2009), *Cyberpower and National Security*, Washington (DC): National Defense University Press.

⁸⁰ The Joint Publication (JP) 1-02, (2010). Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms, стр. 58. https://fas.org/irp/doddir/dod/jp1_02.pdf.

⁸¹ European Commission (2017). „Glossary and Acronyms (Archived)”. Information Society Thematic Portal http://ec.europa.eu/information_society/tl/help/glossary/index_en.htm#с.

„О другим просторима: утопије и хетеротопије“ употребљава термин „хетеротопија“ који у великој мери кореспондира са значењем термина „сајбер простор“ и описује места која су истовремено физичка и ментална.⁸² У овој интерпретацији, термин хетеротопија описује просторе који имају више нивоа значења или односа са другим местима, него што је то непосредно видљиво голим оком. У општем смислу, хетеротопија је физичка презентација или апроксимација „утопије“, или паралелног простора који садржи непожељна тела који стварни утопијски простор чини могућим. Постоје сличности између карактеристика хетеротопија (по Фукоу) и сајбер простора:

Карактеристике хетеротопија

1. Постоје у свим културама у различитим формама (посебно као „кризна“ места или места „девијације“).
2. Мутирају и врше специфичне операције у разним тачкама историје.
3. Супротстављају у јединственом простору неколико некомпатибилних просторних елемената.
4. Садрже просторно-временске аномалије или интензитете.
5. Претпостављају постојање амбивалентног система отварања-затварања, улаза-излаза.
6. Имају специфичну операцију у односу на друге просторе, као што су илузија или компензација.

Особине сајбер простора

1. Омогућује проток дигиталних података кроз мрежу повезаних компјутера: истовремено није „стваран“, јер га је немогуће просторно лоцирати као опипљиви објект, док је по својим ефектима, сасвим извесно „стваран“.

⁸² Foucault, M. (1967), “Des Espace Autres,” (Translated from the French by Jay Miskowiec), published in *Architecture /Mouvement/ Continuité*, October, 1984, <http://web.mit.edu/allanmc/www/foucault1.pdf>.

2. Представља простор компјутерски посредоване комуникације (СМС), путем које се реализују онлајн односи и онлајн идентитети, отварајући значајна питања из домена социјалне психологије употребе интернета, односа између онлајн и офлајн форми живота и интеракције, као и односа између „стварног“ и „виртуелног“.
3. Сајбер простор ствара могућност медијације културе кроз нове медијске технологије, он није само средство комуникације већ и социјална дестинација и поседује специфични културолошки значај.
4. Представља платформу која пружа нове могућности за преобликовање друштва и културе кроз „сакривене“ идентитете, и може се сагледати као спој комуникације и културе без граница.

2.7.1. Сајбер простор као психолошки простор

Сајбер простор се може интерпретирати и као јединствени психолошки простор. Када упале компјутер, покрену програм, пишу имејл, прегледају сајт, људи често доживљавају, свесно или подсвесно да улазе у „простор“ који је испуњен широким спектром значења и намена. Из овог разлога, онлајн искуство подразумева многоструке изразе које индукује осећај димензија и простора (светови, домени, сајтови, прозори, собе).

„На дубоком психолошком нивоу, људи често доживљавају своје компјутере и сајбер простор као екстензију њихових мозгова и личности, као простор који рефлектује њихове укусе, ставове и интересе. У оквиру психоаналитичке терминологије, сајбер простор може постати вид транзиционог простора“,⁸³ односно екстензија индивидуалног интрапсихичког света. Може бити доживљен као међузона између селфа и другог, који је делом селф, а делом други.

⁸³ Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster, стр. 262.

Док читају имејл, интернет страницу или инстант поруку коју је написао онлајн пријатељ, људи често истински осећају да су свешћу повезани или стопљени са свешћу других.

Способност мозга да креира и пројектује свет значења и сврхе, да обликује тај свет са просторно/физичким метафорама је изузетан феномен. Сама по себи, ова способност је заслужна за већину универзалних, чак архетипских доживљаја сајбер простора као психолошког људског простора. Међутим, неке значајне особине интернета су такође доста допринеле овом процесу. Његова историјска транзиција из текстуалне фазе у мултимедијално окружење, учинила га је много примамљивијим светом и подстакла креирање значења и сврхе, али такође значења и сврхе унутар визуелног и аудиторног контекста који кореспондира са људским доживљајем „стварног“ света. У односу на књиге, радио или телевизију, сајбер простор је много интерактивнији. Уколико људи могу обликовати своје искуство неког простора по томе како бирају да се крећу кроз исти, тада тај простор постаје моћнији као психолошки простор. Како интернет такође пружа могућност интеракције са другим људима, можемо рећи да колективно обликовање значења и сврхе поставља сајбер простор у социјални простор који психолошки трансцендира традиционалне медије.

Трећи део

КУЛТУРА, САЈБЕР КУЛТУРА И КУЛТУРА
СЕЋАЊА И ЗАБОРАВЉАЊА

3.1. Појам концепта културе

Покушај дефинисања културе изузетно је незгодан подухват, јер култура је неухватљив, променљив и слојевит концепт. Још 1952. године Кроебер (Kroeber) и Клакхон (Kluckhohn)⁸⁴ сакупили су 164 дефиниције културе, које су организовали у неколико категорија:

- широке дефиниције засноване на садржају;
- дефиниције усмерене на социјално наслеђе или традицију;
- нормативне дефиниције које су усмерене на правила или начине на које се ствари раде;
- психолошке дефиниције које су усмерене на прилагођавање или решавање проблема;
- структуралне дефиниције које су усмерене на матрице и организацију;
- генеричке дефиниције које су усмерене на културу као производ или предмет;
- непотпуне или метафоричке дефиниције које ови аутори нису могли да сврстају у претходне категорије.

Други разлог који отежава дефинисање културе у вези је са тим да култура има вишеструке чиниоце, као што су:

- материјална култура (методи којима људи размењују материјална добра, услуге, технологија);
- субјективна култура (идеје и знања подељена унутар групе);
- социјална култура (заједничка правила друштвеног понашања, институције).

⁸⁴ Kroeber, A. L. & Kluckhohn, C. K. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Cambridge, MA: Harvard University Press.



Слика 10. Култура⁸⁵

Покушај дефинисања културе ослањањем на антропологију може нас довести у још комплекснију ситуацију.

Међутим, без обзира на све наведене компликације, постоји потенцијални консензус када се расправља о особинама културе, јер иако постоји много дефиниција културе, већина истраживача се слаже око постојања извесних аспеката културе:

- култура се јавља у адаптивним интеракцијама између људи и окружења;
- културу чини сет разноврсних елемената који су узајамно повезани;
- култура се преноси кроз временске периоде и генерације.⁸⁶

⁸⁵ <https://sites.psu.edu/cskoutelascivic/files/2017/03/actions-capitals-culture-2ibed-pj.png>.

⁸⁶ Triandis, H. C. (2007). *Culture and psychology: A history of the study of their relationships. Handbook of cultural psychology*. New York: Guilford Press.

Тајлер (Tyler) британски антрополог, давне 1870. године, дефинише културу као „комплексну целину која укључује знање, веровање, морал, закон, обичај и све остале капацитете и навике које је стекао човек као члан друштвене заједнице“.⁸⁷ По њему, „култура представља колективно програмирање свести које разликује чланове једне групе или категорије од других“.⁸⁸

„Култура је социјално конструисана констелација која се састоји од ствари као што су праксе, компетенције, идеје, шеме, симболи, вредности, норме, институције, конститутивна правила и модификације физичког окружења“.⁸⁹

Култура је нејасан сет основних претпоставки и вредности, оријентација ка животу, веровањима, пословним политикама, процедурама и конвенцијама понашања које дели одређена група људи и који утичу (али не детерминишу) понашање сваког члана и његову/ њену интерпретацију „значења“ понашања других људи.⁹⁰ Најчешће цитирана дефиниција културе је она коју су дали Алфред Кроебер и Клајд Клакхон: „Култура се састоји од матрица, експлицитних и имплицитних, стечених понашањем и преношењем симболима, који конституишу изузетна достигнућа људских група, укључујући њихова отелотворења или артефакте; суштинско језгро културе састоји се од традиционалних идеја и посебно њихових пратећих вредности; културни системи се могу с једне стране сматрати производом акције, а с друге, условљавајућим елементима будуће акције“.⁹¹

⁸⁷ Avruch, K. (1998). *Culture and Conflict Resolution*. Washington DC: United States Institute of Peace Press, str. 6.

⁸⁸ Hofstede, G. (1991). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, London, UK: McGraw-Hill, str. 6.

⁸⁹ Fiske, A. (2002): Using Individualism and Collectivism to Compare Cultures—A Critique of the Validity and Measurement of the Constructs: Comment on Oyserman et al. (2002), str. 8. http://cultureready.org/sites/default/files/publications/Using%20Individualism%20and%20Collectivism%20to%20Compare%20Cultures_Fiske%202002.pdf.

⁹⁰ Spencer-Oatey (2008): *Culturally Speaking*, Second Edition: Culture, Communication and Politeness Theory, Bloomsbury Academic; 2 edition (June 24, 2008), str. 4.

⁹¹ Kroeber, L., Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Harvard University Peabody Museum of American Archeology and Ethnology Papers, str. 181.

Сматрамо да је најпотпунија дефиниција културе неуронаучника Антониа Дамасиа (Antonio Damasio), као најрелевантнија у односу на тему коју овај рад истражује. Дамасио тврди да је „због велике комплексности нашег света и окружења дошло до развоја социјалних мрежа и култура, како би се живот могао регулисати и ми као врста преживети“.⁹²

Дакле, по Дамасиу, култура представља регулатор људског живота и људског идентитета. Он даље излаже да развој мозга и људског идентитета стоје насупрот индиферентности природе и отварају врата за појаву културе – радикални заокрет у еволутивном току и новом основу регулације живота који он назива „социокултурна хомеостаза“.⁹³

Рејмонд Вилијамс (Raymond Williams) у делу „Култура и друштво“, запажа да појам „култура спада у један од два или три најкомпликованија термина у енглеском језику“.⁹⁴ Култура није нови појам, идеја о култури јавља се још крајем осамнаестог века, као реакција на значајне промене које су се дешавале у структури и квалитету друштвеног живота. Ове промене задирале су у социјалне, политичке и личне сфере и имале су дезоријентишући и контроверзни ефекат на појединца. Овакве промене, узроковане индустријализацијом и технологијом, биле су стране људском искуству, рапидно експанзивне и продуктивне, свој легитимитет су правдале идеологијом прогреса. Јавио се велики расцеп између креативног и продуктивног, што је у оквиру материјализама Маркс назвао „отуђењем“, док је Карлајл (Thomas Carlyle), у интерпретацији романтичарско-идеалистичке традиције то називао „губитком народне чистоте претходне ере“.⁹⁵

Машина, самим тим и технолошки прогрес, доживљена је као феномен који конзумира истински карактер човечанства,

⁹² Jandt, E. F (2012): *An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community*, SAGE Publications, str. 5.

⁹³ Ibid

⁹⁴ Williams, R., (1958). *Culture and Society*, London: Chatto and Windus, New York: Columbia University Press, str. 137.

⁹⁵ Више о томе у Shiah, M. (2004): *Modernism, Labour and Selfhood in British Literature and Culture, 1890-1930*, Cambridge University Press.

и одрази овог доживљаја су касније рефлектовани у раду Франкфуртске школе „Доба механичке репродукције“ аутора Валтера Бенџамина (Walter Benjamin).⁹⁶

Маркузеов (Herbert Marcuse) осећај једнодимензионалности,⁹⁷ као и Бодријаров (Baudrillard) узвик протеста у његовој евокацији постмодернизма са његовим хорором симулакрума: „Симулакрум никада није оно што прикрива истину – то је истина која прикрива сопствено непостојање. Симулакрум је истина“.⁹⁸

Историјски гледано, од посредовања „културе“ између човечанства и природе, дошли смо до њеног посредовања између човечанства и машине. Цивилизација, која потиче од латинске речи „civis“, представља термин који описује стање припадања извесном колективитету који садржи одређене квалитете, који га разликују од „масе“ или нижег ступња постојања дефинисаног „варварским“. На овај начин су у старој Грчкој и Риму доживљавали осећај идентитета са нацијом и државом. У овом контексту, идеја културе није толико дескриптивна колико је метафоричка, и филолошки је настала из агрикултуралних и хортикултуралних процеса култивисања земље у циљу успешног узгајања биљних култура. Овде имамо транзицију из стационарног концепта „цивилизација“ који описује стање, припадност, једном остварен трајни статус, у појам „култура“ који означава промену и трансформацију. Тако је идеја социјализације полако почела да се доживљава у контексту „култивације“, у смислу култивације особе, култивације свести, док се процес колонизације доживљавао као „култивисање“ урођеника. Све ове употребе културе, као процеса, имплицирају поред транзиције и циљ самог формирања „културе“. Овде имамо појаву хијерархијских појмова „културна особа“, „култивисане групе или појединци“.

⁹⁶ Benjamin, W. (1936). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/benjamin.htm>.

⁹⁷ Marcuse, H., (1991): *One-dimensional Man: studies in ideology of advanced industrial society*, London: Routledge.

⁹⁸ Baudrillard, J., (1988). *Selected writings*. Cambridge, UK: Polity, str. 166.

На основу кратког приказа генезе концепта „културе“, могуће је сумирати закључке у оквиру четвороструке типологије:

- култура је церебрална или когнитивна категорија. Она заступа идеју перфекције, циља или аспирације индивидуалног људског постигнућа. На једном нивоу може бити рефлексивна екстремно индивидуалистичке филозофије, а на другом део филозофског концепта различитости, посебности и одвојености човечанства;
- култура представља колективну категорију. Култура упућује на степен интелектуалног и моралног развоја друштва. Ово је позиција која повезује културу са идејом цивилизације и еволуционе Дарвинове теорије. Оваква интерпретација поставља идеју културе у оквиру колективног живота, а не индивидуалне свести;
- култура је описна и конкретна категорија. Она се може сагледати као колективни стожер уметности и интелектуалних постигнућа у оквиру било ког друштва. Ова интерпретација је најприближнија свакодневном схватању културе које собом носи посебност, ексклузивност, специјализована знања и социјализацију. Она укључује чврсто успостављену дефиницију културе као области произведеног симболизма једног друштва;
- култура као социјална категорија сагледава се као свеукупни начин живота људи. Ово је плуралистичка и потенцијално демократска интерпретација концепта који је постао спорна тачка социологије, антропологије и културолошких студија.

3.2. Сајбер култура

Термин „сајбер култура“ представља неологизам који је настао из другог неологизма (сајбер простор), од кога је позајмио префикс „сајбер“ који је придодат термину „култура“ (cyberculture).

Како је генеза термина „сајбер простор“ и појашњење концепта био предмет претходног поглавља, овде ћемо се фокусирати директно на појам сајбер културе.



Слика 11. Сајбер култура⁹⁹

Од деведесетих година прошлог века, академско истраживање сајбер простора доживело је експоненцијални развој и почело је да се грана и специјализује. Поред очигледног домена рачунарске технике, велики број истраживања фокусирао се на друштвене и културолошке аспекте сајбер простора. Ови истраживачки радови сајбер простора временом су пролазили кроз спектар трансформација, посебно од како су истраживачи доводили идеје и теорије из других области – психологије, социологије, културологије и географије у контакт са интернетом и кореспондирајућим технологијама.

⁹⁹ <https://images.techhive.com/images/article/2016/10/cyber-hand-100689826-large.jpg>.

Дејвид Силвер (David Silver)¹⁰⁰ бавио се истраживањем сајбер културе као области научног истраживања деведесетих година прошлог века, идентификујући притом три различите фазе. Његова типологија нуди занимљив приказ развојног пута разноврсних истраживања током ове значајне декаде током које су утемељене основе сајбер културе.

„Култура у транзицији у дигитално доба трансформише се у културу заборава и суочава се са прекидом континуитета улоге појединца у очувању постојећих традиционалних културних вредности.“¹⁰¹

3.2.1. Прва фаза сајбер културе

Силвер прву фазу назива „популарна сајбер култура“ која се карактерише новинарским чланцима, личним препричавањима онлајн искустава, популарним историјским публикацијама о развоју интернета, као и великим бројем помоћне литературе која је омогућавала бољу искоришћеност компјутера и интернета. Литература из ове фазе рефлектује неусаглашеност става аутора по питању утицаја интернета на животе људи. У најекстремнијим импликацијама, на једном крају ове подељености имамо оно што Силвер назива техно-футуристичким текстовима, који се карактеришу пренаглашеним оптимизмом, са често утопијски подконтекстом, у погледу будућности живота на интернету.

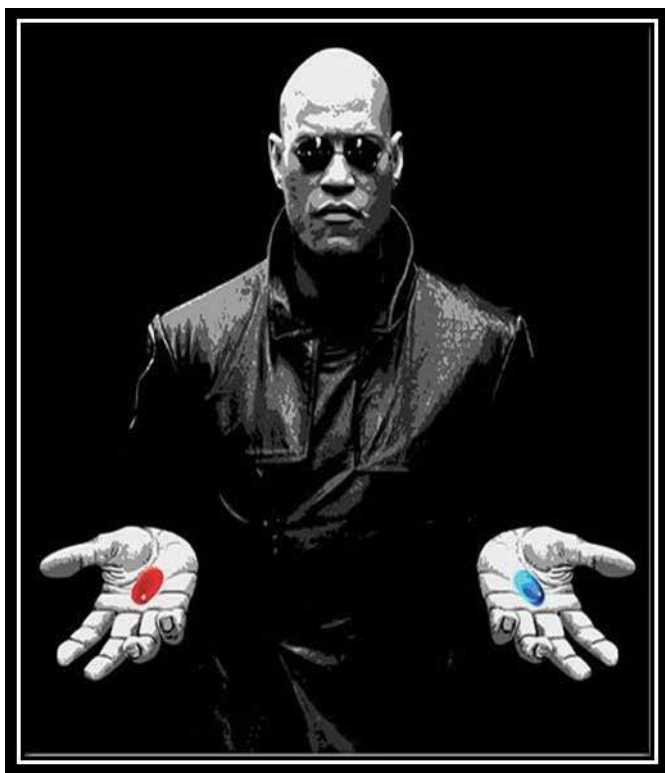
Новинари тога времена су публиковали чланке у часописима као што је „Wired“ и они спадају, по Силверу, у родоначелнике

¹⁰⁰ Silver, D. (2000). *Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000*, University of San Francisco, originally published in *Web.studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*, edited by David Gauntlett (Oxford University Press, 2000): 19-30.

¹⁰¹ Radoslav Baltezarevic, Borivoje Baltezarevic, Vesna Baltezarevic (2020). *New Media in Contemporary Society-New Rules of the Game*. Saarbrücken, Germany: Lap Lambert Academic Publishing member of Omniscryptum Publishing Group, p. 27.

технофутуризма, уз ауторе који дефинишу сајбер спејс као нову границу која је зрела да је пионири новог доба колонизују. На крају другог екстрема, крајње дистопијског, имамо „нео-лудите“ који у сајбер простору виде „вишеструку претњу за опстанак човечанства“.¹⁰²

Силвер закључује да се већина радова овог периода налази негде на средини између два наведена екстрема утопијске еуфорије и дистопијске панике. Међутим, ова фундаментална бинарна дилема између два екстремна става, можда је данас још актуелнија.



Слика 12. Морфеус: плава или црвена пилула¹⁰³

¹⁰² Silver, D. (2000). *Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000*, University of San Francisco, originally published in *Web.studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*, edited by David Gauntlett (Oxford University Press, 2000): 19-30.

¹⁰³ <http://www.gestaltreality.com/wp-content/uploads/2013/08/morpheus-red-pill-blue-pill.jpg>.

Да ли је сајбер њросѿор корисѿан или шѿеѿан за чове- чансѿиво?

Ово питање је од почетка остало у структури критичког промишљања свих накнадних истраживача. Са еволуцијом ове области истраживања, дошло је до рафинирања теоретских и методолошких оруђа за анализу интернета и могућностима за фокусирање на специфичније домене и ефекте сајбер простора.

3.2.2. Друга фаза сајбер културе

Другу фазу развоја истраживања сајбер културе Силвер једноставно назива „студије сајбер културе“ да би истакао заокрет академског истраживања и озбиљнији научни приступ истраживању и разумевању интернета у односу на популарне приказе. У овој фази кристалисала су се два кључна фокуса и оба се тичу односа онлајн (online life) и офлајн живота (offline life):

- истраживање заједнице;
- истраживање идентитета.

Овде можемо видети како су појмови „сајбер“ и „култура“ дошли у контакт. Кроз истраживање феномена трансфера неких кључних питања културологије (као што су идентитет или заједница) у подручје сајбер простора, Силверова дефиниција се овде поклапа са оним што Шери Теркл (Sherry Turkle) назива „животом на екрану“,¹⁰⁴ при чему заједница и идентитет јесу два стуба друге фазе развоја сајбер културе. Терклина књига у том смислу представља значајну илустрацију другог начина на који су концепти „сајбер“ и „култура“ спојени у овој фази: употреба теорије о култури за промишљање о сајбер простору.

¹⁰⁴ Turkle, S. (1997): *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, Simon & Schuster.



Слика 13. Промишљање о сајбер простору¹⁰⁵

У свом истраживању онлајн идентитета, Теркл се у великој мери ослања на психоаналитичке, постструктуралистичке и постмодерне теорије идентитета које јој помажу у разумевању распарчаности и вишеструкости онлајн идентитета. Остали истраживачи су користили своје омиљене теорије и теоретичаре у тумачењу сајбер простора и сајбер културе што је довело до продуктивног периода у току кога је дошло до диверзификације у истраживању сајбер културе. Социолози су приступили тумачењу у оквиру контекста друштвених мрежа како би разумели онлајн заједнице, док су географи на основу теорије простора и места приступили тумачењу сајбер простора.¹⁰⁶

У истом периоду јавља се такође диверсификација у односу на методологију истраживања сајбер културе, јер су истраживачи у оквиру својих методолошких традиција иновативно приступали сајбер простору (квалитативне и квантитативне методе, лингвистичке и

¹⁰⁵ <https://www.123rf.com/stock-photo/cyberspace.html>.

¹⁰⁶ Crang, M., (2000): Public Space, Urban Space and Electronic Space: Would the Real City Please Stand Up? *Urban Studies*, Vol. 37, No.2. https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30921170/crang.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYG-Z2Y53UL3A&Expires=1506949410&Signature=MoA8X7ntENcH4h9ex3xhTI-pymt4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPublic_space_urban_space_and_electronic.pdf.

текстуалне технике и сл.). Силвер запажа да су истраживања у овој фази позитивнија и оптимистичнија у погледу сајбер простора и да уочавају нове продуктивне могућности онлајн идентитета и заједница.

Међутим, спорна тачка у већини истраживачких радова остаје проблематична подела између онлајн и офлајн живота (у стручној литератури такође дефинисаног као „стварног живота“ и „стварног света“) и тај непомирљиви дуализам ни данас није изгубио своју актуелност. Ипак, ова друга фаза довела је до консолидације академског истраживања сајбер културе, унела је разноврсне теорије и методе, ушла у дијалог са осталим дисциплинама и постигла моментум по питању обима и веће софистицираности објављених научних радова. Можемо слободно рећи да ова фаза заправо представља почетак истраживања сајбер културе као научне дисциплине, што је рефлектовано у студијским програмима, конференцијама и мрежама.

3.2.3. Трећа фаза сајбер културе

Силвер трећу фазу развоја сајбер културе временски поставља у период касних деведесетих година прошлога века и назива је „критичко истраживање сајбер културе“.¹⁰⁷

Ова фаза се карактерише континуалним развојем и диверсификацијом. Силвер у оквиру ње идентификује четири теме које су биле у фокусу академског интересовања:

- прва тема делимично се бави раскорак између онлајн и офлајн живота (фазе 2), као и контекстуализацијом сајбер простора и сајбер културе у погледу компаративног симултаног одвијања економских, друштвених и културолошких интеракција у сајбер простору и „стварном животу“.

¹⁰⁷ Silver, D. (2000). *Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000*, University of San Francisco, originally published in *Web.studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*, edited by David Gauntlett (Oxford University Press, 2000): 19-30.

Овде је значајно поменути етнографску студију употребе интернета на Тринидаду¹⁰⁸ која представља емпиријски покушај премошћавања расцепа између онлајн и офлајн истраживања. Корпус детаљних емпиријских истраживања довео је до балансиранијих и утемељенијих научних радова;

- друга тема се бави дискурзивним конструкцијама сајбер простора – наративом који је настао из употребе сајбер простора. Ово практично обухвата начине на које се сајбер простор замишља и представља кроз велики број културолошких текстова, од сајберпанк новела и филмова, до реклама сервис провајдера. Овде такође спада и истраживање преовлађујућих дискурса кроз које се говори о интернету;
- трећа тема коју Силвер идентификује истиче повећани фокус на питања приступа и неједнакости, дискурс који замењује претходни концепт слободе информација и „светске демократичности интернета“ и који је поткрепљен истраживањима која дијагностикују матрице неуједначеног развоја, проблеме маргинализације, баријере приступа технологијама на свим нивоима, од глобалног до индивидуалног. Проблем приступа интернету, отвара низ питања, а оно што је за тему овог истраживања релевантно у датом контексту је пре свега питање до које мере су аспекти друштвеног идентитета као што су раса, класа, пол и сексуалност директно репродуковани или критички преиспитани у сајбер простору. Истраживања која се баве овом темом доносе двојачке закључке, прво да сајбер простор подстиче постојеће поделе али и уводи нове, али такође обезбеђује и простор за развој продуктивнијих форми идентитета;
- четврта тема коју Силвер дефинише карактерише се порастом истраживања која се баве аспектима дизајна и визуелне културе сајбер простора, посебно у домену концепта корисничког интерфејса: како је сајбер простор представљен на екранима наших компјутера. Истраживање интерфејса је

¹⁰⁸ Miller, D., Salter (2000). *The internet: an ethnographic approach*. Oxford: Berg.

поново усмерило фокус на теме ранијих фаза, као што су улога веб страница у изражавању личног идентитета, као и улога партиципативног дизајна у унапређивању онлајн заједница.

Оно што Силвер сматра најзначајнијом темом у истраживањима сајбер културе је коначно препознавање феномена хаотичног преплитања онлајн и офлајн живота и искуства: „Сајбер култура се најбоље може схватити као низ преговора који се дешавају и офлајн и онлајн. У новом миленијуму, задатак који стоји пред истраживачима сајбер културе је да препознају, открију и критички сагледају ове преговоре да би боље разумели шта се догађа унутар мреже“.¹⁰⁹

Свако критичко истраживање интернета треба да има свој примарни фокус на анализи културе и моћи, као што истиче Марк Постер (Mark Poster). „Без концепта културе, истраживање нових медија аутоматски укључује званичну културу доминантних друштвених институција“ – државу и тржиште.¹¹⁰ У прилог оваквој аргументацији иде и истраживање Џонатана Стерна (Jonathan Sterne)¹¹¹ који истиче важност разумевања и критичког сагледавања (постављање питања шта је кључно у истраживању интернета, и како нова знања о сајбер простору могу довести до унапређења политике еманципације), затим важност потребе за активном свешћу о контексту (вишеструки односи међу људима, местима, праксама и стварима), као и важност потребе за креирањем теорије артикулације (како се ствари међусобно повезују). Оваква теорија би се бавила следећим кључним питањима:

- шта је битно у културолошком истраживању интернета;
- како размишљамо и како представљамо интернет.¹¹²

¹⁰⁹ Silver, D. (2000): *Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000*, University of San Francisco, originally published in *Web.studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*, edited by David Gauntlett (Oxford University Press, 2000), str. 24.

¹¹⁰ Poster, M. (1998): What's the Matter with the Internet, www.semanticscholar.org, <https://pdfs.semanticscholar.org/cdb8/f12c57e06e241e49fa9d21bdc4d73cdfefafa.pdf>.

¹¹¹ Sterne, J. (1999): *Thinking the Internet: Cultural Studies vs. The Millennium*, *Online Journal: Doing Internet Research* (Editor: Johnes, S.) <http://sternetworks.org/ThinkingtheInternet.pdf>.

¹¹² Ibid

Финално, Стерн подвлачи потребу за проналажењем теорије као начина за проналажење нових и ефективних начина за анализу сајбер простора и сајбер културе. Стерн такође позива на превазилажење онлајн и офлајн (виртуелно/стварно) расцепа који је један дуг период инхибирао анализе сајбер простора, и да ово превазилажење треба усмерити ка концептуализацији која наглашава разумевање улоге интернета у стварном животу.

У времену експоненцијалне конвергенције о којој је било говора у ранијим поглављима, идеја издвајања интернета као посебног поља истраживања постаје нерелевантна. Широка палета употреба компјутера, од слушања стримованог радија, преко едитовања видео клипова, истраживања виртуелних онлајн светова и куповине, позива на преиспитивање предмета истраживања сајбер културе. Неки истраживачи предлажу покушај идентификације и класификације мноштва сајтова на којима се срећемо са дигиталном културом, ван лимита компјутерског екрана: сајбер простор постоји на разним местима, од виртуелних светова у видео играма, до технологија видео приказа у биомедицини.

Врста контаката које остварујемо са овим новим технологијама такође варирају: ми можемо бити трансформисани у дигиталне податке и потом учитани у базе многобројних технологија за прикупљање података које у реалном времену надзиру наше понашање и наше рутине (од начина избора категорија артикала у онлајн продавницама, преко кључних речи претрага у интернет претраживачима, групама којима припадамо на форумима и социјалним мрежама, до продуктивности на радном месту). Са техничким уређајима можемо ступити у интензивну интеракцију и оне постају део наше свакодневице, чак и делови наших тела, што је неке истраживаче одвело у правцу дискурса који се бави интефејсом људског тела и технологије кроз идеје киборга или пост-људског.

„Проблем у приступу је покушај интерпетације технологије у контрасту поларних опозита, црног и белог, лошег и доброг. На конкретно питање да ли су нове технологије добре или лоше за корисника, не постоји једноставан и конкретан одговор. Много је фактора који условљавају одговор, од тога ко је корисник, у какву

сврху употребљава технологију и у ком контексту. Комплексност одговара намеће закључак да технологија у себи садржи и добро и лоше, носи собом и ризике и могућности. Покушај заустављања развоја технологије би такође значио и заустављање развоја могућности које она носи.¹¹³

Сајбер култура мора критички анализирати све ове аспекте, као и дискурсе и представе које их прате. То делимично значи критичко сагледавање технологија које су данас у широкој употреби, као што су текст процесори, социјалне мреже, блогови, видео игре, веб претраживачи. С друге стране то такође подразумева развијање критичке свести о новим и будућим технологијама, као што су нанотехнологија, вештачки живот, вештачка интелигенција. Потпуно критичко сагледавање значења сајбер културе није нимало лак задатак.

Развој *Web 2.0* технологије довело је до експлозивног раста броја апликација усмерених на заједнице, у доменима друштвене навигације, колабороративног уређивања садржаја, обележавања (bookmarking) и означавања (tagging). У овим апликацијама, култура више није везана за одређену географску област или регију, како се класично проучава у оквиру антропологије. Данас је примереније причати о култури онлајн заједница у општем смислу, јер се оне не могу категоризовати у односу на расу, религију или државу.

Група аутора закључује како нам електронска комуникација дозвољава да „развијемо интерактивне обрасце који су изборни а не наметнути географијом“.¹¹⁴ Специфичне апликације као што су интернет претраживачи или електронске библиотеке, као и начини њиховог коришћења постају део људске културе. У неким сценаријима ми чак можемо причати о друштвима састављеним од искључиво вештачких чинилаца, као што су веб сервиси или програми

113 Borivoje Baltezarević Potreba i ograničenja medijske pismenosti i kritičkog mišljenja u dobu nadzornog kapitalizma. *Megatrend revija*, Vol. 19, № 1, 2022: 283-292. DOI: 10.5937/MegRev2201283B. p. 286.

114 Axelrod, R., Ford, G., Riolo, R., Cohen, M. (2002). Beyond Geography: Cooperation with Persistent Links in the Absence of Clustered Neighborhoods, *Personality and Social Psychology Review* 2002, Vol. 6, No. 4, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., str. 345. <http://www-personal.umich.edu/~axe/research/BeyondGeography.pdf>.

и њихова специфична култура, или на пример имплементирани стандарди или сет коришћених функција.

Ово све показује да разумевање и интерпретирање културе постаје растући изазов у компјутерској науци. Апликације треба развијати у конзистенцији са културом циљне заједнице и концепт културе би имао задатак да обезбеди подршку изради таквих апликација. Научна литература, која је заокупљена овом темом, бави се питањима у вези са друштвеним аспектом (социјална акција), архитектурама социјалне координације, стратегијама социјалне интеракције за децентрализацију координације у мултипосредничким системима (multy-agent systems), друштвене законе и конвенције у мултипосредничким окружењима (multy-agent enviroments) као и друштвеним улогама.¹¹⁵

3.3. Култура сећања и култура заборављања

„Најјужнији аспекти живога управо сада је у томе што наука многа брже најређује у знању него што друштво најређује у мудрости“.

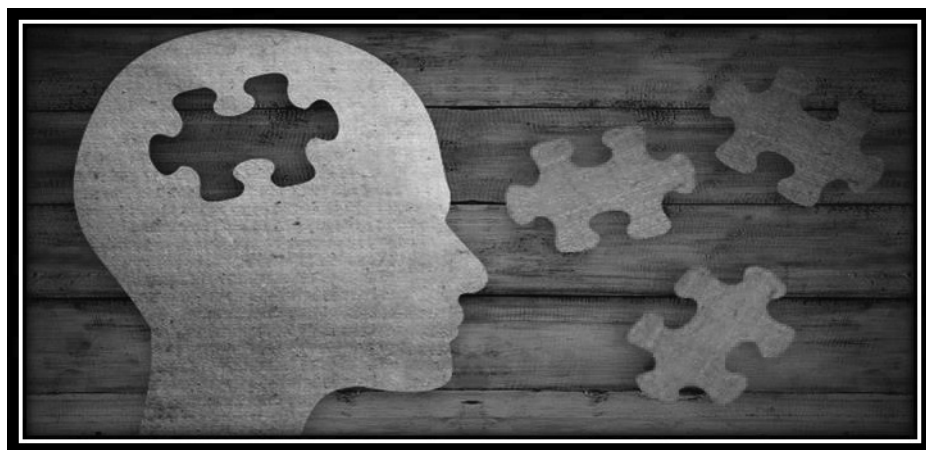
Исак Асимов

Морис Холбах (Maurice Halbwachs) представља једну од најзначајнијих фигура друге генерације социолога Диркемове школе. Централна тачка његовог рада на колективној меморији (mémoire collective) је разумевање њене друштвене конструкције. Холбах уводи културалистички концепт у покушају да одговори на питање шта људе наводи да се удружују у друштвене групе. Његов одговор на то питање јесте да је управо конструисана прошлост та која посредује осећај заједништва унутар групе. У том смислу, група је скуп људи који препознају своје јединство и посебност кроз заједничку слику прошлости: „Сећање је колективна функција“.¹¹⁶ Из овога следи да

¹¹⁵ Kennedy, B., Bell, D., (2008). *The Cybercultures Reader* 2nd Edition, Routledge.

¹¹⁶ Halbwachs, M., (1922). *On Collective Memory*, Trans. Lewis A. Coser. Chicago: University of Chicago Press, str. 183.

се сећање формира у појединцу током комуникације са осталим члановима дате социјалне констелације. Сећање живи и одржава се путем комуникационих процеса. Штавише, сећања имају функцију оквира или параметара социјалног поретка. Када особа комуницира она своје мисли „прослеђује“ у дате оквире и партиципира у изградњи и очувању колективног сећања.



Слика 14. Сећање¹¹⁷

Постоје још два кључна аспекта на које треба скренути пажњу: друштвена релативност и условљеност сећања. Холбах каже да је сећање увек везано за одређену друштвену групу и „Свако колективно сећање захтева подршку групе дефинисану простором и временом“.¹¹⁸ Холбах одриче могућност постојања универзалне групе и универзалног сећања. С друге стране, конструкција прошлости условљена је актуелним питањима данашњице. Сећање је усаглашено са доминантним дискурсом и реконструише се у односу на своју функцију унутар друштвеног контекста. Сећање се дакле реконструише у складу са актуелном потребом.

¹¹⁷ <https://16815-presscdn-0-13-pagely.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2017/03/iStock-482385108.170304.jpg>.

¹¹⁸ Halbwachs, M. (1922). *On Collective Memory*, Trans. Lewis A. Coser. Chicago: University of Chicago Press, str. 183.

Диференцијација појмова комуникативног и културолошког сећања најбоље се препознаје код Асмана (Assmann)¹¹⁹ који је, наглашавајући се на Холбахов концепт, у истраживању организације и садржаја колективног сећања, дефинисао поделу колективног сећања на две категорије: комуникативно и културолошко сећање.

Комуникативно сећање укључује све форме колективног сећања које су засноване на свакодневној комуникацији. Због тога се ова врста сећања третира као краткорочно сећање које се дели са нашим савременицима. Карактерише се неформалношћу, високим степеном недостатка специјализованог знања, реципроцитетом улога, недостатком организације и тематском нестабилношћу. Конструира се у интеракцијама без дефинисане форме и ограничена је на временски оквир који не прелази 80 година.

Културолошко сећање карактерише се дистанцом у односу на свакодневицу. Разликује се од комуникативног сећања својом формалношћу, фиксном организацијом, објективизацијом, специјализованим знањима и има ограничену партиципациону структуру која се састоји од администратора, повереника и сл. Културолошко сећање се манифестује кроз медије и платформе које садрже и преносе сећање и представљају поље културног преговора кроз које се различите приче надмећу за своје место у историји.

Отворено је питање: да ли ове две категорије сећања представљају поларитете или су само две крајње тачке једног истог континуума? Никодијевић и Ђукановић¹²⁰ сматрају да је култура анамнестичка, односно „култура сећања” у којој су селекцијом издвојене и сачуване вредности прошлости које имају велики значај у контексту вредности баштињења, које се негују и пројектују у садашње време

¹¹⁹ Assmann, J. (1995). Collective Memory and Cultural Identity, New German Critique, No. 65, *Cultural History/Cultural Studies* (Spring - Summer, 1995), pp. 125-133, Published by: New German Critique. http://kulturapamieci.pl/wpcontent/pliki/literatura08/assman_collective_memory.pdf.

¹²⁰ Nikodijević, D., Đukanović, J., (2014) – Ne (moć) komunikacije kulturnog nasleđa sa okruženjem – sumrak tradicije u tržišnoj i digitalnoj epohi; Zbornik radova sa međunarodnog naučnog skupa MOĆ KOMUNIKACIJE 2014. održanog 30. maja 2014. godine; organizator skupa Panevropski univerzitet APEIRON (99-109).

са циљем успостављања свести о континуитету људског трајања. Кроз успостављање овог континуитета нама је могуће да разумемо најдубљи смисао људског живота кроз време, јер будућност мора да има своју прошлост, те је памћење битан модус људског опстанка који је као генерички потенцијал настајао и развијао се кроз еволутивне процесе.

Аутори даље праве разлику између индивидуалног памћења, које има неуролошку основу и колективног памћења које је „утемељено на структурама и процесима преко којих људски колективитети (друштвене заједнице) успостављају културу”.¹²¹ Посредством културног наслеђа се у функцији времена, одржава континуитет и трансфер културних образаца као начина живљења.

У времену када су дигитални медији у технолошком и економском смислу усредсређени на тренутак, а не на континуитет културног трајања, сасвим је разложно поставити питање: да ли дигитализација података и њихово складиштење заиста служе неговоању баштине и колективног памћења, или су заправо директно у функцији културне амнезије? Дигиталне датотеке података доступне на интернету често представљају површну информацију и у извесном смислу чине „дигитални сурогат“ чији ефекат на појединца није могуће упоредити са непосредним доживљајем аутентичног уметничког дела.

„Да ли можда формирање дигиталних датотека и „аутоматска обрада знања“, представљају генерализацију амнезије која ће бити последње остварење индустрије заборавља, када би требало да све аналошке информације (аудиовизуелне и друге) буду замењене нумеричким кодирањем компјутера смењујући говор слика и ствари?”¹²²

Све ово је показатељ формирања једне културе, која је директно супротстављена процесима одржања традиционалне линеарне културе и вредности које она представља. Дигитални медији и

¹²¹ Nikodijević, D., Đukanović, J., (2014) – Ne (moć) komunikacije kulturnog nasleđa sa okruženjem – sumrak tradicije u tržišnoj i digitalnoj epohi; Zbornik radova sa međunarodnog naučnog skupa MOĆ KOMUNIKACIJE 2014. održanog 30. maja 2014. godine; organizator skupa Panevropski univerzitet APEIRON (99-109), str. 100.

¹²² Virilio, Pol (2000). *Informatička bomba*. Novi Sad: Svetovi, стр. 122.

савремене технологије полако преовлађују и потискују традиционалне културне вредности и садржаје. Са развојем креативних индустрија, категорија публике и култура сама трансформишу се у потрошачку публику и масовну културу. Технологија, може се рећи, све више истискује човека из технолошког света, и у том процесу дигитализације света, она га заправо дехуманизује. Вирило (Virilio) каже да ће број као средство истиснути аналогон, односно све оно што кореспондира са живим бићима, стварима и стварним светом.

Култура је више од збира информација доступних преко веб претраживача. Више је и од дигитализованих информација које су учитане на „Cloud“. Да би култура живела, неопходно је да буде стално обнављана у континуитету и наслоњена на своје корене, традицију и баштину. Ово обнављање културе заправо се одвија у свести сваког појединца, у свакој генерацији. Култура то смо ми сами и у биолошком смислу, и наше сећање је много више од пуког памћења информација. Оно је основа нашег идентитета, личног и колективног. Оно је предуслов опстанка човека и друштва заснованих на вековима негованим вредностима хуманости, разумевања, емпатије и смисаоног припадања друштву и баштини. У овом контексту, Николас Кар (Nikolas Kar)¹²³ запажа како „психолози и антрополози откривају да лично памћење одржава и обликује „колективно памћење“ које је у суштини културе. Све оно што је похрањено у сећању појединца, чињенице, догађаји, концепти више је од „представе посебне личности која сачињава селф“, пише антрополог Паскал Боје (Pascl Boyer): „То је такође и суштина преношења културе“.¹²⁴ Свако од нас носи и пројектује историју будућности. Култура се одржава у нашим синапсама.

Кар упозорава да делегирање сећања на спољашње банке података представља истовремену претњу не само за дубину и посебност селфа, већ за дубину и посебност културе коју сви делимо, илуструјући ову тврђу цитирањем Ричарада Форемана (Richard Foreman):

¹²³ Kar, Nikolas (2013). *Plitko. Kako internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtimo*. Smederevo: Heliks, str 199.

¹²⁴ Више о томе: Boyer, P., and Wertsch, V., J., (2009). *Memory in Mind and Culture*, New York: Cambridge University Press, str. 7 i 288.

„Потичем из западне културне традиције у којој је идеал била сложена, катедрали налик структура високо образоване и артикулисане личности која у себи носи јединствену верзију лично изграђене и јединствене верзије читавог западног наслеђа. Сада сам сведок замене ове унутрашње сложене комплексности са новом врстом селфа, који еволуира под притиском пребукираности информацијама и технологијом тренутне доступности. Како смо лишени нашег унутрашњег репертоара сложеног културног наслеђа, постоји ризик да се претворимо у „људе палачинке“, размазане широко и танко док се повезујемо са широком мрежом информација доступне на једноставан притисак дугмета.“¹²⁵

¹²⁵ Више о томе: Richard Foreman (2005). „The Pancake People, or, The Gods Are Pounding My Head“, Edge, March 8, 2005.https://www.edge.org/3rd_culture/foreman05/foreman05_index.html.

Четврти део

КРИЗА И ДЕКОНСТРУКЦИЈА
КУЛТУРНОГ ИДЕНТИТЕТА
ПОЈЕДИНЦА И ДРУШТВА

4.1. Појам културног идентитета појединца и друштва

„Цивилизацијска nelaгода која проистиче из екстремне технолозијације, која доприноси отуђењу од природе у себи и изван себе, од телесности као изворног нексуса који нас повезује са собом, другим бићима, космосом, одражава се и у све грозничавијем трагању за обновом изворности и јединства тела (осећаја) и духа, путем разних алтернативних активности, као што су акупунктура, источњачке вештине (јога, аикидо, кунг-фу), арт-терапија, терапија додиром, енергетских терапија (реики, биоенерегија) и сл. Истовремено с усавршавањем технолошких помагала, протеза, амплификатора осетила и виртуализацијом, расте витална потреба за поновним повезивањем са стварношћу, носталгија за додиром са другима и са природом“.¹²⁶

Појам идентитета је предмет непрестане расправе у теорији друштва. Централни проблем је у томе што су стари идентитети који су имали функцију стабилизације друштва пољуљани развојем нових идентитета и фрагментацијом модерног човека као јединственог субјекта. Такозвана „криза идентитета“ сагледава се као део већег процеса промена који дислоцира основне структуре и процесе модерног друштва и подрива основе које су особама давале стабилну утемељеност у друштвеном свету.

¹²⁶ Milivojević, T. Cvetkovska-Ocokoljić V. i. Jovanović D: (2013), Tjelesnost i virtualnost, *In Medias Res*, vol.2(3) (332-349), стр. 347.



Слика 15: „Културни идентитет“¹²⁷

По једном од највећих ауторитета у области културног идентитета Стјуарту Холу (Stuart Hall)¹²⁸ разликују се три концепта идентитета:

- просветитељски,
- социолошки и
- постмодерни.

Просветитељски концепт заснован је на представи човека као потпуно центриране, јединствене индивидуе, обдарене капацитетима разума, свести и акције, чији се „центар“ састоји од унутрашњег језгра које се први пут јавило рођењем субјекта, и развијало се упоредо са субјектом, док је суштински остајало исто – трајно или „идентично“ себи самом – кроз постојање индивидуе. Суштински центар селфа представља лични идентитет особе.

¹²⁷ <http://communicationtheory.org/wp-content/uploads/2014/09/cultural-Identity.jpg>.

¹²⁸ Hall, S. (1987). „Minimal Selves.” In *The Real Me: Postmodernism and the Question of Identity*, edited by L. Appignanesi, London: Institute of Contemporary Arts (44-46), str. 45.

Социолошки концепт рефлектовао је растућу комплексност модерног света и свест да ово унутрашње језгро није аутономно или самоодрживо, већ се формира у односу на „значајне друге“ који су субјекту посредовали вредности, значења и симболе – културу – света или светова којима субјект припада. Постоји у психологији неколико истакнутих симболичких интеракциониста социолога, који су истраживали „интерактивну“ концепцију идентитета и селфа и посебно је значајна улога Џорџа Мида (George Mead)¹²⁹ који истражује интерактивну концепцију идентитета и селфа.

У овом контексту, који је прерастао у класичну социолошку поставку, идентитет се формира у интеракцији између селфа и друштва. Субјекат још увек поседује своје централно језгро или „истинско ја“, али односе формира и модификује у континуланом дијалогу са културним световима који су „изван“ и идентитетима који они нуде.

Идентитет у социолошкој интерпретацији премошћава јаз између унутрашњег и спољашњег, односно личних и јавних светова. Чињеница да ми себе пројектујемо у ове културне идентитете, у исто време интернализујући њихова значења и вредности, чини их делом нас самих, асистирајући нам у процесу усклађивања субјективних осећања и објективних места којима припадамо у друштвеном и културном свету. Идентитет, дакле, интегрише субјекат у структуру. Он стабилизује и субјекте и културне светове чији су они део, чинећи их истовремено јединственијим и предвидљивијим.

Међутим, управо на овом месту данас се дешавају „померања“. Субјекат који је раније имао искуство јединственог и стабилног идентитета, постаје фрагментиран: састоји се не више само од једног, већ неколико, често контрадикторних или неусклађених идентитета. У складу са оваквим померањем на нивоу субјекта, мењају се и идентитети који су дефинисали социолошки контекст „споља“, и који су пружали субјективну усклађеност са објективним „потребама“ културе, који резултују сопственим колапсом као резултатом структуралне и институционе промене. Сам процес идентификације,

¹²⁹ Mead, G.H. (1934). *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.

кроз који пројектујемо себе у сопствене културне идентитете постао је недефинисанији, промењивији и проблематичнији.

Претходно описана ситуација доводи до постмодерног концепта, који каже да нема фиксног, суштинског или трајног идентитета. Идентитет постаје константно промењив, континуално се формира и трансформише у односу на начине на које себе представљамо или на које нам се обраћају у културолошким системима који нас окружују.¹³⁰

У постмодерној, идентитет је дефинисан историјски, а не биолошки. Субјект преузима различите идентитете у различитим тренуцима у времену, а ови идентитети нису уједињени око кохерентног селфа. Унутар човека постоје контрадикторни идентитети, који га вуку у различитим правцима, тако да су наше идентификације константно променљиве. Уколико осећамо да имамо јединствени идентитет од рођења до смрти, то је само зато што имамо тенденцију да креирамо утешни „наратив селфа“ који константно себи понављамо.¹³¹

Потпуно јединствен, заокружен, сигуран и кохерентни идентитет је фантазија. Уместо њега ми имамо системе значења и културолошких представа који се непрестано мултипликују, и суочени смо са збуњујућом, неухватљивом многострукошћу могућих идентитета са којима се можемо, барем привремено, идентификовати.

Идентитет је неухватљив концепт, који континуално оперише са променљивим сетом варијабли и у флуктацији између нестајања и настајања, старе дефиниције су постале неадекватне, јер не обухватају нови сет кључних аспеката. Поставља се питање који је тај кључни сет аспеката у односу на које се идентитет формира. Позивањем на Фукоа (Foucault)¹³² нама за одговор на претходно питање није потребна „теорија познавања субјекта“, већ „теорија дискурзивне праксе“. Појам (културног) идентитета захтева, што и еволуција Фукоовог рада јасно показује,

¹³⁰ Hall, S. (1992). *The question of cultural identity*, in Hall, Stuart; Held, David; McGrew, Anthony, *Modernity and its futures*, Cambridge: *Polity Press* in association with the Open University.

¹³¹ Hall, S. (1990). *Cultural Identity and Diaspora*, in Rutheford, J. (ed) *Identity: Community, Culture, Difference*, London, Lawrence and Wishart.

¹³² Foucault, M. (1970). *The Order of Things: An Archeology of Human Sciences*, New York: Vintage Books.

реконцептуализацију, промишљање из једног новог, измештеног, децентрализованог угла унутар постојеће парадигме. Управо у покушају поновне артикулације односа између субјеката и дискурзивних пракси јавља се питање идентитета. Појам који је у директној функцији појма идентитета је „идентификација“. Појам „идентификација“ ништа мање не измиче дефиницији од појма идентитета и носи сличне концептуалне потешкоће. Интерпретација појма идентификације истовремено се ослања на дискурзивне и психоаналитичке концепте. У поједностављеном тумачењу, идентификација се конструише на основу препознавања неког заједничког порекла или заједничких карактеристика са одређеном „другом“ особом или групом, или идеалом, у оквиру природног контекста солидарности и припадања успостављеним на овим основама. Дискурзивни приступ овој дефиницији, за разлику од натуралистичког, види идентификацију као непрекидни процес конструкције, процес који се никада не завршава.

Вративши се на концепт идентитета, можемо рећи да идентитети нису никада јединствени, већ су, посебно у данашње време, све фрагментарнији и разломљенији; никада сингуларни већ умножени преко различитих преплићућих и супротстављених дискурса, пракси и позиција. Они се налазе у константном процесу промене и трансформације.

У времену технолошке револуције, умреженог живљења и технолошки посредоване комуникације, јавља се потреба за позиционирањем културног идентитета на примењивој и пластичној платформи изграђеној на прекинутом континуитету дојучерашњег „чврстог“ карактера народа и култура, посебно у односу на контекст глобализације. Интерпретација и појам идентитета у процесу глобализације упућују на питање коришћења историјских, језичких и културних ресурса у процесу константног настајања, у функцији не онога шта смо већ онога чему тежимо, шта постајемо, како смо представљени и како се то одражава на начине на које себе представљамо. Немогуће је дефинисати конструкцију идентитета ван дискурса, они су условљени контекстом дискурса у оквиру кога настају.

Само у односу на Другог каже Дерида (Derrida Jacques), у односу на своју негативну дефиницију, управо у односу на оно што није и што му недостаје, оно што се назива „конститутивна спољашњост“,

могуће је дефинисати позитивно значење било којег термина, самим тим и културног идентитета.¹³³

Дерида даље тврди да само кроз своје носиоце, идентитети могу бити тачке идентификације, само због свог капацитета да искључују, изоставе и поставе у „спољашњи“ контекст. Стога, сваки идентитет има своју „маргину“.

4.2. Формирање идентитета

Формирање идентитета је процес и део тог процеса резултат је социјализације са другима, што укључује упоређивање са осталима, кроз сличности и разлике. Како ово нису једини фактори који делују на формирање идентитета, даћемо кључне факторе које је идентификовао Ериксон (Erikson):¹³⁴

- биолошке карактеристике,
- психолошке потребе, интереси, одбране итд. и
- културно окружење којем је појединац изложен.

Сви ови фактори учествују у обликовању его-идентитета особе. Ериксон истиче значај културног миљеа или културног окружења, које по њему има суштинску улогу у процесу формирања идентитета. Ериксон даље објашњава да, након интеграције са друга два фактора, културно окружење или културни миље пружа особи доживљај „телесног селфа“. Штавише, по Ериксону, овај доживљај телесног „селфа“ не тиче се само степена свести о томе ко је неко, већ се односи на директну перцепцију себе као чврстог ентитета. Остаје неразјашњено поседује ли идентитет чврсту структуру или не. У случају да је има, питање идентитета као творевине укључује многоструке факторе који га граде и обликују.

¹³³ Derrida, J. (1981). *Positions*. Trans. A. Bass. Chicago: University of Chicago Press.

¹³⁴ Erikson, E. (1994). *Identity: Youth and Crisis* (Austen Riggs Monograph), W. W. Norton & Company, New York: Norton.

Ставови бројних аутора по овом питању могу се поделити у две супротстављене групе. Прва види индивидуални идентитет као чврст и статичан, са центром који се одржава током читавог живота. Друга група интерпретира идентитет у контексту сталне промене, без иједне посебне стабилне компоненте. Предмет који је у директној кореспонденцији са дуалношћу идентитета је култура која се може такође сагледати из ове две међусобно супротстављене перспективе, као статична или стално промењива.

Пример аутора који заступа интерпретацију културе као динамичне и увек променљиве је Парек (Parekh) који идентитет тумачи као нејединствен плуралистички ентитет.¹³⁵ Оба ова приступа интерпетацији културе могу се дефинисати као културни комунитаризам и културни детерминизам.¹³⁶

Може се закључити да оног момента када се идентитет и култура интерпретирају као променљиви, то се аутоматски пресликава и на феномен културног идентитета чија интерпетација такође добија епитет променљивости. Међусобна повезаност између културе и идентитета је двосмерни процес, који функционише у оба смера.

Фридман (Friedman) заступа став да су лични идентитет и култура међусобно повезани. По њему људска биологија захтева улазне информације из културног програма како би људски организам могао да функционише. Фридман разматра два алтернативна гледишта у погледу културног идентитета, у смислу да ли особа стиче културни идентитет или је он урођен, да ли је самоизграђен или је приписан од стране неког другог.¹³⁷ Ова два супротстављена погледа су: да ли је културни идентитет оно што је изражено у оквиру расе или биолошког порекла особе, или се креира кроз учење? Фридман тврди да је „слика селфа“ централно језгро културног идентитета, а да културни идентитет подједнако припада и личности и култури. Можемо рећи да

¹³⁵ Parekh., B., (2008). *A New Politics of Identity: Political Principles for an Interdependent World*, New York: Palgrave Macmillan.

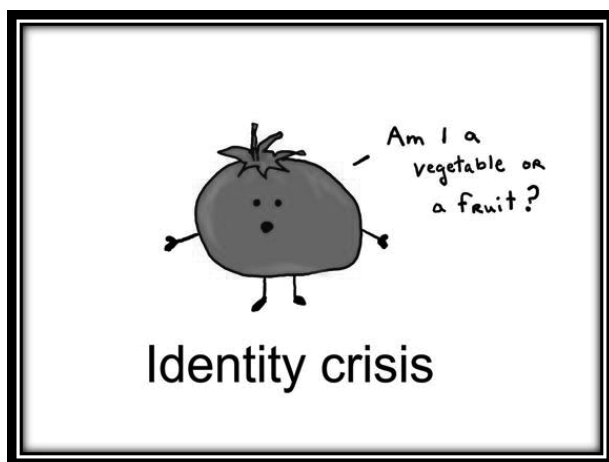
¹³⁶ Lewis, R. (2002). *The Cultural Imperative: Global Trends in the 21st Century*, Yarmouth, ME: Intercultural Press.

¹³⁷ Friedman, J. (1994): *Cultural Identity and Global Process*. <https://philpapers.org/rec/FRICIA-2>.

културни идентитет представља незавршену целину. Отвореност и непредетерминисаност остају његове најевидентније карактеристике.

4.3. Криза идентитета

Значење идентитета, као што истиче Кристофер Леш (Cristopher Lash), односи се истовремено и на особе и на ствари. Особе и ствари су изгубиле своју „чврстоћу“ у модерном друштву, своју коначност и континуалност. Свет састављен од трајних објеката замењен је светом производа за једнократну употребу, дизајнираних тако да одмах застаревају. У таквом свету „идентитети могу бити преузети и одбачени као костими“.¹³⁸



Слика 16. Криза идентитета¹³⁹

Невоља је у томе што новонастала ситуација у потпуности обе-
смишљава конструкцију идентитета, новонастали контекст прекинуо
је везе са континуитетом прошлости и држи све опције отвореним.
У игри идентитета у постмодерном друштву, правила игре се кон-
стантно мењају док игра траје. Време је сведено на вектор, садашњост

¹³⁸ Lash, C., (1985). *The Minimal Self*, London: Pan Books, str. 30-38.

¹³⁹ http://parisunseen.weebly.com/uploads/3/9/6/7/39676072/9216201_orig.jpg.

је одвојена од прошлости, од историје, и време као такво је укинато и сведено на произвољни низ садашњих тренутака, на трајно садашње време. Транзиција доживљаја времена из контекста историјског континуитета у контекст „трајног сада“ директно кореспондира са транзицијом из „културе сећања“ (поглавље 4) која је основ баштине и културног идентитета појединца и заједнице, у „културу заборавља“, која своје сећање делегира на спољашње дигиталне медије, и задржава једино оперативну свест о садашњем тренутку.

По мишљењу Дагласа Келнера (Douglas Kellner) питање идентитета наставља да буде проблем и у постмодерној, додајући да уместо нестајања идентитета у савременом друштву, догађа се процес реконструкције и редефиниције. У овој интерпретацији идентитет постаје налик игри избора, позоришна представа селфа, у којој особа радикално мења идентитете по сопственом нахођењу, што лако може измаћи контроли. Келнерова амбиваленција заправо најбоље рефлектује актуелну амбиваленцију самог проблема. Сасвим је извесно да идентитет наставља да представља „проблем“ како запажа Келнер и можемо се сложити да променом контекста и развојем технологије (социјалне мреже, умрежено живљење, конструкција онлајн идентитета) да то више није нити иста врста проблема као у модерној, нити је исте комплексности.¹⁴⁰

Уколико се за проблем идентитета у модерној главни изазов представљало како учинити идентитет чврстим и стабилним, у постмодерној се јавља радикални помак у смислу како избећи овакве фиксације и све феноменолошке и интерпретативне опције држати отвореним. У контексту Меклуановог истраживања, „медијум који је порука“ модерне је папир, или фотографски папир (који су по својој природи медија неизбрисиви, трајни носиоци стабилног идентитета. Кад се ради о постмодерној, „медијум који је порука“ је електронски медиј (информације на њему се могу брисати, мењати, поново уписивати), по својој природи медија предвиђен је да ништа не чува заувек, и претпоставка је културног идентитета који уместо чврстине има константну трансформацију као своју кључну особину.

¹⁴⁰ Kellner, D (1992). *Popular Culture and The Construction of Postmodern Identities*, In Scott Lash & Jonathan Friedman, eds., *Modernity and Identity*, Cambridge: Blackwell.

Суочени са проблемом постмодерне интерпетације културе, а у контексту претпостављене „некохерентности“ савременог света, Комаров и Комаров (Comaroff & Comaroff) заузимају критички став преиспитујући постмодерни закључак постављајући питање: Да ли због тога што је свет доживљен као недефисан и некохерентан, мора неминовно бити лишен сваке систематичности? Да ли друштвени живот, будући састављен од неконзистентних епизода мора неминовно бити нерегуларан? Они даље постављају питање да ли због тога што не можемо видети невидљиве форме, смемо да тврдимо да је друштво без форме и да ништа не постоји иза његове сломљене, вишеструке површине?¹⁴¹ Овакво размишљање се може критиковати као капитулација аналитичке имагинације. Нама је неопходно основано упориште како би тврдили непостојање система или структуре, а чињеница да нисмо успели да нађемо то упориште у првом маху не представља доказ да оно не постоји, јер непостојање доказа није доказ о непостојању. Комаров и Комаров финално закључују да је неопходно демонстрирати одсуство и неповезаност, некохерентност и одсуство реда. Они се не смеју претпоставити, нити аргументовати негативном индукцијом.

Идентитетом се човек бави кад год дође у недоумицу ком ширем контексту припада, када није сигуран како да се постави и позиционира унутар координантног система евидентног варијетета матрица и стилова понашања, као и када настоји да осигура прихваћеност оваквог позиционирања као исправног и адекватног, како би обе стране знале протокол интеракције у заједничком присуству. Можемо рећи да се „идентитет“ дефинише из потребе да побегнемо од неизвесности.

Контекст егзистенцијалне несигурности и дисконтинуираног идентитета у данашњем друштву онемогућују постојање трајних животних стратегија. У фрагментираном времену, данашњи човек не планира дуга путовања, не везује се емоционално за људе и ствари. То отежава транзицију са једне локације на другу, што мање емотивног везивања мања је цена коју индивидуално плаћамо, садашњи ресурси се не сматрају капиталом, јер штедња брзо девалвира, и некада вредни „културни капитал“, прераста у „културно оптерећење“.

¹⁴¹ Comaroff, J., Comaroff, J. (1992). *Ethnography and the Historical Imagination*, Review by: Jan Vansina, *The International Journal of African Historical Studies* Vol. 26, No. 2 (1993), Boulder, Col.: Westview Press.

Данашњи социјални и културолошки контекст не подстиче одлагање гратификације, већ напротив, промовише инстант гратификацију као ултимативни „modus vivendi”. Конзumerски менталитет данашњице диктира да зграбимо све што можемо одмах и сада.

„Управо је разлика између количине задовољства и гратификације коју појединац захтева и оне која је заправо реализована та која омогућује присиљавајући фактор који онемогућава задовољство било којом оствареном позицијом, већ константно гура напред“,¹⁴² како примећује Фројд (Freud, Sigmund) у својој књизи „Изван принципа задовољства“, где овај традиционално препознати нагон за непрестаном и непосредном гратификацијом сликовито илуструје цитатом из Гетеовог (Johann Wolfgang von Goethe) Фауста: „тај нагон који увек незадрживо притиска напред“.¹⁴³

Фројд истиче да је изградња идентитета условљена одлагањем гратификације, у непрекидном процесу кретања ка недостижним идеализацијама ега и последичног сударања са реалитетима стварности.

Међутим, данас је трајни идентитет постао препрека, јер у пост-модерном контексту, акценат није на изградњи идентитета већ на избегавању фиксације.

4.4. Интернет и идентитет

По много основа, развој и еволуција дигиталних медија и интернета током последњих десетак година постали су најадекватнија одредница постмодерног друштва. Интернет је демонстрирао способност да преиспитује фундаменталне поставке друштва, уништи и креира читаве индустрије и учини културну продукцију (посредством друштвених медија) доступном најширој (глобалној) публици. У протеклој декади, „потрага“ је постала доминантна парадигма, потрага за знањем, потрага за конекцијама („нетворкинг“) и напослетку, потрага за значењем. Саме интелектуалне

¹⁴² Freud, S. (2011). *Beyond the Pleasure Principle*, Canada, Ontario: Broadview Press, стр. 35.

¹⁴³ Ibid.

поставке постмодерне, скептицизам, релативизам, анонимност, па чак и апсурд су трансформисане у доминантни етос интернета. С друге стране, на интернету се окупљају истомишљеници који острашћено заступају и бране своје расне, националне верске, вредносне и друге идентитете (феномен назван ефекат „ехо коморе“).

У посмодерном добу, интернет је трансформисао доживљај „селфа“, човек је оно штогод каже да јесте на интернету. Ефекти постмодерне и интернета постају нераскидиви.

Овоме у прилог иде и чувена илустрација из часописа „Њујоркер“ (New Yorker) од 5 јула, 1993. године, која приказује пса како куца по тастатури компјутера и објашњава другом псу: „На интернету, нико не зна да си пас“.



Слика 17. Илустрација Питера Штајнера (Peter Steiner)
„На интернету нико не зна да си пас“¹⁴⁴

¹⁴⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/On_the_Internet,_nobody_knows_you%27re_a_dog#/media/File:Internet_dog.jpg.

Можемо навести следеће примере и њихове ефекте:

- Фејсбук је извршио деконструкцију појма „пријатељство“ до границе безначајности;
- Друштвени медији (посебно они за шеровање дигиталних медија као што су Јутјуб и Инстаграм) избрисали су границу између произвођача и потрошача културе;
- Лонгтејл (Long Tail) је заменио културну елиту формом културног релативизма;¹⁴⁵
- Твитер је извршио редукцију комуникације на базичних 140 карактера, која се емитује најширој публици у реалном времену.

4.5. Утицај изложености дигиталним медијима на појединца, културу и друштво

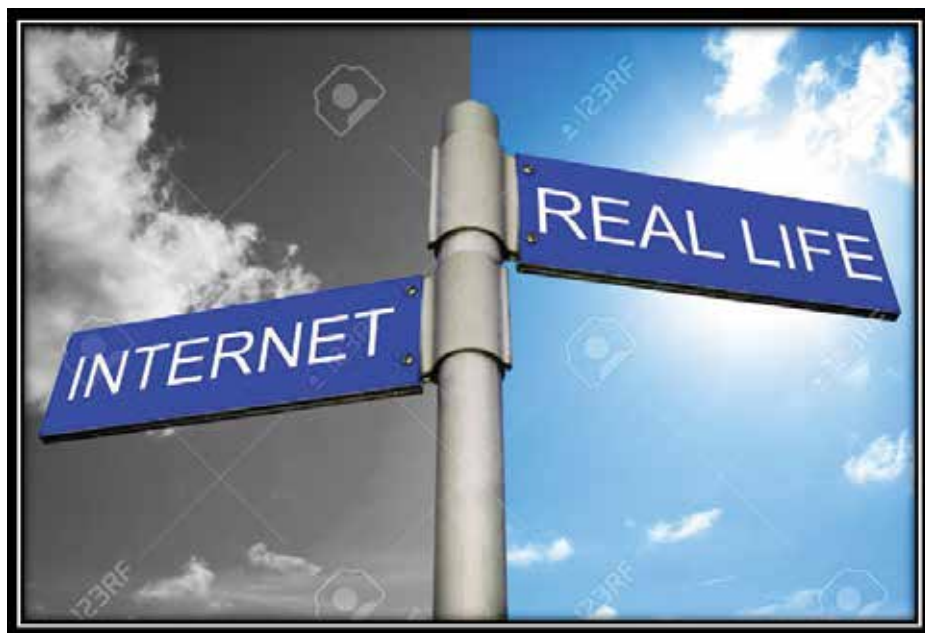
Ово поглавље започињемо кратким историјским прегледом (уз осврте и коментаре) неуролошких и психолошких истраживања које у својој књизи „Плитко“ наводи Николас Кар (Nicholas Carr), а која иду у прилог постојању дугорочног и краткорочног сећања у контексту пластичности мозга који се налази у константној физиолошкој трансформацији под утицајем спољашње средине и наше реакције на исту. Кар истиче да је Ерик Кендл (Eric Kandel) први демонстрирао седамдесетих година прошлога века како се „синапсе мењају са искуством“¹⁴⁶ а фокус његовог рада односио се на истраживање процеса у мозгу који тренутна, краткотрајна сећања која пролазе кроз нашу оперативну меморију у сваком тренутку претварају у дугорочна сећања са потенцијалом да трају читав живот.

¹⁴⁵ Концепт „дугог репа“ се користи у интернетском пословању, масовним медијима, механизмима друштвених мрежа и у маркетингу.

¹⁴⁶ Kandel, P.E., (2006): *In Search of Memory: The Emergence of a New Science of Mind*, New York: Norton, str. 208–10.

Познати су још текстови немачког психолога Хермана Ебингауса (Hermann Ebbinghaus) из 1885. године, који је спроводио експеримент на себи покушавајући да запамти велики број бесмислених речи. Резултати његових истраживања навели су Вилијема Џејмса (William James) да закључи 1890. године да постоје две врсте сећања:

- примарна сећања, која нестају из свести убрзо након догађаја који их је инспирисао и
- секундарна сећања, које мозак може чувати у неограниченом трајању.



Слика 18. Интернет и стварни живот¹⁴⁷

Истраживања Луиса Флекснера (Louis Flexner) на мишевима којима је убризгао антибиотик који инхибира синтезу одређених протеина у ћелијама, јасно доказују да дугорочно памћење не представља јачу форму краткотрајног памћења, већ да се ради о сасвим

¹⁴⁷ <https://previews.123rf.com/images/dphiman/dphiman1407.jpg>.

другачијим биолошким процесима. Складиштење дугорочног памћења захтева синтезу нових протеина, док то није случај са краткорочним памћењем.¹⁴⁸

За наше истраживање посебно су битна Кендлова истраживања која су потврдила Ебингхаусова запажања из 19. века, „да је фреквенција понављања неког искуства у директној сразмери са дужином памћења истог. Понављање учвршћује памћење и то се показало кроз експерименте: психолошки ефекти понављања на индивидуалне нерве и синапсе не само да су довели до промене концентрације неурона и синапси, као и промену интензитета њихове међусобне повезаности, већ је дошло до формирања и потпуно нових синаптичких терминала – дошло је не само до биохемијских промена, већ и анатомских“.¹⁴⁹ Кендл је схватио да формирање дугорочног памћења захтева нове протеине, исте оне који учествују у одвијању структуралних процеса у ћелијама мозга.

Кендл је даље запазио да се број синаптичких веза у мозгу расте након формирања дугорочних сећања и нове синапсе су остајале на месту све док је конкретно сећање било у функцији. Губитком одређеног, новоформираног сећања, број синапси се редукује, али опет остаје већи него пре формирања сећања, у чему Кендл налази одговор на питање зашто лакше усвајамо неку ствар када је учимо други пут. Он у својим мемоарима из 2006. „У потрази за сећањем“ каже: „дошли смо по први пут до закључка да број синапси у мозгу није фиксан, и да се мења са учењем! Штавише, дугорочно памћење опстаје све док су анатомске промене стабилне“.¹⁵⁰ Његова истраживања су дефинитивно потврдила да краткорочно памћење изазива промену у функцији синапсе, док дугорочно памћење захтева анатомске промене. Кендлова открића су у потпуној сагласности са открићима која се тичу неуропластичности мозга до којих је дошао Мајкл Мезерник (*Michael M. Merzenich*). Значајно је запажање

¹⁴⁸ Више о томе: Flexner B., L., Roberts, B.,R. (1967). Memory in Mice Analyzed with Antibiotics, *Science*, No. 15: p 1377–83.

¹⁴⁹ Kandel, P.E. (2006). *In Search of Memory: The Emergence of a New Science of Mind*, New York: Norton, p 221.

¹⁵⁰ Ibid, p. 214-215.

Коби Розенблум (Kobi Rosenblum), начелника Одељења за неуробиологију и етиологију Хаифа Универзитета у Израелу, који се као и Кеднл бавио опсежним истраживањима стабилизације памћења: „Процес формирања дугорочног памћења у људском мозгу је изузетан процес који се јасно разликује од функционисања вештачких мозгова компјутера. Док вештачки мозак одмах апсорбује информацију и смешта је у меморију, људски мозак наставља да обрађује информацију дуго након што је примљена, и квалитет памћења зависи од начина процесуирања информације. Биолошко сећање је живо. Меморија компјутера је мртва“.¹⁵¹

Управо овде треба тражити директну корелацију са идентитетом, културом сећања: органско, биолошко памћење омогућава континуитет традиције и културног идентитета у оквиру кога особа остварује и кокреира свој лични идентитет, јер идентитет је у константном динамичком флуксу у контексту дијалогске релације појединац-друштво, он се константно модификује и развија.

Видимо директну корелацију са Каровим запажањем да је биолошка меморија у континуалном процесу обнављања и чим уведемо дугорочно памћење у оперативну меморију, оно поново постаје краткорочно сећање, бива обновљено, добија нови сет конекција (синаптичких терминала) – нови контекст, који он додатно илуструје запажањем Џозефа Ледукса (Joseph Ledux): „Мозак који се сећа није исти мозак који је формирао иницијално сећање. Да би старо сећање имало смисла у садашњем мозгу, сећање мора бити обновљено“.¹⁵²

Да би информација постала трајна, неопходна је њена исцрпна и систематска дубока обрада у мозгу, а ово је једино могуће уколико се бавимо том информацијом и доведемо је систематски у смисаону везу са знањем већ добро успостављеним у меморији.¹⁵³

¹⁵¹ University of Haifa (2008). Researchers Identified a Protein Essential in Long Term Memory Consolidation: <https://medicalxpress.com/news/2008-09-protein-essential-term-memory.html>.

¹⁵² LeDoux, J., (2002). *Synaptic Self: How Our Brains Become Who We Are*, New York, Penguin, p 161.

¹⁵³ Kandel, P.E., (2006). *In Search of Memory: The Emergence of a New Science of Mind*, New York: Norton, p. 210.

Време у којем живимо уз развој дигиталних медија све више прати тренд „делегирања памћења“ (outsourcing) на спољашње медије (flash, hdd, sdd, cloud и слично) и заправо представља кључни тренутак, који ако допустимо да се дешава без учешћа наше критичке свести и информација о његовим последицама сасвим сигурно ће нас приближити роботима, скренувши еволутивни развој човека на еволутивну путању која емоције, емпатију и идентитет третира непотребним. Делегирајући своје памћење, ми делегирамо заправо део свог органског капацитета за памћење, посебно дугорочно памћење, у коме пребива суштина онога што јесмо као појединци и као друштво, наш индивидуални и друштвени идентитет.

Инхибирајући идентитет у процесу дигитализације сећања, ми инхибирамо капацитете за развијање и неговање кључних особина које чине основне цивилизацијске и културолошке вредности баштињене кроз векове. Оно што постаје јасно јесте да је овај процес истовремено и процес дехуманизације појединца и друштва, а алармантно је да се то дешава испод прага критичке свести појединца и јавности, уз наивни ентузијазам експонената савремених трендова технолошког развоја. Заговорници „делегирања сећања“ заправо су заговорници културе заборављања која нас лагано води у трансхуманистичку утопију, где ће можда наша сећања и сви подаци о нама наставити да живе у својим аватарима у сајбер просторима. У овом случају та целина ће увек бити мања од збира њених делова, јер кохезивни фактор, живи човек у континуалном процесу изградње свог идентитета, који то чини у дијалогу са друштвом, представљајући притом саставни део друштвеног идентитета, недостаје.

Оно што човека одваја од осталих животиња је постојање апстрактне и критичке свести. Уместо пасивног препуштања, требало би да схватимо да имамо могућност избора која управо лежи у чињеници да смо као свесна бића способни да бирамо према чему ћемо усмеравати своју пажњу, као и то на који начин ћемо обликовати смисао на основу проживљеног искуства. Како финално Николас Кар истиче у књизи „Плитко“, интернет и нове технологије више оптерећују оперативну меморију, инхибирајућу концептуализацију информација из краткотрајне меморије, одвлачећи ресурсе неопходне

за стабилизацију дугорочног памћења. Интернет је технологија заборављања и оно што највише губимо његовом употребом као универзалног медија јесте богатство конекција у мозгу, јер те конекције су живе и не представљају само приступ сећању већ га и сачињавају. „Када делегирамо наше памћење машини, ми такође делегирамо веома битан део нашег интелекта или нашег идентитета. Вилијам Џејмс у завршној речи свог предавања о памћењу (1892) каже: „Повезивање је памћење“. На ово се може додати: „Памћење је селф“.¹⁵⁴

Често се сматра да је откриће нове технологије иреверзибилан процес, а надовезујући се на Меклуанову тврдњу да медијум јесте порука, имамо и даљу импликацију која каже да једном када се нова технологија усвоји, веома је тешко спречити њену употребу. Ово је изузетно отрежњавајућа чињеница, уколико за тренутак размотримо све иновације које имамо у технологији наоружања, као и чињеницу да је најразорнија од њих, нуклеарно оружје, већ била коришћена, два пута у оквиру рата и преко 2000 пута у оквиру тестирања. Мала маргина утехе остаје у чињеници да иако је *ујошреба ттехнолоије је неизбежна, начин, квалитеи и квантиитет њене ујошребе, циљеви, нису*. Могуће је успоставити неки вид контроле, што у потпуности кореспондира са циљем Меклуанове медијске екологије.

Када се каже да медијум јесте порука, то такође значи да је медијум истовремено и контекст, ситуација или систем, а напослетку можемо рећи да је медијум и окружење. Меклуан ово појашњава у уводу у своју књигу „Understanding Media“ (2003), где каже: „Медијум јесте порука и може се појаснити чињеницом да свака нова технологија постепено ствара тотално ново људско окружење. Окружења нису пасивни оквири, већ активни процеси“.¹⁵⁵ Он даље наставља повезујући идеју да је садржај медијума заправо други медијум, са идејом медијума као окружења: „Медијум јесте порука“ у контексту електронског доба, значи да је креирано потпуно ново окружење. „Садржај“ овог новог окружења је стварао механизовано окружење

¹⁵⁴ James, W., (1892): Talks to Teachers and To Students on Some of Life's Ideas, Boston: Henry Holt and Company. <http://www.uky.edu/~eushe2/Pajares/memory.html>.

¹⁵⁵ McLuhan, M. (2003). *Understanding media: The extensions of man* (Critical Ed., W. T.Gordon, Ed.). Corte Madera, CA: Gingko Press, str. 124.

индустријског доба. Ново окружење реконцептуализује старо исто толико радикално колико телевизија реконцептуализује филм, јер филм представља садржај телевизије. Телевизија спада у окружење које је тешко перципирати, као и сва друга окружења. Ми смо једино свесни „садржаја“ или старог окружења. Када је машинска производња била нова, она је постепено створила окружење чији је садржај представљало старо окружење аграрног живота са уметношћу и занатима. Ово старо окружење је подигнуто до нивоа уметничке форме овим новим механичким окружењем.

Машина је претворила природу у уметничку форму. По први пут човек је почео да цени природу као извор естетских и спиритуалних вредности. Људи су били зачуђени како су раније генерације биле толико несвесне света природе као уметности. Можемо се чак вратити на писање и античка времена, и рећи да је Платон трансформисао стару форму усменог дијалога у уметничку форму писане речи. Са изумом штампе, Средњи век постаје уметничка форма. Индустријско доба је претворило Ренесансу у уметничку форму, а читав процес механизације се, из перспективе доба електронике, може такође сагледати као уметничка форма.

Меклуан закључује да нас уметност снабдева анти-окружењима или контра-окружењима која нам помажу у перцепцији и разумевању нашег садашњег окружења (ово функционише на сличан начин као искуство путовања и доживљавања других култура и повратка кући након тога). Идеја да медијуми представљају невидљива окружења је делимично ствар перцепције и пажње. Када је медијум нов, он нам је једно кратко време видљив, док му се дивимо као иновацији. Како се навикавамо на нови медијум, и употреба кореспондирајуће технологије прелази у рутину, ми престајемо да обраћамо пажњу, дозвољавајући му да избледи, остављајући нас практично функционално слепим када је његово перципирање у питању.

Медији су такође окружења јер мењају нашу перцепцију окружења. Када погледамо кроз телескоп, наш свет постаје значајно мањи него што је био пре тога, а када погледамо кроз микроскоп, он се шири до огромних пропорција. Кроз фотографију и запис звука, видео и филм ми проширујемо наша чула кроз простор и време

и то заувек мења окружење које познајемо и разумемо. Када читамо речи друге особе и на овај начин завирујемо у мисли неког људског бића, наше разумевање других људи у окружењу се драстично мења. Када стекнемо способност да се повежемо с другима кроз телекомуникације, наше социјално окружење не може никада више бити исто. Језик је такође медијум перцепције који нам омогућује да видимо свет у апстрактној форми и поделимо знање у социјалном и генерацијском смислу. Сваки појединачни језик носи са собом варијацију погледа на свет.¹⁵⁶

У случају компјутерске технологије и интернета, компјутерски чипови поседују своју сопствену архитектуру, подаци у дигиталној меморији и медијима за складиштење података могу бити пронађени на одређеној адреси, ми идемо на сајтове (енгл. „site”, предео, место), сурфујемо нетом, истражујемо сајбер простор и виртуелну стварност, док су чак и процесори текста често дефинисани као окружења. У случају нових медија, дигиталних медија, као и онлајн медија, идеја медија као окружења постаје много јаснија него што је била у случају штампаних медија, али сви медији постају временом за нас окружење, као што је већ истакнуто. Такође сви медији, контексти, ситуације и системи доживљавају се као нека врста окружења у која улазимо, уколико не физички онда сасвим извесно ментално (као када се „изгубимо“ читајући добру књигу). Штавише, у мери у којој су медији екстензија људског тела, они се такође налазе између људског тела и спољашњег окружења, на тај начин ограђујући нас од спољашњег окружења – отуда отупљујући осећај ампутације непосредног доживљаја стварности.

Макс Фриш (Max Frisch) упозорава: „Технологија је уметност која омогућује да никада не морате да доживите свет“.¹⁵⁷ Сличан став о дејству технологије заступају Миливојевић и Јовановић: „Технолошки систем води губитку додира са сопственим телом, што ће

¹⁵⁶ Више о томе: Whorf, B.L. (1956). *Language, thought, and reality*. Cambridge: MA: MIT Press.

¹⁵⁷ Frisch, M. (1959). *Homo faber: A report* (M. Bullock, Trans.). San Diego: Harcourt Brace Jovanovich. str. 178.

рећи и са откривајућим (у предсократовском значењу) својством *aletheia* – као нескривености, присутности бића и прожимајућим даром садашњег тренутка у чулно-осећајном, самим тим и духовном доживљају. То значи неосетљивост и, последично, равнодушност према ономе што миришемо, додирујемо, чујемо, видимо, кушамо. У опструкцији приступа пуноћи присуства (света) и присутности (субјекта) долази до деструктурисања свести, дереализације и деперсонализације”.¹⁵⁸

Али оно што долази између нас самих и окружења постаје наше ново окружење, тако да медијум постаје мембрана. Ово заузврат сугерише да како ми обликујемо наша окружења, она заузврат, обликују нас. Док се о медијима типично мисли у контексту транспорта, трансмисије, „пајплајн модела“, спајања тачке А и Б, термин медијум се такође дефинише као свепрожимајућа супстанца која нас окружује, што ће рећи, као окружење у смислу да рибе пливају у медијуму воде, а ми се крећемо и говоримо кроз медијум ваздуха. Нил Постман (Neil Postman) то објашњава на следећи начин: „Сетићете се времена када сте се први пут упознали са Петријевом шољом, када је медијум био дефинисан као супстанца унутар које расте култура. Уколико замените реч ‘супстанца’ речју ‘технологија’, добићете дефиницију која може стајати као фундаментални принцип медијске екологије: Медијум је технологија унутар које расте култура. Она даје форму политици културе, друштвеној организацији и уобичајеним начинима размишљања. Кренувши од те идеје, ми смо призвали још једну биолошку метафору, ону која се тиче екологије... Ставили смо реч ‘медијска’ испред речи ‘екологија’ да бисмо предложили да нисмо заинтересовани искључиво за медије, већ и за начине на које интеракција између медија и људских бића гради карактер културе, и може се рећи, омогућава култури да одржи свој симболички баланс“.¹⁵⁹

¹⁵⁸ Миливојевић Т. & Јовановић, Д. (2014). Техно-импресионизам – уметност ван естетике, *Криза уметности и нове уметничке праксе*, (str. 411-430). Београд: Естетичко друштво Србије, стр. 421.

¹⁵⁹ Postman, N. (2000). The humanism of media ecology. *Proceedings of the Media Ecology Association 1*, 10-16, <http://www.media-ecology.org/publications/proceedings.html>.

„Медијум јесте порука“ још значи да медији имају огромно дејство на нас, индивидуално и колективно. Они утичу на начин наше перцепције, узрокујући померање од балансираног сензоријума усмереног према изговореној речи или акустичном простору, ка појачаном визуелу који се карактерише фиксном тачком гледишта проузрокованом писменошћу и штампом, да би нас (медији) поново избацили и из тог стања са развојем електронских медија.

Они утичу и на начин нашег размишљања, од конкретног и холистичког које је карактеристично за припаднике усмених култура, преко апстрактне, аналитичке и линеарне мисли омогућене писменошћу, до нових форми еколошког мишљења у добу електронике. Медији утичу на начин на који себе видимо, од оријентисаних према групи и традиционално усмерених припадника усмених култура, преко индивидуалистичких, према себи окренутих припадника писмених култура, до данашњих „мултитаскинг ремиксованих“ другим-руковођених становника интернета и сајбер простора. Они утичу и на наше културе, где су усмене културе биле економичне у свом менаџменту знања, конзервативне и хомеостатичне; културе писмености су дозвољавале прогресивну акумулацију знања али и степен фиксираности који је резултовао ригидношћу, и напослетку електронске културе које омогућују брз и лак приступ знању али по цену тривијализације и пребукираности информацијама. Оне утичу на нашу социјалну организацију, од трибализма усмених култура, преко растуће комплексности друштвених система повезаних са писањем, укључујући раст градова, империја и специјализованих владиних, религијских, економских и образовних институција до национализма и демократизације повезаних са штампом, до онога што Меклуан назива „глобалним селом електронског доба“ и експанзијом хетерогених форми друштвених мрежа.

Меклуанова запажања о електронским медијима одржала су своју релевантност и данас, чак постају све релевантнија како наши нови медији и дигиталне технологије настављају са развојем у смеру који су поставили електронски медији које је Меклуан идентификовао пре више од пола века. Оно што је још важније јесте, да се управо захваљујући Меклуановом раду развио нови начин истраживања и

разумевања медија и нова област медијске екологије почела је да добија форму. На крају, најтрајнији допринос представља нови приступ и нови начин размишљања не само о медијима већ о свим феноменима.

Уместо бинарне дијалектике поларних опозита, на пример идеје да се изобиље и сиромаштво међусобно дефинишу, Меклуан нуди алтернативу по којој је изобиље медијум, а сиромаштво порука, односно да је изобиље окружење у оквиру кога се јавља сиромаштво. Пратећи овај приступ можемо рећи да несвесно у случају психоанализе представља медијум и да свест произилази из њега као окружења. Што се физике тиче, примењујући ову аналогију, можемо трансцендирати гледиште у оквиру кога хаос и ред сагледавамо као једнаке супротстављене опозитне силе, можемо рећи да је хаос медијум и да је ред оно што произилази из њега као окружења. За биологију се такође може рећи да је медијум, а технологија је оно што произилази из тела као окружења.

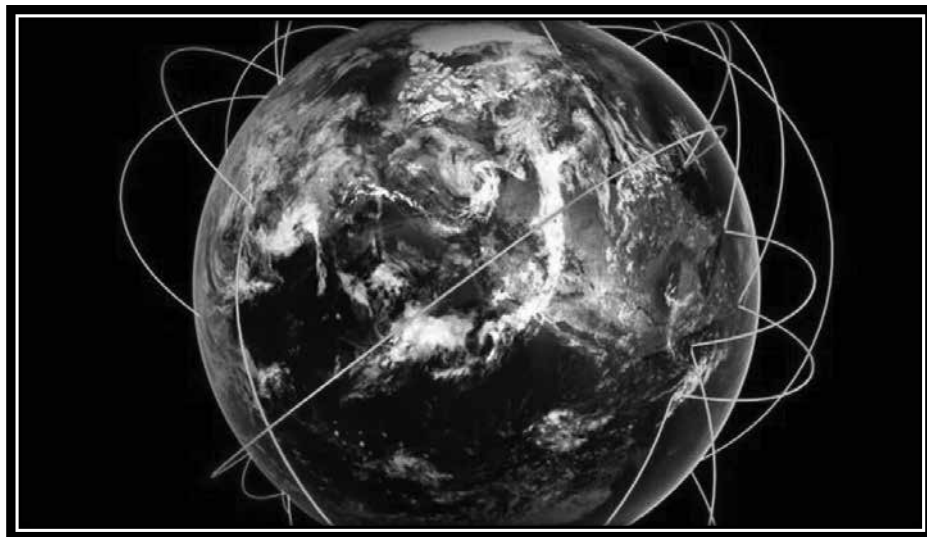
Уопштено, Меклуанова тврдња „медијум јесте порука“ пружа нам нови модалитет разумевања нас самих и нашег окружења, пружа нам ново и витално средство разумевања људског искуства у контексту универзума.

4.6. Ширење политичких идеја глобализма посредством дигиталних медија

Нови медији такође представљају главну силу убрзања тренда глобализације у друштву. Овај тренд глобализације довео је до трансформације скоро свих аспеката друштва. На пример, у социолошком и културолошком погледу, глобализација је променила перцепцију значења заједнице, редефинисала је значење културног идентитета и цивилног друштва и увела нове видове интеркултуралне интеракције. Захваљујући развоју нових медија, глобални тренд креира нове социјалне мреже и активности, редефинишући у процесу политичке, културне, економске, географске и друге границе људског друштва. Глобални тренд, захваљујући овој експанзији нових медија такође шири и развија друштвене односе, интензивира

и убрзава социјалне размене истовремено укључујући микроструктуре особе и макроструктуре заједнице.¹⁶⁰

Са својом карактеристичном и јединственом природом, нови медији су довели људску интеракцију и друштво до високо комплексног нивоа. Кроз ову конвергенцију, међусобно унапређивање нових медија и глобализације довело је до трансформације свих аспеката друштва. Нови медији се сматрају „новим“ не због успешне интеграције у форму традиционалних интерперсоналних и масовних медија, већ и због нових функција које омогућују индивидуалну контролу порука у интерперсоналним медијима, што заузврат омогућава контролу порука у масовним медијима. Нови медији функционално омогућавају интеракцију са више особа истовремено, са могућношћу за индивидуализовањем порука током интеракције. Једна од битних карактеристика нових медија, хипертекстуалност, функционише захваљујући глобалном мрежном центру у коме се информације слободно крећу и спонтано повезују.



Слика 19. Глобализам¹⁶¹

¹⁶⁰ Више о томе: Steger, M.B. (2003). *Globalization – a Very Short Introduction*, Oxford: University Press.

¹⁶¹ <https://qph.ec.quoracdn.net/main-qimg-8118fea2dac3fbc3ac60c6957643ff7c-c>.

Феномен глобалне мреже створио је нови тип животног искуства за човека, који је за последицу имао трансформацију економских активности, културних образаца, стилова интеракције и осталих аспеката људског друштва. Сајбер простор који формирају нови медији омогућава креирање виртуелног искуства и виртуелне стварности. Невидљиви сајбер простор не само да индукује јаз између реалности и виртуелног света, већ омогућава слободну, виртуелну личну промену пола, карактера, појаве и занимања. Формирање виртуелних заједница дефинитивно преиспитује начин на који перципирамо реалност и одржавамо традиционално дефинисани идентитет. Са овим специфичним карактеристикама, нови медији подупиру тренд глобализације до највишег нивоа забележеног у историји човека. Како је то дефинисао Стегер (Steger), глобализација се тиче „експанзије и интензификације друштвених односа и свести у светском простору и светском времену“.¹⁶²

Другим речима, глобализација се може сматрати друштвеним процесом у оквиру кога географска ограничења социјалних и културних процеса нестају и људи постају све више свесни њиховог нестајања. Глобализација укључује експанзију, проширење, интензификацију и убрзање друштвених активности на објективном (материјалном) и субјективном (људском) нивоу свести, или различитим нивоима људског друштва. Снажан утицај глобализације, појачан развојем нових медија, рефлектује се у динамичним, преовлађујућим, међусобно повезаним, хибридни и индивидуално моћним атрибутима. Као прво, глобализација је дијалектички динамичан процес, који је проузрокован сукобљавањем две силе културног идентитета и културног диверзитета, или локализације и уопштавања.

Глобализација је универзално прожимајућа, она се креће као ветар, приступајући сваком аспекту људског друштва утичући и на начин на који живимо, мислимо и понашамо се. Глобализација је холистички повезана. Она изграђује огроман матрикс у оквиру кога су све компоненте повезане са мрежама, представљајући хибридно културно стање које омогућава трансмисију културе преко нових

¹⁶² Steger, M.B. (2003). *Globalization – a Very Short Introduction*, Oxford: University Press, str. 19.

медија веома великом брзином, при чему се одвија прожимање и разградња људских граница. Процеси глобализације повећавају индивидуалну моћ у друштву нових медија, што плурализује свет кроз препознавање могућности и значаја индивидуалних компоненти. Сви аспекти глобализације, у синергијском ефекту, успели су да унапреде и продубе стимулус за развој нових медија што је довело до револуционарних промена у људском мишљењу и понашању, редефинисало осећај заједнице и реструктурирало људско друштво. Утицај интеграције нових медија и глобализације може се сумирати у пет конкретних елемената:

1. сужавање света,
2. компресија времена и простора,
3. блиска интеракција у различитим аспектима друштва,
4. глобална повезаност и
5. убрзана локална/глобална конкурентност/кооперација.¹⁶³

Границе људских друштава у погледу простора, времена, структуре, географије, функције, професије, вредности и веровања рапидно се мењају и трансформишу у нову матрицу сличности и међусобне повезаности. Међутим, и поред очигледног узајамно зависног односа између нових медија и глобализације, специфична повезаност пет дистинктивних карактеристика нових медија (дигиталност, конвергенција, интерактивност, хипертекстуалност и виртуалност) и пет манифестних особина глобализације (дијалектичке динамике, универзалног прожимања, холистичке узајамне повезаности, културне хибридизације, индивидуалне моћи) остављају још пуно простора за даља истраживања у овом смеру.

¹⁶³ Chen, G. M. (Ed.), (2000). *Communication and global society*, New York: Peter Lang Publishing Group, стр. 156.

Пети део

ЗНАЧАЈ КРИТИЧКЕ СВЕСТИ
И ТЕХНОЛОШКЕ ПИСМЕНОСТИ

Дон Тепскот (Don Tapscott), аутор специјализован за област улоге технологије у савременом друштву каже: „Сада када можемо потражити све преко Гугл претраживача са једним кликом, памћење других текстова и историјских чињеница постало је превазиђено. Памћење је губитак времена“.¹⁶⁴

Данас је све више аутора, друштвених критичара и блогера у области технологије који технолошки напредак изједначавају са људском еволуцијом и који, налик Дону Трескоту, делегирање памћења и информација виде као еволутивни помак и растерећење људских капацитета, где је „мање“ заправо „више“. У овом контексту успостављен је знак једнакости између биолошког памћења и „аплодовања“ података на силиконске медије и сам процес памћења се сматра непотребним.

Ово је управо тачка у којој, услед недостатка комплетних информација о последицама делегирања памћења и самим тим недостатка критичке свести у доношењу одлуке о „изложености“ и „мери употребе“ дигиталних медија, ми пасивношћу и препуштањем дајемо прећутну сагласност делегирању сопствене хуманости. Јер сећање то смо ми, наш капацитет да будемо људи и очувамо свој идентитет и уколико је сећање превазиђено, онда је и људскост превазиђена, делегирана у трнасхуманистичку будућност, где идентитет, култура, емоција, емпатија, дубинско разумевање и рефлексивност немају своје место. Да ли је то свет у ком заиста желимо да живимо? Никаква акција је такође акција са својим последицама и пасивно препуштање технолошкој струји, без развоја критичке свести нас сигурно води путем сингуларистичке трансформације где ћемо престати бити људи у правом смислу те речи, већ ћемо под барјаком технолошког прогреса утрчати директно у дехуманизовано- андроидски пакао

¹⁶⁴ Moravec, J. (2008). Tapscott: Memorizing facts is waste of time. <https://educationfutures.com/blog/2008/12/tapscott-memorizing-facts-is-a-waste-of-time/>.

симулираног човечанства и виртуелне стварности. То је место где је све могуће и где су границе избрисане између личног и колективног, културног и фиктивног идентитета (сlike), између стварног света и промењених и виртуелних реалности, у једну рефлексију онога што је Лисјен Леви-Брил (Lucien Lévy-Bruhl) назвао „мистичка партиципација“ (франц. „participation mystique“ и представља „посебну врсту везаности која се састоји у томе што се субјекат не може јасно разликовати од објекта, него је са овим везан непосредном везом, која се може означити као партиципативни идентитет. Овај идентитет се заснива на неком априорном јединству објекта и субјекта“.¹⁶⁵

У еуфоричној некритичкој свести која је преовлађујућа и медијски „спинована“, задобијамо не цео свет, него све виртуелне светове, један „Матрикс“ бескрајних илузорних простора. У овом илузорном краљевству бескрајних простора у коме сви носе круне од електронског папира, речи из Јеванђеља по Марку добијају ново значење: „Јер каква је корист човеку ако задобије сав свет, а души својој науди?“¹⁶⁶

Оно што нас чини људима су вредности које се не могу дигитализовати, субјективно обојена сећања и догађаји који се не могу пребацити у бинарни код електронског медија, наше вредности, концептуализације, ставови, емоције и емпатија. Што је већа наша некритичка изложеност дигиталним медијима, што више делегирамо и препуштамо компјутерима наше менталне процесе и активности, то више губимо своју људскост, јер цена коју плаћамо су управо ове људске особине и вредности по којима се разликујемо од машина. Сетимо се Меклуанових речи из његове књиге „Understanding Media. The Extensions of Man“,¹⁶⁷ где говори како наша оруђа истовремено умртвљују који год део тела да „појачавају“. Сваки пут када вештачки повећамо капацитет неког дела нашег тела, ми истовремено себе дистанцирамо од њега и од његових природних функција. Коришћењем оруђа, на неки начин, човек се удаљава

¹⁶⁵ Јунг, К., Г. (2013): *Психолошки типови*, Београд: Дерета, стр. 485.

¹⁶⁶ Јеванђеље по Марку 8: 34-37.

¹⁶⁷ McLuhan, Marshall, 1964. *Understanding Media. The Extensions of Man*. United Kingdom: Routledge.

од самога себе. Меклуан каже да је Гутенберг изумитељ усамљености, а са доласком дигиталних медија, полако се испоставља да је усамљеност најмањи од проблема, пред реалном претњом да изгубимо оно што је претпоставка и саме усамљености: себе.

Николас Кар наводи истраживање Антониа Дамасија, у којима он показује да наше више емоције настају из природно спорих неуролошких процеса, процеса за које је неопходно време.¹⁶⁸ У својим експериментима Дамасио је доказао да су се процеси доживљавања емпатије са другима, посебно са патњом других, развијали јако споро, јер је мозгу потребно време да превазиђе окупираност телом и разуме психолошке и моралне импликације дате ситуације.¹⁶⁹

Овај експеримент показује да „што је већи степен дистракције, то смо мање способни да доживимо најфиније, искључиво људске емоције, емпатију, саосећање итд. „Било би исхитрено сугерисати да интернет подрива наш осећај за морал. Али не би било исхитрено сугерисати да интернет преусмерава наше виталне путање у мозгу и смањује наш капацитет за контемплацију, и смањује дубину наших емоција и наших мисли“.¹⁷⁰

Цена коју плаћамо за коришћење данашње технологије нигде није истакнута. Заводљивост исте, њена лака доступност и искривљена медијска слика технологије као „човековог партнера или катализатора“ у еволуцији, допринели су масовној, геометријском прогресијом растућој, употреби технологије у свим сферама нашег живота: од дневне логистике, плаћања паркинга, пословања, до приватног живота, социјалних интеракција, комуникације и забаве. Нема сфере човековог живота која није постала прожета технологијом и умреженошћу, делегирана у виртуелни, онлајн свет

¹⁶⁸ Nikolas, Кар. (2013). *Plitko. Kako internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtимо*. Smederevo: Heliks. Damasio, Antonio & Marziali Carl (2009). „Nobler Instincts Take Time.” <https://news.usc.edu/29206/Nobler-Instincts-Take-Time/>.

¹⁶⁹ Више о томе: Immordino-Yang Mary Helen, McColl Andrea, Damasio Hanna, and Damasio Antonio (2009). „Neural Correlates of Admiration and Compassion,” *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106, no. 19 (May 12, 2009): 8021–26.

¹⁷⁰ Nikolas, Кар. (2013). *Plitko. Kako internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtимо*. Smederevo: Heliks, стр. 221.

сталне доступности. Последица овога и цена коју не знамо да плаћамо пре свега је отуђење, јер амплификавањем дела нас који процесуира велики број информација уз помоћ онлајн претраживача, ми истовремено умртвљујемо наше најинтимније, најличније људске особине: перцепцију, памћење, разум, емоције.

Меклуан је био свестан да је ова алијенација неизбежна последица употребе технологије. Ишао је дотле да је последични процес употребе технологије назвао термином „ауто-ампутација“. Када год користимо неко оруђе да контролишемо свет у већој мери, наш однос са светом и собом се мења.

Као што нам природа и природни елементи (ватра и вода) нису непријатељи по себи, исто се може рећи и за технологију. Међутим, поред свих предности које технологија носи, неопходно је развити критичку свест о томе шта се, с друге стране, губи нашим пристајањем на њену употребу. Од круцијалног значаја за опстанак нас као врсте која мисли, емпатијски осећа себе и друге и смисаоно припада заједници јесте одржавање унутрашњег критичког става који стално надгледа нашу употребу и излагање технологији, уз присутну свест о њеном повратном дејству на нас.

Истраживања су показала да виртуелна стварност деконструира идентитет стварног света. Ова „релативизација стварног“ директно доприноси кризи идентитета, кроз претерану чулну стимулацију виртуелних светова, у односу на које наша стварност постаје „бледа и испрана“. Као у случају хероинских зависника навикнутих на интензивну стимулацију допаминских рецептора у мозгу коју ниједан догађај у стварном животу не може да произведе, тако и дуготрајна временска изложеност виртуелним световима доприноси перципирању свакодневице као досадне и депресивне, без критичне количине стимуланса које, као дигитални еквивалент хероину, или „дигитални хероин“, пружа.

У прилог овој тези је истраживање Фредерика Ардема (Frederick Aardema),¹⁷¹ које се бави корелацијом виртуелне стварности и

¹⁷¹ Aardema, F. (2006): Effects of virtual reality on presence and dissociative experience, *CyberPsychology & Behavior*. https://www.researchgate.net/publication/278206370_Effects_of_virtual_reality_on_presence_and_dissociative_experience.

клиничке дисоцијације – стања одвојености од сопственог селфа или сопствене стварности. Кроз коришћење упитника за мерење нивоа дисоцијације учесника пре и након изложености виртуелној стварности, Ардема је дошао до закључка да виртуелна стварност повећава дисоцијативне процесе и да смањује осећај присуства у актуелној стварности. Његово истраживање је такође доказало да што је већи степен индивидуалне предиспозиције за дисоцијацију и имерзију, то су већи дисоцијативни ефекти виртуелне стварности. Ардема у закључку каже да дисоцијација није неопходно болест и да по својој феноменологији подсећа на спектар. На бенигној страни спектра налази се маштање и сањарење који представљају здраве механизме суочавања са досадом или конфликтом. С друге стране, имамо патолошке типове дисоцијације, као што су поремећаји дереализација-деперсонализација (ДПДР). Дерееализација представља осећање да свет није „стваран“, док деперсонализација представља осећај да селф није „стваран“. Особе које су доживеле деперсонализацију кажу да је то осећај као да су изван својих тела и да сами себе посматрају. Дерееализација чини да се окружење особе чини чудним или налик сновиђењу на узнемирујући начин, без обзира колико јој је заправо познато.

Модеран живот, од нове информационе технологије до тога како и где живимо, нуди читаву плејаду нових стимулуса који се у мозгу боре за пажњу. Последица овога је смањење наше способности да одржимо константну, дубоко пажњу, што представља фактор хроничног стресног стања у мозгу. Током времена овакав стрес, како су истраживања приказана у петом поглављу показала, смањује наше когнитивне способности и оштећује ћелије памћења.

С правом можемо поставити питање да ли виртуелни свет и дигитална технологија представљају један види ескапистичког раја у коме се кријемо од стварног света с којим избегавамо да се суочимо. Да ли у онлајн утопији ми заправо своје стварне животе стављамо у офлајн стање да би их заменили симулацијом која пружа инстант гратификацију без икаквог напора са наше стране?

Битно је истакнути и инхибиторни ефекат који виртуелна стварност има на морал појединца, јер у виртуелној стварности не носимо одговорност за последице наших акција.

Питање које се још намеће је и „Да ли ћемо пролонгираном имерзијом у виртуалну стварност у будућности ми, као врста, временом у потпуности изгубити осећај стварности, личног и друштвеног идентитета?”

Овде се поставља и питање степена критичке свести и медијске информисаности и из њих изведених капацитета за критичку процену ефекта изложености дигиталним медијима.

Препорука је да даља истраживања буду усмерена на истраживање улоге и значаја медијске писмености у освешћивању дејства технологије на наш живот као и кореспондирајући значај поновног стицања критичког простора који би нам повратио слободу одлучивања. Једино кроз високи степен медијске писмености можемо бити оспособљени да критички сагледамо свој однос и изложеност технологији и упитамо себе да ли су релатизоване вредности посредоване технологијом заиста вредности које желимо да препознамо као своје и њима се руководимо у вођењу и обликовању свог живота. Преиспитивање система вредности у којем суделујемо и са којим контекстуално ступамо у контакт када боравимо у сајбер простору неминовно доводи до преиспитивања границе до које желимо да идемо у давању прећутне сагласности. Уколико технолошка или сајбер култура не рефлектује вредности са којима се идентификујемо, неопходно је да те вредности, као и сопствени прећутни консензус доведемо у питање али и да разумемо да имамо моћ као и обавезу према сопственом интегритету и идентитету да дату културу реконструишемо у ону која ће квалитетније рефлектовати вредности друштва у којем желимо да живимо.

У „Волдену“, Хенри Дејвид Торо (Henry David Thoreau) управо поставља слично питање „где сам живео и за шта сам живео“ доводећи у везу локацију живљења са вредношћу истог.¹⁷² Јер где живимо узајамно је зависно са нашим животним вредностима и напослетку са самим нашим идентитетом: ониме што јесмо, што смо постали. Ако у Тороовој интерпетацији за место узмемо сајбер простор, виртуелну реланост или у општем смислу, симулацију, које онда вредности живота у овом симулираном и физички непостојећем

¹⁷² Thoreau, D., H. (2014): *Walden*, CreateSpace Independent Publishing Platform.

простору следе? Као становници сајбер простора, на којој локацији ми живимо своје животе и у односу на које вредности?

Да је Шекспир (William Shakespeare) којим случајем и данас жив, да ли би са истом сигурношћу могао, посредством свог најчувенијег лика, данског принца Хамлета из истоимене драме, под претпоставком да технологију схватимо као мембрану у смислу Меклуанове интерпретије, односно „орахову љуску“ из стихова који следе, да тврди:

*„Мојао бих бији зајочен и у ораховој љусци,
а ипак смајраји себе краљем бескрајној иростора“¹⁷³*

Потенцијално поље развоја новог интерфејса између човека и рачунара посебно у домену „неурофидбека“ (neural feedback), с обзиром на то да постоје нове технологије ЕЕГ читавања које су доступне широкој популацији и које могу у реалном времену да врше детекцију директне корелације ЕЕГ читавања и психоафективних стања¹⁷⁴ препорука се односи на препознавање потенцијала искоришћења технологије саме да донесе разрешење проблемима које је сама узроковала, по принципу „Нека ти отров буде лек“.

Овај потенцијал састоји се у томе што се отвара могућност да појединци, умрежени у нову врсту социјалне мреже, могу уместо лажног и фабрикованог селфа „слике“ засноване на тренутно конструисаном идентитету, по први пут посредством технологије да стекну увид у своја истинска психоафективна стања у реалном времену и комуницирају иста кроз интерфејс и софтверску платформу која би омогућила један потпунији модалитет комуникације. Овај модалитет комуникације пружио би могућност корисницима да уђу у интеракцију и кокреацију на много хуманијем нивоу истинског, „трајног“ селфа. Овакав тип интеракције подржао би бољи индивидуални увид у сопствена психоафективна стања као и могућност

¹⁷³ Shakespeare, W., (1992 ed.): *Hamlet*, Dover Publications; Reprint edition page 11, act 2 scene 2.

¹⁷⁴ Више о томе на: <https://www.emotiv.com>.

квалитетне комуникације која се не би задржала на комуникативној размени на нивоу лажног идеализованог селфа.

Нада аутора ове монографије јесте да технологија може пружити одговор на проблем који тренутно представља и да ће тај одговор помоћи да се актуелно заступљене културе изолације и заборава поново врате свом претходном облику који је у функцији одржања наше људскости, наше баштине и нашег идентитета: култури сећања.

SUMMARY

Today, there is an increasing number of authors, social critics and bloggers in the field of technology who equate technological progress with human evolution and who, like Don Trescott, see the delegation of memory and information as an evolutionary shift and unburdening of human capacity, where 'less' is actually 'more'. In this context, a sign of equality has been established between biological memory and 'uploading' data to silicon media, and the memorizing process itself is considered unnecessary.

This is exactly the point where, due to the lack of complete information about the consequences of the delegation of memory, which is investigated, and therefore the lack of critical awareness in decision making on the extent of 'exposure' and 'adequate usage' of digital media, we are passively surrendering to, giving a tacit consent to the delegation of our own humanity. Because memory, it is our very selves, our capacity to be human and preserve our identity. If our memory becomes obsolete, then the same will happen to our humanity, delegated to a transhumanist future, in which there will be no place for identity, culture, emotion, empathy, deep understanding and reflection. Is that a world we really want to live in? No action is also an action with its own consequences, and passive surrender to the technological current, without the development of critical awareness, will surely lead us down the path of technological singularity, where we will cease to be human in the true sense of the word, and will run directly into the dehumanized-android hell of simulated humanity under the banner of technological progress and virtual reality. It is a place where everything is possible with the erased boundaries between personal and collective, cultural and fictitious identity (image), between the real world and augmented/ virtual realities, in the reflection of what Lucien Lévy-Bruhl called 'mystical participation'.

What makes us human are values that cannot be digitized, subjectively colored memories and events that cannot be transferred into the binary code of electronic media, our emotions, conceptualizations, attitudes and empathy. The greater our uncritical exposure to digital media, the more we delegate and leave our mental processes and activities to computers, the more we lose our humanity, because the price we pay is precisely these human qualities and values that distinguish us from the machines.

The price we pay for using today's technology is nowhere highlighted. Its seductiveness, its easy availability and the distorted media image of technology as „man's partner or a catalyst“ in evolution have contributed to the massive, geometrically progressive use of technology in all spheres of our lives: from daily logistics, paying for parking, business, to private life, social interactions, communication and entertainment. There is no sphere of human life that has not become imbued with technology and networking, delegated to a virtual, online world of constant availability. The consequence of this and the price we don't know we are paying is alienation, because by amplifying the part of us that processes a large amount of information with the help of online browsers, we simultaneously numb our most intimate, personal human qualities: perception, memory, reason, emotions.

McLuhan was aware that this alienation was an inevitable consequence of the use of technology. He went so far as to call the resulting process of technological exposure by the self-coined term „auto-amputation“. Whenever we use a tool to control the world to a greater extent, our relationship with the world and ourselves changes. Just as nature and natural elements (fire and water) are not our enemies per se, the same can be said for technology. However, in addition to all the advantages that technology brings, it is necessary to develop a critical awareness of what, on the other hand, is lost by our acceptance of its use. Of crucial importance to our survival as a species that thinks, empathically feels itself and others, and meaningfully belongs to the community is maintaining an inner critical attitude that constantly monitors our use and exposure to technology, with the present awareness of its feedback effect on us.

Research has shown that virtual reality deconstructs the identity of the real world. This 'relativization of the real' directly contributes to the identity crisis, through excessive sensory stimulation of virtual worlds, in relation to which our reality becomes 'pale and washed out'. As in the case of heroin addicts accustomed to the intense stimulation of dopamine receptors in the brain that no event in real life can produce, so long-term exposure to virtual worlds contributes to the perception of everyday life as boring and depressing, without a critical amount of stimuli that, as the digital equivalent of heroin, or 'digital heroin', provides.

Modern life, from new information technology to how and where we live, offers a whole host of new stimuli that compete for attention in the brain. The consequence of this is a reduction in our ability to maintain constant, deep attention, which is a contributing factor to the chronic stress state of the brain. Over time, this kind of stress, reduces our cognitive abilities and damages memory cells.

We can rightly question whether the virtual world and digital technology represent a kind of escapist paradise in which we hide from the real world that we avoid facing. In an online utopia, are we actually putting our real lives offline to replace them with a simulation that provides instant gratification without any effort on our part? It is important to point out the inhibitory effect that virtual reality has on individual morale, because in virtual reality we are not responsible for the consequences of our actions.

The question that still arises is „Will we, as a species, completely lose the sense of reality, personal and social identity in the future, due to the prolonged immersion in virtual reality?“ The second important question is related to the degree of critical awareness and media awareness as well as the capacity derived from them for a critical assessment of the effect of exposure to digital media.

Further research should be focused on researching the role and importance of media literacy in raising awareness of the impact of technology on our lives, as well as the corresponding importance of regaining a critical space that would restore our freedom of decision. Only through a high degree of media literacy can we be able to critically look at our relationship and exposure to technology and ask ourselves

if the relativized values mediated by technology are really the values we want to recognize as our own and be guided by them in leading and shaping our lives.

Re-examining the value system we participate in and contextually come into contact with when we are in the cyberspace, inevitably leads to re-examining the limit to which we want to go in giving tacit consent. If the technological or cyber culture does not reflect the values with which we identify, it is necessary to question those values, as well as our own tacit consent, but also to understand that we have the power as well as the obligation to our own integrity and identity to reconstruct the given culture into one that will better reflect the values of the society in which we want to live.

Because where we live is mutually dependent on our life's values and, ultimately, on our very identity: what we are, what we have become. If in Thoreau's interpretation we take the cyberspace, virtual reality or, in a general sense, simulation, as a place, then what are the values of life in this simulated and physically non-existent space? As inhabitants of cyberspace, in which location do we live our lives and in relation to what values?

The recommendation for further research also refers to the recognition of the potential of using technology itself to bring resolution to the problems it caused, according to the principle 'Let your poison be your medicine.' This potential consists in opening up the possibility that individuals, networked in a new type of social network, can, instead of a false and fabricated self 'image' based on a virtually constructed identity, for the first time through neuro science and corresponding technology, also gain crucial insight into their true psycho-affective states in real time and communicate them through a novelty interface and software platform that would enable a more complete modality of communication. This modality of communication would provide an opportunity for users to interact and co-create on a much more humane level a true, 'more permanent' self. This type of interaction would support better individual insight into one's own psycho-affective states as well as the possibility of quality communication that would not be limited to communicative exchange at the level of a false idealized self.

The hope of the author of this monograph is that technology will be able to provide an answer to the problem it is currently posing, and that this answer will help support the currently present cultures of isolation and oblivion to transition back to their previous form, which serves the preservation of our humanity, our heritage and our identity: the culture of remembrance.

ЛИТЕРАТУРА

1. Aardema, F. (2006). Effects of virtual reality on presence and dissociative experience, *CyberPsychology & Behavior*, https://www.researchgate.net/publication/278206370_Effects_of_virtual_reality_on_presence_and_dissociative_experience.
2. Avruch, K. (1998). *Culture and Conflict Resolution*. Washington DC: United States Institute of Peace Press.
3. Anderson, Benedict (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
4. Assmann, J. (1995). Collective Memory and Cultural Identity, *New German Critique*, No. 65, *Cultural History/Cultural Studies* (Spring - Summer, 1995), pp. 125-133: *New German Critique*. http://kulturapamieci.pl/wpcontent/pliki/literatura08/assman_collective_memory.pdf.
5. Axelrod, R., Ford, G., Riolo, R., Cohen, M. (2002). Beyond Geography: Cooperation with Persistent Links in the Absence of Clustered Neighborhoods, *Personality and Social Psychology Review* 2002, Vol. 6, No. 4, 341–346: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. <http://www.personal.umich.edu/~axe/research/BeyondGeography.pdf>.
6. Bal, Fransis (1997). *Moć medija: mandarin i trgovac*, Beograd: Clio.
7. Baltezarević, B., Baltezarević, R. & Baltezarević, V. (2018). Culture in new media times. *Informatologia*, 51 (3-4), 200-205.
8. Baltezarevic, B., Baltezarevic, R., Milutinovic, O. (2020). *The Art of Communication in the Virtual World-The Challenges of the Modern Age*. Saarbrücken, Germany: Lap Lambert Academic Publishing member of Omniscryptum Publishing Group.
9. Baltezarević, B. (2022). Potreba i ograničenja medijske pismenosti i kritičkog mišljenja u dobu nadzornog kapitalizma. *Megatrend revija*, Vol. 19, № 1, 2022: 283-292.
10. Baltezarevic, R., Baltezarevic, B., Kwiatek, P., Baltezarevic, V. (2019). The Impact of Virtual Communities on Cultural Identity, *Symposion*, 5(1) May 2019.

11. Baltezarevic, R., Baltezarevic, B., Baltezarevic, V. (2020). *New Media in Contemporary Society-New Rules of the Game*. Saarbrücken, Germany: Lap Lambert Academic Publishing member of Omniscriptum Publishing Group.
12. Bell, D. and Kennedy, B. (2000). *The Cybercultures Reader*. London: Routledge.
13. Benjamin, W. (1936). The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction. <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/benjamin.htm>.
14. Boyer, P. and Wertsch, V. J. (2009). *Memory in Mind and Culture*, New York, Cambridge University Press.
15. Brigs Asa, Berk Piter, (2006). *Društvena istorija medija*, Beograd: Clio.
16. Baudrillard, J. (1988). *Selected writings*. Cambridge, UK: Polity.
17. Virgil C. Gheorghiu (1950). *The Twenty-Fifth Hour*, New York: Alfred A. Knoph.
18. Virilio, Pol (2000). *Informatička bomba*. Novi Sad: Svetovi.
19. Vossen, Gottfried and Stephan Hagemann (2007). *Unleashing Web 2.0: From Concepts to Creativity*. NY: Morgan Kaufmann.
20. Gibson, William, (1995). *Neuromancer: UK: Harper Voyager*, 1st edition (July 1, 1984).
21. Goethe, J.W. (2014). *Faust*, CreateSpace: Independent Publishing Platform.
22. Crang, M. (2000). Public Space, Urban Space and Electronic Space: Would the Real City Please Stand Up? *Urban Studies*, Vol. 37, No.2. https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30921170/crang.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1506949410&Signature=MoA8X7ntENcH4h9ex3xhTIpymt4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPublic_space_urban_space_and_electronic.pdf.
23. Damasio Antonio, Marziali Carl (2009). Nobler Instincts Take Time. <https://news.usc.edu/29206/Nobler-Instincts-Take-Time/>.
24. Damasio, A. (2010). *Self Comes to Mind: Constructing the Conscious Brain Hardcover* – Deckle Edge, Pantheon; 1 edition (November 9, 2010).
25. Derrida, J. (1981). *Positions. Trans. A. Bass*. Chicago: University of Chicago Press.
26. Dewar, James A. (1998). The information age and the printing press: looking backward to see ahead RAND Corporation. <https://www.rand.org/pubs/papers/P8014/index2.html#fn0>.
27. Erikson, E. (1994). *Identity: Youth and Crisis* (Austen Riggs Monograph), W. W. Norton & Company, New York: Norton.

28. Erlich, Yaniv. (2015). A Vision for Ubiquitous Sequencing. *Bio Rxiv*, 1–14.
29. European Commission (2017). Glossary and Acronyms (Archived): Information Society Thematic Portal. http://ec.europa.eu/information_society/tl/help/glossary/index_en.htm#c.
30. Immordino-Yang Mary Helen, McColl Andrea, Damasio Hanna and Damasio Antonio (2009). Neural Correlates of Admiration and Compassion, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106, no. 19 (May 12, 2009): 8021–26.
31. James, W., (1892). *Talks to Teachers and To Students on Some of Life's Ideas*, Boston: Henry Holt and Company. <http://www.uky.edu/~eushe2/Pajares/memory.html>.
32. Jandt, E. F (2012). *An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community*: SAGE Publications.
33. Јеванђеље по Марку 8: 34-37.
34. Jiang, Crystal L., Bazarova, Natalie N. & Hancock, Jeffrey T. (2011). Human Communication Research: International Communication Association: 58–77. <https://blogs.cornell.edu/socialmedialab/files/2014/01/2011-Jiang-Bazarova-HancockSelf-disclosure-intimacy-link-in-computer-mediated-communication.pdf>.
35. Jones, S. G. (Ed.). (1995). *Cybersociety: Computer-mediated communication and community*. Thousand Oaks, CA: Sage.
36. Joseph, Davis (2011). *Identity and Social Change*, Transaction Publishers.
37. Јунг, К., Г. (2013). *Психолошки типови*, Београд: Дерета.
38. Kandel, P.E., (2006). *In Search of Memory: The Emergence of a New Science of Mind*, New York: Norton.
39. Kar, Nikolas (2013). *Plitko. Kako internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtimo*. Smederevo: Heliks.
40. Kevin Ashton (2009). That 'Internet of Things' Thing, *RFID Journal*, 22 June 2009. <http://www.rfidjournal.com/articles/view?4986>.
41. Kellner, D (1992). Popular Culture and The Construction of Postmodern Identities, In Scott Lash & Jonathan Friedman, eds., *Modernity and Identity*, Cambridge: Blackwell.
42. Kennedy, B., Bell, D. (2008). *The Cybercultures Reader*, Routledge; 2 edition. <https://www.123rf.com/stock-photo/cyberspace.html>. <https://16815-presscdn-0-13-pagely.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2017/03/iStock-482385108.170304.jpg>.
43. Kovačević, Biljana (2013). Medijsko modelovanje kulturnog identiteta, *Sociološki diskurs*, godina 3, broj 6/decembar.

44. Koković Dragan, (2007). *Društvo i medijski izazovi: uvod u sociologiju masovnih komunikacija*, Novi Sad: Filozofski fakultet.
45. Krajina, Z. & Perišin, T. (2008). Digitalne vijesti: mediji, tehnologija i društvo. *Društvena istraživanja*, Zagreb, god. 18 (2009), br. 6 (104), str. 935-956. <http://hrcak.srce.hr/45775>.
46. .Kramer, F. D. (2009). *Cyberpower and National Security*, Washington (DC): National Defense University Press.
47. Kroeber, A. L. & Kluckhohn, C. K. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
48. Kuljić, Todor (2006). *Kultura Sećanja*, Beograd: Čigoja štampa.
49. La Gueule Ouverte (1968) May.
50. Lash, C. (1985). *The Minimal Self*, London: Pan Books.
51. LeDoux, J. (2002). *Synaptic Self: How Our Brains Become Who We Are*, New York, Penguin.
52. Lewis, R. (2002). *The Cultural Imperative: Global Trends in the 21st Century*, Yarmouth, ME: Intercultural Press.
53. Lister, N., Dovery, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New media: A critical introduction*. New York: Routledge.
54. Makner Brajan, (2006). „Tehnologija: nove tehnologije i mediji”, u: Uvod u studije medija, Beograd: Centar za razvoj interneta.
55. Kar, Nikolas, (2013). *Plitko. Kako internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtimo*. Smederevo: Heliks.
56. Marcuse, H., (1991): *One-dimensional Man: studies in ideology of advanced industrial society*, London: Routledge.
57. Mead, G.H. (1934). *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
58. Miller, D., Salter (2000). *The internet: an ethnographic approach*. Oxford: Berg.
59. Миливојевић Т. & Јовановић, Д. (2014). Техно-импресионизам – уметност ван естетике, *Криза уметности и нове уметничке праксе*, Београд: Естетичко друштво Србије.
60. Milivojević, T., Cvetkovska-Ocokoljić V. i Jovanović D: (2013), Tjelesnost i virtualnost, *"In Medias Res"*, vol.2(3) (332-349).
61. Moravec, J. (2008). Tapscott: Memorizing facts is waste of time. <https://educationfutures.com/blog/2008/12/tapscott-memorizing-facts-is-a-waste-of-time/>.
62. McLuhan, Marshall, (1964). *Understanding Media. The Extensions of Man*. United Kingdom: Routledge.

63. McLaughlin, M. L., Osborne, K. K., & Smith, C. B. (1995). *Standards of conduct on Usenet*. In S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer mediated communication and community* (pp. 90-111). Thousand Oaks, CA: Sage.
64. McLuhan, M. (2003). *Understanding media: The extensions of man* (Critical Ed., W. T. Gordon, Ed.). Corte Madera, CA: Gingko Press.
65. McQuail, Denis (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*, SAGE Publications Ltd; 6 edition (March 12, 2010).
66. Nardi, Bonnie, Steve Whittaker (2002). "The Place of Face-to-Face Communication in Distributed Work." Pamela Hinds and Sara Kiesler (eds). Pp. Chapter 4 in *Distributed Work*. Boston, Ma: MIT Press.
67. Nikodijević, D., Đukanović, J. (2014) – Ne(moć) komunikacije kulturnog nasleđa sa okruženjem – sumrak tradicije u tržišnoj i digitalnoj epohi; Zbornik radova sa međunarodnog naučnog skupa MOĆ KOMUNIKACIJE 2014. održanog 30.maja 2014.godine; organizator skupa Panevropski univerzitet APEIRON (99-109).
68. Parekh., B., (2008). *A New Politics of Identity: Political Principles for an Interdependent World*, New York: Palgrave Macmillan.
69. Paul, C. (2003). *Digital Art*. London: Thames & Hudson.
70. Poster, M. (1998): What's the Matter with the Internet, www.semanticscholar.org, <https://pdfs.semanticscholar.org/cdb8/f12c57e06e241e49fa9d21bdc4d73cdfefef.pdf>.
71. Postman, Neil (1993). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books.
72. Postman, N. (2000). The humanism of media ecology. *Proceedings of the Media Ecology Association 1*, 10-16. <http://www.media-ecology.org/publications/proceedings.html>.
73. Preece, J. (2000). *Online communities: Designing usability, supporting sociability*, Chichester, UK: John Wiley and Sons.
74. Prodnik, Jernej (2012). *Post-Fordist Communities and Cyberspace*. In H. Breslow and A. Mousoutzanis (eds.), *Cybercultures: Mediations of Community, Culture, Politics*. Rodopi: Amsterdam, New York. pp. 75–100.
75. Richard Foreman (2005). "The Pancake People, or, "The Gods Are Pounding My Head,"" Edge, March 8, 2005. https://www.edge.org/3rd_culture/foreman05/foreman05_index.html.
76. Roos, Dave (2010). "HowStuffWorks: How Chat Rooms Work". <http://computer.howstuffworks.com/internet/social-networking/information/chat-room.htm>.
77. Rush, M. (1999). *New Media in Late 20th Century Art*. London: Thames & Hudson.

78. Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. New York: Harper Perennial.
79. Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. London: MIT Press.
80. Sale, K. (1996). *Rebels Against the Future: The Luddites and Their War on the Industrial Revolution Lessons for the Computer Age*, Perseus Books.
81. Silver, D. (2000). *Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000*, University of San Francisco, originally published in *Web.studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*, edited by David Gauntlett (Oxford University Press, 2000): 19-30.
82. Silverstone, R., *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*, Cambridge: Polity Press, 2007.
83. Spencer-Oatey (2008): *Culturally Speaking, Second Edition: Culture, Communication and Politeness Theory*, Bloomsbury Academic; 2 edition (June 24, 2008).
84. Sproull, L., Kiesler, S., (1991). *Connections: New Ways of Working in the Networked Organization*, Cambridge: The MIT Press.
85. Sproull, L., Faraj, S., (1997). Atheism, sex and databases: the net as a social technology. In: Kiesler, S.,(Ed.), *Culture of the Internet*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ.
86. Stevenson Nick, (2003). *Cultural Citizenship: Cosmopolitan Questions*, England: Open University Press.
87. Steger, M.B. (2003). *Globalization – a Very Short Introduction*, Oxford: University Press.
88. Sterne, J. (1999): Thinking the Internet: Cultural Studies vs. The Millennium, *Online Journal: Doing Internet Research* (Editor: Johnes, S.). <http://sternetworks.org/ThinkingtheInternet.pdf>.
89. Shakespeare, W., (1992 ed.): *Hamlet*, Dover Publications; Reprint edition page 11, act 2 scene 2.
90. Shiah, M. (2004): *Modernism, Labour and Selfhood in British Literature and Culture, 1890-1930*, Cambridge University Press.
91. Shirky, C. (2009). *Here comes everybody: The Power of Organizing Without Organizations*, Penguin Press HC. Penguin Books; Reprint edition (February 24, 2009).
92. Schoenberger, C.R. (2002). The internet of things. *Forbes Magazine*, March 18.
93. Taiwo (Ed.), *Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction*. Hershey, PA: Idea Group Inc.

94. Terkl, Šeri, 2011. *Sami zajedno*, Beograd: Clio. The New Media Technologies: Overview and Research Framework. https://www.researchgate.net/publication/228193979_The_New_Media_Technologies_Overview_and_Research_Framework.
95. The Joint Publication (JP) 1-02, (2010). Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms https://fas.org/irp/doddir/dod/jp1_02.pdf.
96. Triandis, H. C. (2007). *Culture and psychology: A history of the study of their relationships. Handbook of cultural psychology*. New York: Guilford Press.
97. Thoreau, D., H. (2014): *Walden*, CreateSpace Independent Publishing Platform.
98. Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
99. University of Haifa (2008). "Researchers Identified a Protein Essential in Long Term Memory Consolidation: <https://medicalxpress.com/news/2008-09-protein-essential-term-memory.html>.
100. Fenerback, Jan i Brad Thompson, (1995). *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?*, on-line edition.
101. Fiske, A. (2002): Using Individualism and Collectivism to Compare Cultures—A Critique of the Validity and Measurement of the Constructs: Comment on Oyserman et al. http://cultureready.org/sites/default/files/publications/Using%20Individualism%20and%20Collectivism%20to%20Compare%20Cultures_Fiske%202002.pdf.
102. Flexner B., L., Roberts, B., R. (1967). Memory in Mice Analyzed with Antibiotics, *Science*, No. 15: p 1377–83.
103. Flew, T. (2005). *New media*. New York: Oxford University Press.
104. Foucault, M. (1970). *The Order of Things: An Archeology of Human Sciences*, New York: Vintage Books.
105. Freud, S. (2011). *Beyond the Pleasure Principle*, Canada, Ontario: Broadview Press.
106. Friedman, J. (1994): Cultural Identity and Global Process. <https://philpapers.org/rec/FRICIA-2>.
107. Frisch, M. (1959). *Homo faber: A report* (M. Bullock, Trans.). San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.
108. Halperh Kartin, Ruano-Borbalan Žan-Klod, (2009). *Identitet(i): pojedinac, grupa, društvo*, Beograd: Clio.
109. Hagel, J. and Armstrong A. (1997). *Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities*, Cambridge: Harvard Business School Press.

110. Halbwachs, M., (1922). *On Collective Memory*, Trans. Lewis A. Coser. Chicago: University of Chicago Press.
111. Hall, S. (1987). "Minimal Selves." In *The Real Me: Postmodernism and the Question of Identity*, edited by L. Appignanesi, London: Institute of Contemporary Arts.
112. Hall, S. (1990). *Cultural Identity and Diaspora*, in Rutheford, J. (ed) *Identity: Community, Culture, Difference*, London, Lawrence and Wishart.
113. Hall, S. (1992). "*The question of cultural identity*", in Hall, Stuart; Held, David; McGrew, Anthony, *Modernity and its futures*, Cambridge: Polity Press in association with the Open University.
114. Hamman, Robin, (1996). *One hour in the World Hot Tub: A Brief Ethnographic Project in Cyberspace*, on-line edition.
115. Harasim, L. (1993). *Networlds: Networks as social space*. In L. M. Harasim (Ed.), *Global networks: Computers and international communication* (pp. 2-15). Cambridge, MA: MIT Press.
116. Haraway Donna, (1990). *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, Routledge.
117. Hiltz, S.R., Wellman, B. (1997). Asynchronous learning networks as a virtual classroom. *Communications of the ACM* 40 (9), 44–49.
118. Holmes David, (2005). *Communication Theory: Media, Technology and Society*, London: Sage Publications.
119. Hofstede, G. (1991). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, London, UK: McGraw-Hill.
120. Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*, 51(1), 5-24.
121. Comaroff, J., Comaroff, J. (1992). Ethnography and the Historical Imagination, Review by: Jan Vansina, *The International Journal of African Historical Studies* Vol. 26, No. 2 (1993), Boulder, Col.: Westview Press.
122. Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
123. Chen, G. M., & Zhang, K. (2010). New media and cultural identity in the global society. In R. Taiwo (Ed.), *Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction* (pp. 801-815). Hershey, PA: Idea Group Inc.
124. Chen, G. M. (Ed.), (2000). *Communication and global society*, New York: Peter Lang Publishing Group.
125. Walther, J. B., & Burgoon, J. K. (1992). *Relational Communication in Computer Mediated Interaction. Human Communication Research*, Wiley Online Library.

126. Wellman, Barry (1979). "The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers." *American Journal of Sociology* 84 (March 1979): 1201–31.
127. Weiser, M. (1991). The Computer for the 21st Century. *Scientific American* 265. 94–104.
128. Wiener, N. (1948) *Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*. New York: John Wiley.
129. Williams, R., (1958). *Culture and Society*, London, Chatto and Windus, New York, Columbia University Press.
130. Whittaker, S., O'day, V., Issacs, E. (1997). Widening the Net: Workshop report on theory and practice of physical network and network communities, *SIGCHI Bulletin* 29, 3.
131. Whorf, B.L. (1956). *Language, thought, and reality*. Cambridge: MA: MIT Press.
132. http://parisunseen.weebly.com/uploads/3/9/6/7/39676072/9216201_orig.jpg.
133. <https://previews.123rf.com/images/dphiman/dphiman1407.jpg>
134. <https://qph.ec.quoracdn.net/main-qimg-8118fea2dac3fbc3ac60c6957643ff7c-c>.
135. https://en.wikipedia.org/wiki/On_the_Internet,_nobody_knows_you%27re_a_dog#/media/File:Internet_dog.jpg.
136. <http://communicationtheory.org/wp-content/uploads/2014/09/cultural-Identity.jpg>.
137. <http://www.gestaltreality.com/wp-content/uploads/2013/08/morpheus-red-pill-blue-pill.jpg>.
138. <https://images.techhive.com/images/article/2016/10/cyber-hand-100689826-large.jpg>.
139. <https://sites.psu.edu/cskoutelascivic/files/2017/03/actions-capitals-culture-2ibedpj.png>.
140. <https://mpumalanganews.co.za/wp-content/uploads/sites/45/2017/01/trends-6.png>.
141. <http://cdn.gameslikezone.com/wp-content/uploads/2016/08/Online-Virtual-World-Games-Like-Second-Life-Games-Similar-to-Second-Life-810x400.jpg>.
142. <http://computer.howstuffworks.com/internet/social-networking/information/chat-room.htm>.
143. http://datav6.expatsfinder.com/data/images_html/ID-10060842.jpg.
144. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/01/Phpbb_3.0_prosilver.png.

145. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/a/ab/Internet_of_Things.jpg/1200pInternet_of_Things.jpg.
146. <http://www.homelandsecuritynewswire.com/steve-ballmer-talks-fifth-computing-revolution>
147. https://www.copypress.com/blog/wp-content/uploads/2015/11/shutterstock_275780387-704x454.jpg.
148. <http://sf.co.ua/id44646>.
149. https://www.hastac.org/sites/default/files/styles/main/public/upload/images/forum/matrix_0.jpg?itok=EmpA6IK7.
150. http://dotcomplicated.co/content/wp-content/uploads/shutterstock_126022781_1.jpg.
151. <http://sf.co.ua/id44646>.
152. <https://www.emotiv.com>
153. <http://rs.n1info.com/a244162/Lifestyle/Zdravlje/Zavisnost-od-drustvenih-mreza-jaca-nego-od-droge-i-alkohola.html>

ИНДЕКС ПОЈМОВА

- виртуелне заједнице 9–10, 26, 35, 37–41.
- глобализација 15, 89, 107–110.
- деконструкција 9–10, 12, 83, 97.
- дигитализација 7, 12, 15–16, 30, 48, 80–81, 101.
- друштво 7, 10–12, 17, 30, 37, 51–53, 57, 66, 81, 85, 87, 92–95, 100–101, 107–110, 113, 118.
- идентитет 11–12, 26, 30, 57, 64–65, 70, 73–74, 81, 85–95, 100–102, 113, 115, 120.
- интернет 8, 16, 20, 25, 29–33, 39–42, 45, 50, 52–55, 57–58, 67–68, 70, 73–76, 80, 95–96, 98, 101–102, 106, 115.
- комуникација 7, 9–10, 12, 19–20, 23, 25, 28, 31, 38, 41–43, 46–50, 53–54, 57, 76, 78–79, 89, 97, 115, 119–120.
- култура 8–12, 17, 20, 23, 46, 48, 56–57, 59, 61–66, 68, 70, 74, 76–77, 79–81, 87, 89, 90–91, 94, 97, 101, 103, 105–106, 109, 113, 120.
- културни идентитет 7, 9–12, 83, 85–93, 100, 107, 109.
- култура сећања 10–11, 59, 77, 79, 93, 100, 120.
- култура заборављања 12, 48, 59, 77, 101.
- медији 9–10, 13, 15–28, 30–33, 37, 47, 51–52, 58, 74, 79–80, 93, 95, 97, 101–110, 113–115, 118.
- појединац 7, 9–12, 30, 37, 48, 52, 64–65, 68, 78, 80–81, 83, 85, 90, 93, 95, 97, 100–101, 117, 119.
- сајбер култура 8, 20, 59, 66–68, 70–72, 74–76, 118.
- сајбер простор 8, 20, 26, 54–58, 66–67, 69–75, 101, 104, 106, 109, 118–119.
- селф 57, 81–82, 86–88, 90–91, 93, 96, 102, 117, 119–120.
- социјалне мреже 8, 31–32, 45, 48, 64, 75–76, 93, 107, 119.
- технологија 7–10, 12, 16–20, 22–23, 25–28, 30–31, 33, 41, 47–48, 50–53, 55, 57, 61, 64, 67, 73, 75–76, 81–82, 93, 101–107, 113, 115–120.

CIP – Каталогизација у публикацији –
Народна библиотека Србије, Београд

316.774:621.39

316.32:004

БАЛТЕЗАРЕВИЋ, Боривоје, 1976-

Деконструкција културног идентитета у сусрету са новим медијима / Боривоје Балтезаревић. - Приштина [тј.] Лепосавић : Институт за српску културу, 2023 (Пирот : Pi-press). - 136 стр. : илустр. ; 24 cm

Тираж 150. - Напомене и библиографске референце уз текст. - Библиографија: стр. 127-136. - Summary. - Регистар.

ISBN 978-86-89025-88-0

а) Дигитални медији

б) Информационо друштво -- Култура

COBISS.SR-ID 117974793

