

AUDIOSOLIPSIZAM. KAKO SE IZOLOVATI OD SVETA POSREDSTVOM SLUŠALICA

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

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

1.

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

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

da je to dovelo čak do formiranja posebnog vida estetike – tzv. *repcionističke* estetike. Estetski doživljaj recipijenta upotpunjuje proces od inspiracije i motivacije umetnika preko koncepcije i razrade strukture dela do njegovog konačnog završetka i prezentovanja potencijalnoj publici.² Ove tendencije unutar umetnosti i estetike mogu se povezati sa opštim trendom individualizacije (onoga što je nemački sociolog i filozof Georg Zimmel (Georg Simmel) podveo pod formulu „individualnog zakona” (upor. Simmel 1987)) koji počinje da dominira unutar moderne kulture, dok u okviru one postmoderne³ poprima neslućene razmere – a celoj priči se ne nazire kraj. Trend individualizma ima svoje nakaradno naličje: kult *narcizma* kao stilizacija sopstva, posebno razvijen u današnjem multimedijalnom dobu. Na tragu tog trenda autor je na drugom mestu razvio tezu o *autoestetičkom* čoveku (*homo autoaestheticus*) (upor. Smiljanić 2017). Ovaj prilog u izvesnom smislu predstavlja nastavak prethodno preduzetih razmatranja. U stvari, ovde treba razmotriti jedan aspekt odnosa individue prema svetu dok ona uživa u sebi, odnosno u estetskom doživljaju kojem se ekstatično predaje.

2.

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

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

³ Zanimarimo i ovde razlike između te dve kulture.

да се тек кроз дело показује или открива свет. Hajdeger свет одређује као нешто „nepredmetno kojem smo potčinjeni sve dok nas putevi rođenja i smrti, blagoslova i prokletstva drže premeštene u bivstvovanje” (upor. Isto: 30), a „[č]im se svet otvori, sve stvari bivaju bliske i daleke, dugotrajne i kratkotrajne, uske i široke” (Isto). То је димензија што је открива разматрање делског бића самог дела – она друга се састоји у „sastavljanju zemlje”: „Delo pomera samu zemlju u ono-otvoreno sveta i tu je drži. Delo pušta zemlju da bude zemlja” (Isto: 31). Земља симболички репрезентује материју у коју себе дело „stavlja natrag”, како би та материја у самом делу дошла до свог правог изражаја („masivnost” и „težina” kamena, „čvrstina” и „savitljivost” drveta, „tvrdoca” и „sjaј” metala, „svetljenje” и „tamnjenje” boje, „zvučanje” tona и „imenujuća moć” reči (upor. na istom mestu)). Свет и земља нису два супротна пола, већ се прожимају, а управо захваљујућу делу, они долазе у продуктивни sukob jedno s drugim, али не тако да се међусобно negiraju, већ да међусобно „uzdižu” jedno drugo. „Postavljajući svet i sastavljajući zemlju, delo izaziva taj sukob” (Isto: 34). Sledeći korak u Hajdegerovoj argumentaciji jeste da se pokaže kako je „u umetničkom delu istina postavljena u delo” (upor. na istom mestu). Али тај прелаз на аleteиолошка разматрања нас овде не треба да занима. Важније је да се усредредимо на *svetopostavljачки* карактер уметничког дела и да га мало детаљније појаснимо.

Уметничко дело поставља свет – а ми ћемо то допунити: поставља га наспрам нас (namerno ne kažem „za nas”, jer bi to bilo protivno Hajdegerovoj intenciji – njega ne interesuje perspektiva recepcije umetničkog dela). Или можда bolje: као оно усред чега бивствујемо. Звучи једне симфоније припадају акустичкој сфери света – слушајући то музичко дело, ми доживљавамо звучност света, могућност да се појединачни звучи сједине у композицији и на тај начин оставе одређен естетски утисак у нама. Наравно, оно од чега би се Hajdeger distancirao bila bi svaka subjektivistička или semantička konotacija recepcije umetnosti: njega ne interesuje šta subjekt „doživljava” u sebi tokom muzike, a ne zanima ga ni da li to delo nešto posebno „znači”. Али зар не припадају свету и естетски доживљјати и естетска значења? Према Hajdegeru, вероватно не – или само у оној мери у којој своје извориште имају у „delskom biću” dela.

Међутим, има мислilaca који би ревидирали или проширили опсег појма света: Karl R. Popper (Karl R. Popper) pretpostavlja da pored „prvog sveta”, sveta materijalnih stvari, bića i procesa, postoji и „drugi svet”, svet psihičkih doživljaja, pa čak и „treći svet”, svet apstraktnih entiteta (jezik, sadržaj misli, teorije и sl.).⁴ Према тој концепцији, естетске доживљјаве бисмо могли сврстати у други, а естетска значења у трећи свет. У том смислу би слушање једне музичке

4 Upor. o teoriji trećeg sveta posebno Popper 2002: 101–114, 143–150.

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

Nezavisno od toga da li ćemo se držati postojanja jednog „monolitnog” sveta ili pretpostaviti da postoje dva ili tri sveta – ili pak otići u još veću krajnost i postulirati postojanje bezbroj svetova⁷ – umetničko delo nam *otvara* taj svet, odnosno te svetove. Predajući se samom delu (svejedno da li njegovom bivstvovanju, njegovim značenjima ili našim doživljajima tog dela), otvara nam se svet; preko umetničkog dela se povezujemo s njim (ili jačamo već postojeću vezu) – štaviše, *sámo* delo postaje naša veza sa svetom.

3.

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

⁵ Navedene skraćenice odnose se na vrstu sveta – S_1 znači „prvi svet” itd.

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

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

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

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

4.

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

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

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

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

5.

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

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

⁹ Upor. kratko o Gajgerovom pristupu: Smiljanić 2017: 248–252.

¹⁰ Sve citate iz Gajgerovih tekstova preveo je autor rada.

¹¹ Upor. Geiger 1928: 43–66.

у kontemplaciji istinskog užitka postaje dostupno vrednosno jezgro umetničkog dela.

Kako bismo označili takvu vrstu povlačenja у себе, kada се uživa у акустичким доживљајима – без обзира на то да ли су они изразито естетског или само pseudoestetskog karaktera – možemo се користити neologizmom *audiosolipsizam*. Današnji *audiosolipsista* simulira ekstazu dok га стимулише njegova omiljena muzika или neki други auditivni sadržaj. Varirajući Gajgerovu misao, mogli bismo reći да takav слушалац музике не uživa у самој музици него пре у свом индивидуалном доживљају музике. Али тако му измиће (vrednosna) суштина музичког дела, он остаје само на његовој површини, не удубљујући се у његову структуру. Музичка уметност тако постаје пуким стимулансом надуведеног ега данашњег конзумента уместо да се его (sopstvo) подреди ејдетском искуству, како бисмо то феноменолошки изразили. И Gajger је својевремено био свестан да је управо слушалац музике посебно пријемчив за површинска дејства уметности и да лако запада у (како ћемо још видети – привидну) екстazu и предаје се сопственим sentimentима и raspoloženјима. „Ni у једној уметности diletantizam unutrašnje koncentrisanog доживљаја не слави такве оргије као у *muzici*” (Gajger 1928: 18). Gajgerov opis музичког diletantizma је упечатљив: „Šta друго осим уметничке raspuštenosti у unutrašnјој koncentraciji traži велики postotak laika од музике, šta им је друго simfonija до sredstvo да uživaju у сопственим osećanjима. Otkrivaju их njihove zamagljene очи, njihov *ekstatičko* (kurziv naš) neјasan pogled. Muzika им је облик predavanja, neka vrsta opijata. Sámо уметничко дело, njegova грађа, njegov tematski preobražaj, harmonijski sklop, ništa им не значи. Они жеље да их носи занјихај tonova, жеље да dospeју у raspoloženје у којем се може sanjariti” (Isto).

Poređenje са ekstazom nije slučajno – и у audiosolipsističkom доживљају имamo посла с губитком сопственог јаства у osećanjима и raspoloženјима, у pseudoestetskom užitku. Kod audiosolipsističkog доживљаја možemo да препознамо како elemente ekstaze, тако и elemente transa:¹² telo audiosolipsiste može бити и nepomično и у pokretu; слушалице му služe да се izолује од okoline, али он može да pojačava zvuk uređaja за музичку reprodukciju,

¹² Francuski etnomuzikolog Žilber Ruže (Gilbert Rouget) pravi razliku između *ekstaze* и *transa* као различитих граничних psihofizičkih stanја – као obeležја prvog navodi: nepomičnost, тишину, samoću, nedostatak krize, lišavanje од чулности, живо сећање и појаву halucinacija; као obeležја onog drugog: kretanje, buku, društvo, појаву krize, nadraženost чула, amneziju и nedostatak halucinacija. Ruže је свестан да može doći до prožimanја ovih stanја: „Ekstaza и trans moraju се [...] posmatrati као kontinuum на којем је svako од ovih stanја по један pol, а polovi су povezani nizom neprekinutih prelaznih stanја, тако да је ponekad teško одreditи да ли се nalazimo pred ekstazom или transom” (Ruže 1994: 25).

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

6.

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

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

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

7.

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

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

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

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

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

¹⁵ Zamislimo u vidu nekog misaonog eksperimenta mogući muzički koncert na kojem bi više

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

LITERATURA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ELEKTRONSKI IZVOR

[https://www.amazon.de/Headphones-ignore-World-shirt-T-Shirt/dp/
B07SGS9D86](https://www.amazon.de/Headphones-ignore-World-shirt-T-Shirt/dp/B07SGS9D86)

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

AUDIOSOLIPSISMUS. WIE MAN SICH MITTELS KOPFHÖRER VON DER WELT ISOLIERT

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

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

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

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