

MEDIJI, USAMLJENOST, OTUĐENJE

Mami i tati, s poštovanjem i ljubavlju

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

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

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

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

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

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

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

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

³ Isto.

⁴ Isto.

⁵ Isto.

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

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

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

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

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

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

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

ne samo delokrug komunikacija, već i celokupnu sferu rada (te oblika eksploatacije u proizvodnom procesu), što je specifikum našeg doba. Sveopšta digitalizacija ponudila je, naime, „preko potrebnu zamenu za neupečno iskustvo iz stvarnog života” (prevod – D. V.),⁸ što se odnosi kako na svet digitalnog rada⁹, tako i na pitanja eksploatacije, te oblike otuđenja i usamljenosti koji su derivati digitalizovanja života. U terminološko-pojmovnoj vezi s digitalnim radom jeste i rad-igra (*play labour*), koji još neposrednije referira na originalnu teoriju rada, eksploatacije i otuđenja¹⁰ o kojoj je ovde reč.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

¹² Isto, poglavlje „Bekstvo od svega”, i dalje; od str. 125.

za usamljivanje, sagledano unutar opšte paradigme američkog potrošačkog društva.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

¹⁸ Isto, str. 129.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

²¹ Isto

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

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

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

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

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

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

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

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

²³ Vid. članak: Eran Fisher, “How Less Alienation Creates More Exploitation? Audience Labour on Social Network”, *TripleC*, 10(2), May 2012, na stranici: https://www.researchgate.net/publication/266168521_How_Less_Alienation_Creates_More_Exploitation_Audience_Labour_on_Social_Network_Sites, pristupljeno: 24. 6. 2020.

LITERATURA

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

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

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

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

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

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

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

Eran Fisher, How Less Alienation Creates More Exploitation? Audience Labour on Social Network, *TripleC*, 10(2), May 2012, na stranici: https://www.researchgate.net/publication/266168521_How_Less_Alienation_Creates_More_Exploitation_Audience_Labour_on_Social_Network_Sites.

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

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

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

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

Divna Vuksanović

University of Arts in Belgrade

Faculty of Dramatic Arts

Department for Theory and History

MEDIA, LONELINESS, ALIENATION

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

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