

Јелена Јоцић

УДК 07:316.472.4]:364.624.4

Универзитет у Нишу

Филозофски факултет

Департаман за комунологију и новинарство

## „ГЛОБАЛНИ ЕКРАН – НАВИГАТОР ЖИВОТА УСАМЉЕНЕ ГОМИЛЕ”

*Ајсџракџи*: Маклуанова визија о свету као „глобалном селу” постала је наша реалност и свакодневица. Он појаву глобалног села види као својеврсни повратак аудио-тактилној култури и поновном успостављању органске заједнице и у оквиру ње колективног идентитета који има племенску базу. Спајање модерне технологије комуницирања са предмодерним обрасцем друштвености ставља акценат на њен паланачки карактер, а не на глобалну интеракцију. Становник глобалног села живи у затвореном свету, сличном свету паланке, у којој догађаје преносе они који их и креирају, сами сељани, што се може уочити на примеру друштвених мрежа: приповедачи се смењују, али приче се понављају јер их повезује иста нит – настојање да се остави траг у виртуелној реалности.

Наступило је време глобалног екрана доступног у сваком моменту и на сваком месту. Као последица успона глобалног екрана јавља се глобална изолација. Овај феномен је забележен у земљама широм света. Карактерише га нови облик индивидуализма на почетку новог миленијума и директно је повезан са настанком најмлађег медија који мења начин на који мислимо и доживљамо свет око себе. Заводљиви екран задире у све домене људске активности, од економског до свакодневног живота, укидајући границе између реалног и имагинарног. Он је толико присутан у нашим животима да смо пропустили да приметимо да је наш слуга заправо још (о)давно постао наш господар.

Трагика савременог појединца огледа се у томе што је дуго носио маску која је скривала његов идентитет и праве намере, на балу које друштво приређује. Док пир траје, он игра своју улогу, која му допушта да бар за време забаве заборави на сопствено биће. Али, авај, трагика и јесте у томе што се овај бал никада не завршава, само се мењају музика и костими, у складу са променом епоха, и он све више тоне у апатију, равнодушност и незнање, све док не заборави на сопствено постојање. У времену изгубљених илузија, свако живи своју самоћу.

*Кључне речи*: глобални екран, медији и самоћа, глобално село, друштвене мреже, виртуелна реалност.

## УВОД

Савремени свет и модерна достигнућа условили су распад традиционалних друштвених односа који су појединцу пружали сигурност у оквиру заједнице и осудили га на самоћу. Отуђен и прогнан, савремени појединац трага за друштвеним односима који представљају сурогат оним некадашњим, древним, одбаченим.

Централна тема рада је бекство од отуђености којем је савремени појединац из дана у дан све више изложен, посредством виртуелне реалности. Култура безнађа свеопште је присутна међу генерацијом „дигиталних урођеника” – појам којим Николас Негропонт (Nicholas Negroponte) у делу *Биџи дигиталан* из 1988. означава нараштаје одрасле у дигиталном добу. Ово се најочитије показује на примеру такозваног тренда селфи културе. У жељи да изграде идентитет у виртуелној реалности и посредством симболичке комуникације буду најпре потврђени као личности, а затим и прихваћени у заједници, не размишљају о могућим кобним последицама. У параленој стварности појединац вреди сразмено броју лајкова на друштвеним мрежама. С обзиром на то да вредносна скала варира у односу на број свиђања, појединац или савремени експонат на који је сведен мора бити аутентичан, другачији, смелији од других не би ли га заједница вредновала и/или наградила још једним „подигнутим палцем”.

## НОВО МЕДИЈСКО РАЗДОБЉЕ

Још је Маклуан (Marshall McLuhan, 1971) истакао да нас сваки медиј мења. Ново медијско раздобље изменило је наше животе из корена. Развој савременог друштва карактерише стварање нових друштвених односа који су све више централизовани на појединца, због чега долази до све индивидуалнијих форми друштвеног живота. Роберт Патнам (Robert Putnam) у студији *Кулаџи сам*, 2008. године, испитује како конкретан медиј утиче на промену нашег обрасца друштвености. Он истиче да је крајем прошлог века постепено спајање масовних телекомуникација и забавних индустрија постало основа за ново електронско раздобље. Најзначајнија су два ефекта која су се јавила као последица ове симбиозе. Први аспект се односи на индивидуализацију садржаја: 2000. године савремена технологија нам је омогућила да слушамо оно што желимо, када то желимо и где то желимо. Друго, електронска технологија нам омогућава да ову врсту забаве конзумирамо потпуно сами.

Због чега смо онда толико усамљени – питање је које поставља Шери Теркл (Sherry Turkle) у студији *Сами заједно*, 2010. Она уводи термин „модерна Златокоса”, користећи као предложак познату Гримову бајку да означи социјалну дистанцу међу људима. „Свет је сад пун модерних Златокоса, људи које налазе удобност у мноштву контаката са особама које истовремено држе на одстојању” (Теркл 2010: 40). Парадоксално, док се трудимо да одржимо физичку дистанцу са другима, све више тонемо у усамљеност и утеху тражимо у комуникацији која се одвија путем екрана. „Јер, свака култура изграђује свој модел човека (и појма ‘ја’), а сваки појединац ствара своју представу о ‘другом’ на основу које упоставља комуникацију са другима” (Голубовић 1995: 41).

Аутори студије посвећене интернету (Липовецки, Сероа 2013) запајају да је наступило време цивилизације екрана, која *homo sapiens*-а трансформише у *homo esranus*-а, творевину која је и сама срасла са екраном. Развој ове цивилизације настаје појавом и развојем електронских медија, а кулминира настанком интернета. Интернет постаје виртуелни свет који постоји упоредо са реалним и који настајују реални људи. Тренутачност, интерактивност, бескрајна доступност садржаја на дохват миша, много аспеката који рађају ову заводљивост описују нову моћ екрана уздигнуту у општу спону: радити и играти се на екрану, комуницирати, информисати се кроз екран. Лев Манович (Lev Manovich) је у тексту „Археологија компјутерског екрана” (1996) описао еру у којој се ми данас налазимо речима „[...] Ми још увек гледамо у равну правоугаону површину која се налази у простору нашег тела и која делује као прозор у други простор” (Ћаловић 2009, према: Манович 1996: 33).

Заводљиви екран задире у све домене људске активности, од економског до свакодневног живота, укидајући границе између реалног и имагинарног. „Наиме, гледањем у екран посматрач доживљава илузију пловидбе кроз виртуелне просторе, физичког простора на неком другом месту [...] Реч је о вековима развијаној технологији да се правоугаона површина постављена на извесној удаљености од очију прихвати као погодна за презентацију визуелних информација” (Ћаловић 2009: 123). Заводљиви екран има и своју мрачну страну: оног тренутка када поставне уточниште социјалним избеглицама, додир са реалним животом се губи и нестаје у сфери имагинарног. „Несигурни у своје односе и анксиозни у погледу интимности, ових дана у технологији и уједно тражимо начине да ступимо у односе и да се од њих заштитимо. [...] Плашимо се ризика и разочарења која са собом носи однос са другим људима. Очекујемо више од технологије, а мање једни од других” (Теркл 2010: 13).

## ГЛОБАЛНО СЕЛО ИЛИ ПАЛАНКА

Становник глобалног села живи у затвореном свету, сличном свету паланке, у којој догађаје преносе они који их и креирају, сами сељани, што се може уочити на примеру друштвених мрежа. Ерих Фром (*Erich Fromm*) у *Умећу живљења* пише: „Можда најпразније приче потичу из потребе да се прича о себи; отуда и бескрајне теме о здрављу и болести, деци, путовањима, успесима, шта је ко радио, и безбројним појединостима свакидашњице за које се чини да су важне. Причање постаје овисност. Док причам знам да постојим, да сам неко да има прошлост, посао, породицу.” Савремени човек постоји у стварности једино ако остави траг у виртуелном свету: кроз причу о себи потврђује сопствено постајање. Фром истиче да списатељ ствара илузију дијалога док се ту у ствари одвија монолог. Савремени појединац је отуђен и несрећан, те спас тражи у виртуелној реалности. Дигитална платформа се отуда може упоредити са позоришном сценом; након сваког одиграног чина глумац, у овом случају савремени појединац, мења костиме и смишља нове скичеве не би ли задивио публику у циљу громогласнијег аплауза. „Изнова стварамо себе као онлајн персоне и додељујемо себи нова тела, домове, послове и љубавне односе. Ипак се наједном у полумраку виртуелне заједнице можемо осетити потпуно усамљени. Док дистрибуирамо себе, могло би нам се догодити да напустимо себе” (Теркл 2010: 35). Када се завесе спусте и публика напусти салу, он остаје усамљен, огољен и рањив у огледалу сопства.

Спајање модерне технологије комуницирања са предмодерним обрасцем друштвености ставља акценат на њен паланачки карактер, а не на глобалну интеракцију. Константиновић у књизи *Филозофија паланке* (1991) овако описује паланчанина: „Одрекнут од сопствене воље, стилизован по обрасцу колективне воље, паланчанин је скоњен у сигурност општега.” Савремени човек је човек „маса”, високо социјализован, али врло усамљен. У савременом друштву се поставља питање да ли човек живи у „глобалном селу” или „великој паланци” и да ли у том окружењу може развијати и оплемењивати сопствени дух. Може ли бити уникатна јединка, а не универзални становник села/паланке? Далибор Петровић (2013) пише: „Технологија пружа животни импулс друштву, а друштво повратно ставља нове задатке пред технологију и због тога је промашена свака дискусија о негативном, позитивном или пак неутралном утицају технологије. Технологија јесте друштво и одстрањивање би имало по њега исте последице као одстрањивање пејсмејкера из тела срчаног болесника. Друштво је заиста попут срчаног болесника

кога су начин живота, његова историја, његово наслеђе, његова стремљења довели у стање да му је технологија судбина од које не може побећи.” Интернет је само један од милиона пејсмејкера којима варамо природу чинећи да сви можемо бити на истом месту у истом тренутку у међусобној интеракцији. И није губитак друштвености цена коју плаћамо, али може бити губитак наше слободе и наше индивидуалности.

## СЛОБОДА ИЛИ ЗАВИСНОСТ

Да ли је човечанство изгубило битку за слободу? Истраживања рађена последњих година говоре у прилог чињеници и наводе на опрез. Све већи број младих, заведених лажним сјајем посредоване стварности, жртвује сопствену слободу, а неретко и живот не би ли оставили што аутентичнији траг у виртуелном свету и добили награду чија се вредност изражава у броју прегледа или лајкова на друштвеним мрежама. „Екран је у толикој мери наш слуга да би било готово неуљудно приметити да нам је и господар” (Кар 2013: 4).

Једно истраживање рађено у Индији дало је забрињавајуће резултате.<sup>1</sup> Вођа студије, др Агам Бансалом са Индијског института медицинских наука, заједно са својим тимом анализирао је новинске чланке од октобра 2011. до новембра 2017. године и открио да је у периоду од шест година пријављено 259 смртних случајева чији је узрок позирање за што аутентичнију фотографију испред камере фото-апарата и мобилног телефона. Серија смртних случајева, названих селфициди, представља неутанживу жеђ за лајковима на друштвеним мрежама, у чијој бити се крије потреба за прихватањем или оно што Фром назива „потреба за стицањем идентитета, односно потреба за стварањем појма о себи”. Испитивањем географских локација на којима су несреће догодиле истраживачи су открили следеће: највећи број несрећа изазваних новим трендовима на друштвеним мрежама – културом селфија, догодио се у Индији, Русији, САД-у и Пакистану. Статистика показује да просечан број година старости настрадалих износи 22,94. Кобне несреће су најчешће проузроковане дављењем, саобраћајним незгодама и падовима. У Индији је забележена највећа стопа смртности проузрокована неуспелим покушајима снимања селфија испред воза који наилази, док САД предњачи када су у питању несреће проузроковане ватреним оружјем, показује истраживање.

<sup>1</sup> Опширније на: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6131996/>

Новије истраживање из 2019. рађено је за потребе водеће компаније на пољу производње и дистрибуције мобилних апарата Honor, након представљања најновијег модела Honor X9, о корисничким навикама приликом снимања селфија на тлу Европе.<sup>2</sup> У истраживању је учествовало 5.750 корисника. Добијени резултати студије показали су да просечан Европљанин направи чак 597 селфија годишње. Подробним испитивањем узорка дошли су до следећих запажања: чак 85% Европљана користи камеру мобилног телефона за снимање селфија више него ранијих година, што указује на његову учесталост ако се у обзир узме чињеница да је култура снимања селфија у дигиталној сфери присутна већ скоро деценију. Земља која предњачи по броју снимљених селфија је Шпанија са 728 фотографија, затим следи Италија са 718, Немачка са 588, Француска са 562, Холандија са 520 и Велика Британија са 468 селфи фотографија годишње. Добијени резултати истраживања су показали да мушкарци предњаче по броју снимљених селфија на недељном нивоу, у Холандији и Великој Британији са 11:9. Скоро половина учесника истраживања (45%) своје фотографије дели са пријатељима и породицом на друштвеним мрежама, што указује на потребу за одобравањем и прихватањем. „Привезани за технологију бивамо уздрмани кад тај ‘анплагд’ свет не означава, не задовољава” (Теркл 2010: 13). Истраживачи су запазили да, иако је просечном Европљанину потребно 11 секунди да одлучи да ли је снимљени селфи вредан или не, он проведе у просеку 26 минута у одлуци да ли је селфи довољно вредан да се изнесе пред „судије” са друштвених мрежа. Корисници друштвених мрежа старости од 16 до 29 година сниме чак 16% више фотографија телефоном од оних старијих од 30 година. Трећина испитаника (35%) је изјавила да могу да замисле да се комуникација у будућности одвија искључиво путем фотографија.

С друге стране, постоји и истраживање о доминантним навикама младих, које је спроведено у последњих неколико година са 2500 ученика 56 средњих школа у 33 општине на територији Републике Србије.<sup>3</sup> Истраживање је показало да већина ученика у просеку дневно на располагању има 5 сати слободног времена, које најчешће проводе гледајући телевизију, слушајући музику, бавећи се спортом или седећи за рачунаром. Николас Кар (Nicolas Car, 2013) примећује да пораст количине

<sup>2</sup> Опширније на: <http://www.personalmag.rs/mobile/istrazivanje-kompanije-honor-selfijne-izlaze-iz-mode/>

<sup>3</sup> Опширније на: <https://www.kcns.org.rs/agora/mladi-i-kultura-kako-negovati-razumevanje-i-prijateljstvo/>

времена које проведемо на интернету повећава укупно време које проведемо испред било ког екрана. Тек 8,5% од укупног броја испитаника навело је да у слободно време посећује културне манифестације, што је поражавајуће ако узмемо у обзир чињеницу да дигитална платформа нуди прегршт могућности за едукацију; истраживање је даље показало да једна трећина средњошколаца чита књиге само кад то школске обавезе захтевају – за лектуру и немају интересовања да прочитају нешто друго; остали испитаници читају у просеку једну књигу годишње, не рачунајући обавезну лектуру. Читаонице су одавно замениле собе за четовање.

Овај пресек стања је врло забрињавајући, поготово када те исте младе ставимо на меридијане западног Балкана крајем друге деценије 21. века. Уколико добијеним резултатима прикључимо и резултате истраживања Wave 8 о коришћењу друштвених мрежа којим је обухваћена и Србија, резултати говоре у корист негативне слике.<sup>4</sup> Истраживањем је обухваћено 65 земаља, а поред Србије учествовале су и Хрватска, Босна и Херцеговина и Македонија. Добијени резултати су затим упоређени са оним на глобалном и регионалном нивоу и статистика је показала да је понашање корисника на интернету готово идентично и да је жеља за припадањем која се јавља као основна људска потреба у великој мери изражена у дигиталној ери.

Истраживање је показало да су млади на територији наше земље у корак са глобалним трендовима када је реч о навикама које се односе на коришћење друштвених мрежа. Чак 43% младих у Србији би волело да остави траг у виртуелном простору и стекне славу кроз дељење аутентичних фотографија – селфија; 23% старије популације у распону од 30 до 55 година жели исто. „Стварни људи имају конзистентност, тако да је, ако ствари добро функционишу у односима, промена постепена и кроз њу се пролази полако. У онлајн животу темпо односа се повећава. Брзо се прелази пут од заноса до разочарања и назад. А чим нам постане макар и мало досадно, постоји лаган приступ неке новом” (Теркл 2010: 387). Ако у обзир узмемо чињеницу да су се многи изложили ризику због творења што аутентичније фотографије, а неки чак и изгубили живот у покушају да сниме фотографију о којој ће се данима причати на друштвеним мрежама, проблем селфија је далеко озбиљнији. Младић који је изгубио живот на Тари у жељи да сними што аутентичнији селфи само је једна у низу трагедија условљена глобалним

<sup>4</sup> опширније на: <https://www.media-marketing.com/vijesti/mladi-u-srbiji-zele-da-postanu-popularni-putem-drustvenih-mreza/>

трендом.<sup>5</sup> Да ово није усамљен случај говори чињеница да се вести о несрећама изазваним жељом да се сниме што бољи селфи често могу прочитати у црној хроници. Млади често бирају аутентичне али опасне локације које ће оставити јачи утисак на публику, попут прављења селфија на вагонима<sup>6</sup> или крововима вишеспратница и/или солитера<sup>7</sup>, што неретко завршава трагичним исходом. „Ако нас искуство модерног друштва ичему учи, то је да технологије нису пука помоћна средства људске делатности него и моћне силе које имају свој допринос у преобликовању те делатности и њеног смисла и значења. Екран задира у све домене људске активности од екранског до свакодневног живота: на све стране екран ради на укидању граница у простору и времену” (Кар 2013, према: Винер 2004: 105).

Већина корисника најмлађег медија као своје најчешће активности навела је гледање видео-садржаја, претраживање сајтова, прегледање профила својих виртуелних пријатеља на друштвеним мрежама, као и уређивање властитих профила. Више од 77% испитаника друштвене мреже посећује најмање једном, а њих чак 88% више пута у току дана, како би били у корак са најновијим дешавањима у животу својих виртуелних пријатеља. Поред тога, 44% корисника је рекло да радије поставља своје фотографије него фотографије са пријатељима. Поред личних фотографија, најчешће деле и видео-садржаје. Склони су да деле исечке из свог живота са непознатим људима, док, са друге стране, показује истраживање, забрињава их превелика изложеност персоналних информација. Конфликт је настао због све чешћих случајева хакваних профила и дељења личних фотографија, услед превелике изложености на мрежи. Из приложеног се може закључити да смо склони да свој живот поделимо са другима, све док бар привидно имамо контролу над дељеним садржајем, односно заједницом којој припадамо.

## ЗАКЉУЧАК

Дијалектички однос роба и господара, који је развио Хегел, данас се може применити на примеру глобалног екрана, навигатора живота усамљене гомиле. Господар је признати ентитет, зависан од свог роба

<sup>5</sup> Опширније на: <http://rs.n1info.com/Vesti/a427734/Mladic-poginuo-na-Tari-pokusavaju-ci-da-napravi-selfi.html>

<sup>6</sup> Опширније на: <https://www.blic.rs/vesti/hronika/tragedija-u-subotici-mladic-se-popeo-na-teretni-vagon-pa-poginuo-od-strujnog-udara/13n4lbj>

<sup>7</sup> Опширније на: <http://www.politika.rs/scc/clanak/426920/Lajkovi-precu-od-zivota>



који га види и препознаје као господара. С друге стране, роб престаје бити аутономни ентитет, јер он заправо никада и није у бити био слободан, и повинује се жељама господара који га обликује по сопственом нахођењу. Зависан однос роба и господара се никако не може прекинути јер су се у глобалном друштву улоге промениле. Технологија, до јуче слуга људског рода, постала је сурови господар, покорила га је искористивши његове сопствене пороке и бацила га у поноре самоће. Жудећи да превари простор и време и преузме престо Творца, савремени појединац је пропустио „пророчанство” које су записали Џорџ Орвел (George Orwell) и Олдос Хаскли (Aldous Huxley). Орвел је предвидео Великог брата, који нас контролише и опседа, ограничава наш (критички и духовни) развој и пасивизује нас, чинећи од нас покорне грађане. Хаскли се, с друге стране, бојао да ћемо бити покорни и зависни од своје опсесије коју смо сами створили, технологије. Орвел се бојао да ћемо у затвореном свету бити ускраћени за информације, док је Хаскли предвидео да ћемо примати толико информација да ћемо бити редуковани на пасивност и егоизам, програмирани попут изума који смо створили, где парадокса. Орвел упозорава да ће истина бити сакривена, а Хаскли да ће се утопити у мору ирелевантности. Орвел је изразио забринутост због људи који ће живети у заробљеној култури, Хаскли се бојао да ћемо се изгубити у свој њеној тривијалности. Истина је, нажалост, много страшнија: опасност која нам прети заправо смо ми сами створили. Заробљени смо у оковима тривијалне културе, изграђене на темељу наших површних, испразних живота. Учаурени у свету пољуљаних вредности, жудимо за прихватањем виртуелне заједнице, удаљене читавих пар инча екрана од нас, а не видимо човека поред нас, иако на нас он, за разлику од наших виртуелних пријатеља, који се ни по чему не разликују од оних замишљених, може видети. У жељи да скријемо своју праву природу, бежимо у виртуелни свет и бирамо (само)изолацију не би ли смо се суочили са својим правим „ја”.

## ЛИТЕРАТУРА

Бригс, Берк (2006): Аса Бригс, Питер Берк, *Друштвена историја медија: од Гушмберја до инјернејша*, Београд: Слио.

Голубовић (1995): Загорка Голубовић, *ЈА и ДРУГИ. Анјројолошка исјраживања индивидуалној и колективној идентитетјаша*, Београд: REPUBLICA.

Јовановић (2015): Зоран Јовановић, *Виртуелна јланетјаша*, Ниш: Филозофски факултет Ниш.

Кар (2013): Николас Кар, *Плићко*, Смедерево: Хеликс.

Константиновић (1991): Радомир Константиновић, *Филозофија љаланке*, Београд: Нолит.

Липовецки, Сероа (2013): Жил Липовецки, Жан Сероа, *Глобални екран: од филма до смарџфона*, Нови Сад: Академска књига.

Маклуан (1971): Маршал Маклуан, *Познавање ојшћила – човекових ѓро-дужейака*, Београд: Просвета.

Манович (2001): Лев Манович, *Мејамедији, избор шеќсћова*, Београд: Центар за савремену уметност Београд.

Негропонт (1988): Николас Негропонт, *Бићи гућћшалан*, Београд: Слио.

Патнам (2008): Роберт Патнам, *Кућлаћи сам: Слом и обнова америчке заједнице*, Нови Сад: Mediteran Publishing.

Петровић (2013): Далибор Петровић, *Друшћвеносћ у доба инћернейа*, Нови Сад: Академска књига.

Потер (2011): Џејмс Потер, *Медијска ћисменосћ*, Београд: Слио.

Прајс (2011): Стјуарт Прајс, *Изучавање медија*, Београд: Слио.

Рук (2011): Ричард Рук, *Евројски медији у гућћшаланом добу*, Београд: Слио.

Теркл (2010): Шери Теркл, *Сами заједно*, Београд: Слио.

Ћаловић (2009): Драган Ћаловић, *Увод у шеорију медија*, Београд: Мегатренд универзитет.

Фром (2015): Ерих Фром, *Умеће живљења*, Београд: Дерета.

Џефриз (1997): Leo W. Jeffres, *Mass Media Effects*, Illinois: Waveland Press.

## ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6131996/>, приступљено 2. 11. 2019.

<https://www.vice.com/rs/article/a38jnz/na-stotine-ljudi-je-poginulo-sni-majuci-selfije-kaze-istrazivanje>, пристуљено 3. 11. 2019.

<https://www.bbc.com/serbian/lat/svet-45747875>, приступљено 3. 11. 2019.

<https://www.kcns.org.rs/agora/mladi-i-kultura-kako-negovati-razumevanje-i-prijateljstvo/>, приступљено 3. 11. 2019.

<http://www.personalmag.rs/mobile/istrazivanje-kompanije-honor-selfijine-izlaze-iz-mode/>, приступљено 17. 11. 2019.

<https://www.media-marketing.com/vijesti/mladi-u-srbiji-zele-da-postanu-popularni-putem-drustvenih-mreza/>, приступљено 17. 11. 2019.

<https://pulse.rs/internet-alatka-prosvetljenja-ili-oruzje-unistenja/>, приступљено 1. 12. 2019.

<http://rs.n1info.com/Vesti/a427734/Mladic-poginuo-na-Tari-pokusavajuci-da-napravi-selfi.html>, приступљено 5. 12. 2019.

<https://www.blic.rs/vesti/hronika/tragedija-u-subotici-mladic-se-popeo-na-teretni-vagon-ra-poginuo-od-strujnog-udara/13n4lbj>, приступљено 10. 12. 2019.

<http://www.politika.rs/scc/clanak/426920/Lajkovi-precu-od-zivota>, приступљено 15. 12. 2019.



Predrag Terzić, Graz 08, ugljen na papiru, 70x50cm, 2015.

Jelena Jocić

University of Niš

Faculty of Philosophy

Department for Communicology and Journalism

## GLOBAL SCREEN – THE NAVIGATOR OF LONELY CROWD’S LIFE

*Summary:* McLuhan’s vision of the world as a “global village” has become our reality and everyday life. He sees the occurrence of the global village as a kind of return to an audio-tactile culture and the re-establishment of the organic community and within the framework of the collective identity that has a tribal base. The merging of modern communication technology with a pre-modern social model puts emphasis on its small-town character, not on global interaction. A resident of the global village lives in a closed world, similar to the one of a small town, in which events are transmitted by those who create them, the residents themselves, as can be seen on the example of social networks: narrators change, but the stories repeat because they are linked by the same thread – a wish to leave a trace in virtual reality.

The global screen is available at any moment and anywhere. As a result of the rise of the global screen, global isolation occurs. This phenomenon is recorded in countries all around the world. It is characterized by a new form of individualism at the beginning of the new millennium and it is directly related to the emergence of the newest media that changes the way we think and experience the world around us. The seductive screen affects all domains of human activity, from economic to everyday life, by erasing the boundaries between real and imaginary world. It has become a part of our lives, to such a degree that we have failed to notice that our servant has in fact become our Lord long ago.

The tragedy of contemporary individuals is reflected in the fact that they have been wearing a mask for a long time, hiding their identity and true intentions, on the ball organized by the society. While the feast lasts, they play their role, which allows them to forget about their own self while at the party. But, the tragedy is that this ball never ends, only the music and costumes change, in line with the change of the epoch, and the individuals increasingly sink into apathy, indifference, and hopelessness, until they forget about their own existence. In the time of lost illusions, everyone lives their own solitude.

*Keywords:* global screen, media and solitude, global village, social networks, virtual reality.