

Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti,
Beograd

DOI 10.5937/kultura1237081V

UDK 316.722

316.776:004.738.5

130.2

pregledni rad

KULTURA VIRTUELNE (NE)REALNOSTI

Sažetak: *Internet se može odrediti kao značenjski flotantno okruženje u čije se kodove preslikavaju svakodnevni činovi subjekta ili društvene grupe, okruženje koje je novina samo po sebi (u smislu samog medija), ali i u pogledu načina na koji rekonstituiše proces komunikacije. Medij (kanal, sredstvo) komunikacije, u slučaju interneta, spaja tekstualne, audio i vizuelne elemente, pridodajući im interaktivnost - mogućnost uticaja na formu i sadržaj tražene informacije. Paradoks subjekta i identiteta leži u činjenici da je subjekt istovremeno slobodan da za- da koordinate svog prisustva na Mreži kreiranjem svog ličnog profila, ali istovremeno i utamničen prostorom kompjuterskog ekrana koji je nestao i u potpunosti prekrrio vizuelno polje. Postavlja se pitanje da li je zaista reč o „stvarnosti“ i „kopiji stvarnosti“; da li smo na po- molu jedne nove, drugačije realnosti u kojoj se prepliću „realno“ i „virtuelno“.*

Gljučne reči: *virtuelna realnost, internet, identitet, kič kultura*

Novi oblik društvene aktivnosti, mislim na oblast sajber kultu- re, pojavio se nastankom interneta i digitalizacijom stvarnosti. Samih definicija ima na pretek: savremena društvena nauka je produkovala različite, podjednako legitimne, opise i određenja sajber kulture, i tematizovala njene brojne aspekte i karakteristi- ke, ustanovivši „novu“ granu proučavanja društva poznatu kao *cyberculture studies* (studije sajber kulture). Sa druge strane, lič- na participacija u digitalnom Univerzumu - rutinirani boravak korisnika u sajber prostoru, upotreba Mreže kao dominantnog medija komunikacije i ostali nivoi upotrebe, stvorili su jezičko- stvarnosni konstrukt u okviru kojeg su termini *sajber*, *virtuelno* i *online* samorazumljivi, budući da predstavljaju već ustaljene prakse boravka i činjenja u virtuelnom vremenu i digitalizova-

nom prostoru. Sam pojam *sajber prostora* formiran je u književnom pravcu sajber panka, i inauguriše ga autor Vilijem Gibson romanom *Neuromanser*. Sajber pank je podžanr u okviru žanra naučne fantastike, koji je krajem 80-tih godina XX veka nastao kao spoj tekovina *sf*-a sa predstavama o globalizovanom društvu, tehno-buntovništvu i viziji ljudskog iskustva u kulturi kojom dominiraju tehnologija, mediji i informacija. Sajber pank je donekle „predvideo” i simulirao situaciju sutrašnjice, ali sa jednom razlikom u odnosu na prethodne utopijske *sf* modele - novinom ocrtanom upravo u činjenici da sajber pank narativ idejno istovremeno inkorporira i prevazilazi (tadašnje) domete tehnološkog i društvenog razvitka. Upotreba pojma sajber, prvobitno rezervisana za elitu koja je posedovala tehnološko znanje nužno za upotrebu računara, omasovljuje se krajem XX veka sa kreiranjem tzv. *user friendly* okruženja i pojavom interneta. Jedan od presudnih momenata svakako je 1995. - početak masovne upotrebe World Vajd Veba (*World Wide Web-a*) i kasnije brzo odomaćenje različitih sintagmi sa predloškom sajber: sajber identitet, sajber prostor i vreme, sajber zajednica, sajber umetnost itd. Sajber kultura se još sreće i pod sinonimnim nazivima digitalna kultura, internet kultura, virtuelna kultura, kiber kultura, kultura mreže itd. Svi ovi termini ukazuju na neku od dominantnih karakteristika okruženja u kojem se odvijaju komunikacija i razmena informacija, pre svega na ulogu interneta u generisanju pojedinca, i njenog vremena i prostora. Kultura mreže je zapravo „jedna vrsta Esperanto kulture: to je „van-vremena” i „van-prostorna kultura (u sopstvenim terminima, ona postoji samo u ‘realnom vremenu’, kultura koja je bez pravaca u (teritorijalnom) prostoru ili sveza u (istorijskom) vremenu“¹.

U novijoj literaturi pojam virtuelne realnosti (VR – Virtual Reality) označava se kao nepostojeći svet simuliranog događaja u koji se ulazi pomoću raznih tehničkih pomagala. Virtuelna stvarnost se može objasniti kao posredno izvođenje stvarnosti, tehničkim pomagalima, koja može značiti beg iz postojeće u nepostojeću stvarnost kojom se uspostavlja puna kontrola nad čovekom i njegovim postupcima. Kako naglašava Divna Vuksanović, Dekartov *princip koherencije stvarnosti*, kao relevantan dokaz razlikovanja realnosti (budnog stanja i svesti) od sfere snova, u današnjem svetu ozbiljno je uzdrman novim ekstatičkim i erotskim iskustvima što ih pružaju internet, mobilna telefonija ili globalna industrija zabave. „Da učestalo obitavanje u tzv. sobama za četovanje (*chat rooms*) različitim interesno

1 Roberts K. i Webster F., *Prospects of a Virtual Culture*, Science as Culture, Carfax Publishing (Taylor & Francis Group), Volume 11, Number 2, 2002, str. 242.

zasnovanim virtuelnim zajednicama (*virtual communities*), pa čak i čitavim virtuelnim gradovima (*cyber towns*), postaje sve prisutniji oblik savremene egzistencije, koja se više ne dovodi u pitanje, jeste sasvim očigledna činjenica.⁴² Ove nove forme egzistencije realizuju se kroz nove oblike vlastitog identiteta, formiranog uključivanjem u mrežnu komunikaciju. Poruke koje proističu iz samog čina pisanja (*e-mail i chat*) konstruišu kako identitet samog korisnika Mreže, tako i prostor u kome se formiraju najrazličitije virtuelne *online* zajednice, koje sačinjavaju posebne mrežne svetove. Digitalno proizvedene persone, ističe Vuksanović, potencijalno besmrtni avatari, selidbe „duša“ iz jedne u drugu medijsku egzistenciju predstavljaju kao neku vrstu tehnološki konstruisanih, metafizičkih dvojnika ili multiplih individualiteta. Sam pojam individualnosti, na kojem se insistiralo u građanskom modernom društvu, izgubio je na značaju, pošto je realni istorijski prostor supstituisan virtuelnim. „Anonimna gomila građana koja učestvuje u protestu organizovanom posredstvom interneta i mobilne telefonije (SMS), ne predstavlja više nikakav istorijski subjekt promene, niti pak individualni čin pružanja otpora (samosvesnih) građana, odnosno civilnih pokreta u ranijem smislu reči.“⁴³ Kako dalje navodi autorka, *sajber gomila*, sačinjena od pukih internet potrošača, nije ni subjekt ni objekt mogućih promena. Ovaj oblik *kolektiviteta bez svojstva* karakteriše gotovo potpuno odsustvo svesti, definisane u ranijem smislu tog pojma, a racionalno ophođenje biva zamenjeno telesnim koje je imanentno svetu medija. Delovanje radikalnih pokreta mladih poput *skinheads*-a ili raznih terorističkih udruživanja koji se aktiviraju, ali i vešto skrivaju u internet prostoru na egzibicionim promo sajtovima, najbolji je primer legitimizacije nasilja i virtuelnog terora sajber društva u nastajanju. „Medijske egzistencije, otuda, nisu ništa drugo do samosvest kao kodirana poruka; stari režimi u novom *matriksu*; cirkulacija usamljenosti, ludila i neslobode; brend kao takav“, ističe Vuksanović.

Oblici virtuelnog zajedništva nude se kao bezbroj malih (sekundarnih) svetova u kojima pojedinac može da učestvuje neretko bez obzira na svoja prethodna iskustva. Net „gradovi“, „države“ ili online zajednice (*online communities*) često grubo preslikavaju postojeće strukture odnosa, formirajući topografiju internet prostora koja nalikuje „stvarnosti“, ali je zapravo pervertira odnosom u kojem se preuzete kategorije uspostavljaju kao prazni označitelji, mesta bez prošlosti i izvan teritorijalnosti (drugim rečima: distopija). Učestvovanje u virtuelnoj stvarnosti podrazumeva da se osoba, kako veli Bodrijar (Baudrillard), „sa-

2 Vuksanović D., *Filozofija medija: ontologija, estetika, kritika*, Čigoja štampa, Beograd 2007, str. 63.

3 Ibid., str. 71.

žima u jednu hiperpotencijalnu tačku⁴, u kojoj komunikacija istovremeno otuđuje i omogućava trenutno prisustvo - ili pak stvara iluziju mogućnosti beskonačnog simboličkog proizvođenja sopstva. Virtualni konstrukt osobe, *nick name* ili „avatar“ može da odražava „stvarne“ kategorije kroz koje se ličnost definiše, ali ostavlja i potpunu slobodu da se uvrste nove, željene ili potpuno drugačije karakteristike virtualne persone. Uzevši u obzir sve mogućnosti, sam virtualni prostor u kojem se komunicira (i koji je uvek donekle zadat namerama njegovih „tvoraca“) biva preoblikovan stvarnim činovima njegovih korisnika, u krajnjem slučaju njihovim telima, potrebama i željama. Novina koju internet i *cyber communities* donose, čini se, nije sadržana u tome da nastaju potpuno novi vidovi komunikacije koji su lišeni prethodnih prepreka. „Sloboda“ o kojoj se toliko govori nije potpuna: to je aleatorička igra u kojoj se korisnik opredeljuje za prethodno zadate elemente i forme komunikacije. Iz postmodernističke perspektive identitet postaje sve nestabilniji i lomljiviji. Čak su neki autori spremni dovesti u pitanje uopšte postojanje identiteta kao mogućnosti lične nadgradnje, svesnog izbora, što se opravdava kauzalitetom opštih društvenih tendencija postmodernog društva. Ovim stavovima se napada i sam pojam subjekta i identiteta, tvrdnjom da je on samo mit i iluzija. Bodrijar naglašava da su subjekti implodirali u mase, da fragmentarni, nepovezani i diskontinuirani vid iskustva predstavlja fundamentalnu karakteristiku postmodernističke kulture. U postmodernističkom svetu informacija, ličnost kao subjekt, u najboljem slučaju predstavlja „termin u terminalu“, ili kibernetizovani efekat „fantastičnog sistema kontrole“.

Interaktivna moć interneta vrlo brzo će se proširiti na novu vrstu televizijskog programa koja, prema Meknejru (McNair), predstavlja kombinovano snimanje uživo sa elementima dokumentarnih sapunica i kvizova.⁵ Izvorna verzija Velikog brata proizvedena je u Holandiji, a u leto 2000. godine program je izveden u Španiji i Britaniji, da bi se kasnije proširila na čitavu Evropu. Ovaj vid skeniranja i poslednjeg ostatka privatnosti obiluje prikazima blago seksualnog sadržaja, tračarenjem i spletkarenjem, te iskazivanjem lažnog morala i drugih oblika kič ospoljenosti, koja ima za svrhu ličnu promociju i popularnost. Umesto da postanu popularni jer su nešto učinili, učesnici takvog vida lake zabave koji se na ovaj način otkrivaju javnosti, postaju poznati samo zato što postoje. Ova svojevrsna apologija neradu, mediokritetstvu i banalnosti kroz medijski kanal promocije in-

4 Bodrijar Ž., *Drugo od istoga*, Lapis, Beograd 1994, str. 28.

5 McNair B., *Striptiz kultura. Seks, mediji i demokratizacija žudnje*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2004.

stitucionalizuje takve oblike ponašanja i življenja kao poželjne i prihvatljive.

Mogu se navesti i drugi primeri bračne alijanse između „Velikog Brata“ i velikog biznisa, koji su povezani medijskim i informacionim tehnologijama. Jedan je – pokret *Movements.org*, čiji je prvi osnivački kongres održan 2008. godine u Njujorku. Visoki činovnici Stejt departmenta SAD, članovi najuticajnijeg Save-ta za međunarodne odnose, bivši saradnici Saveta za nacionalnu bezbednost, savetnici Ministarstva nacionalne bezbednosti SAD, saradnici korporacije RAND su se sastali sa predstavnicima *AT&T*, Gugla, Fejsbuka, En-bi-sija, Ej-bi-sija, Si-bi-esa, Si-en-ena, Em-es-en-bi-sija, Em-ti-vija i drugih kompanija kako bi pustili u rad novi globalni projekat za napredovanje demokratije. Tragovi *Movements.org* se mogu osetiti u događajima „arapskog proleća“.

Mišel Fuko (Michel Foucault) je pretpostavljao da funkciju „panoptikuma“, kao zatvora u kome će se zatvoriti ljudska svest, mogu na sebe da preuzmu sredstva za masovno informisanje. Osnovni cilj „panoptikuma“ Fuko je opisao na sledeći način: neophodno je da se zatvorenik dovede u stanje potpunog poimanja da ga nadziru bez prestanka, čime se obezbeđuje neprekidno funkcionisanje vlasti, te će se vlast pretvoriti u savremenu mašinu za kontrolu čoveka. U XXI veku se, ono o čemu je Fuko razmišljao, desilo u globalnoj srazmeri, pri čemu su društva koja ne pripadaju Zapadnoj civilizaciji koja je izmislila „panoptikum“ dobrovoljno ušla u taj međunarodni zatvor u kome ne postoje zidovi. To su mnogobrojne socijalne mreže i servisi interneta, koje su u svakodnevnom životu postali potpuno uobičajeni: Fejsbuk, Tviter, Gugl i mnogi drugi. Ta virtuelna ustanova ima svog pastira i dobrovoljne pomoćnike za obavljanje nadzora. Pojavljuju se i sve noviji proizvodi tehnologije za kontrolu. Na primer Gugl Aps. On podržava nekoliko veb-priloga i uključuje Džimejl, Gugl kalendar, GuglTok, Gugl doks i Gugl sajts. *Apps* i slične programske pakete koji uključuju mogućnosti nadziranja, uključujući u to i nadzor nad svojim najbolje plaćenim saradnicima. Daglas Meril, bivši direktor Gugla za informacione tehnologije kaže da „*Apps* predstavlja potragu koja se samo pravi da je zajednički rad“ i prema njegovom mišljenju, sve te novine samo povećavaju srazmere prisustva „Velikog Brata“ u internet mreži. Od maja 2007. godine Gugl sakuplja sve lične podatke o korisnicima, što je rukovodstvo te kompanije i zvanično potvrdilo. Neophodno je da se konstatuje da Gugl predstavlja informacioni kanal sa više od 50 procenata globalnog trafikinga u internetu. Potpuno je jasno da iza skandala između Kine i te korporacije stoje ne samo ekonomski interesi, već i pitanja kontrole korisnika, kao i špijunaža (dovoljno je samo da se prisetimo karti

Gugla, koje su izazvale podozrenje čak i kod bezbednosnih organa mnogih zemalja). Od skoro su i lična saopštenja na Fejsbuku počela da se indeksiraju preko pretrage sistema Gugla i sada može da ih pročita svako ko to želi. Od 2011. godine SAD zvanično koriste internet kako bi obezbedile svoju „prisutnost“ u onim tačkama sveta, u kojima iz različitih razloga fizički ne postoje američka predstavništva. Tako je Stejt department otvorio „virtuelnu ambasadu Irana pod predlogom „učvršćivanja veza sa iranskim narodom““. A u januaru 2012. godine Vašington je, kako bi njegove diplomate proširile korišćenje socijalnih mreža, napravio akciju, zvanično nazvanu „Mesec umeća upravljanja državom u XXI veku“.

Mark Poster naglašava da ljudi, pored želje da sebe predstave u što boljem svetlu putem fotografija i drugih vidova internet prezentacije, uživaju u narativu u sajber prostoru. Ljudi izgleda uživaju da prenose priče onima koje nikada nisu sreli, i verovatno i neće. Čini se da te priče potiču iz njihovog života, a mnoge su bez sumnje izmišljene i „kupaju“ se u laži kao *par excellence* kič pojavi.⁶ Da je čarobno ispričati svoju priču drugima, mnogim, mnogim drugima uverava nas E. Katz koji tvrdi da tehnologija razbija ideju komunikacije manjine sa mnoštvom. Neki komunikatori biće uvek moćniji od drugih, ali velika ideja iza sajber priče je da, prvi put mnogi govore sa mnogima. Svakog dana oni koji mogu sebi da dozvole kompjutersku opremu i plaćanje telefonskih računa mogu da budu vlastiti proizvođači, agenti, izdavači i publika. Njihove priče postaju sve idiosinkratičnije, interaktivnije i individualističnije, ispričane na raznim forumima raznolikoj publici, na različite načine. Izlazak iz anonimnosti u veštački stvorenu realnost, kao pandan stvarnoj realnosti, u svetu koji nije konstituisao svoj temeljni smisao i svoju lestvicu vrednosti, kako navodi Ratko Božović, trivijalna svest kiča i njegova prilagodljivost, a počesto i magnetizam, mogu delovati i kao droga i kao zaborav.

Ovde se referentni okvir kič kulture izmešta u nove prostore i dobija nove oblike manifestovanja. Toliko je srastao sa običnim i svakodnevnim aktivnostima da ga je često nemoguće odvojiti i prepoznati. On zapravo živi u odsustvu bilo kakve svesti o njemu, što je poražavajuća činjenica novostvorene stvarnosti, kao novog oblika egzistencije svakodnevnog života. Bez obzira da li je reč o novim ispoljavanjima pornografskog kiča kojim je preplavljen internet prostor, trivijalne narativnosti, virtuelnog terora i nasilja kao legitimizacije zla, ili internet klubova za zaštitu ljudskih prava bez ikakve moći uticaja, ovaj oblik veštačke društvene aktivnosti može imati kompenzatorsku ulogu u stvaranju

6 Poster M., *Mode of Information*, Pollity Press, Cambridge 1991.

privida, iluzije zadovoljstva koja uzima da virtuelne zajednice imaju atribute „stvarnih“ zajednica, kao što se i stvarno održava prisustvom imaginarnog. U takvoj sveopštoj inverziji sistema alternativno rešenje u vidu virtuelne stvarnosti, novonastali sajber prostor kao novi oblik postojanja i definisanja subjektivnosti, zasniva se na principima propadanja stvarnih zajednica. Ovde se ne radi o potpunom negiranju stvarnog virtuelnim, jer bi tim činom i virtuelno bilo ugroženo, već opstanku stvarnog, ali na rubovima svoje egzistencije, čime virtuelno postiže svoj puni legitimitet.

Odgovor na inicijalno pitanje - da li nastaje „nova stvarnost“ na pragu već postojeće, tj. da li smo pred revolucijom koja neće zahvatiti samo sredstva komuniciranja, nije moguće dati u ovom trenutku. Tehnokultura Zapada se svakako menja u pravcu koji podrazumeva čvršću integraciju ljudskih potreba i mogućnosti tehnologije. Kao što tvrde *tehnorealisti* (technorealism movement), „Internet je revolucionaran, ali ne i utopijski“.

LITERATURA:

- Baudrillard J., *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad 1991.
- Baudrillard J., *Drugo od istoga*, Lapis, Beograd 1994.
- Božović R., *Leksikon kulturologije*, Agencija Matić, Beograd 2006.
- Kevin R. i Frank W., *Prospects of a Virtual Culture*, Science as Culture, Carfax Publishing (Taylor & Francis Group), Volume 11, Number 2, 2002.
- McNair B., *Striptiz kultura. Seks, mediji i demokratizacija žudnje*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2004.
- Poster M., *Mode of Information*, Pollity Press, Cambridge 1991.
- Vuksanović D., *Filozofija medija: ontologija, estetika, kritika*, Čigoja štampa, Beograd 2007.

Miroslav Vićentijević
University of Arts in Belgrade, Faculty of Drama Arts, Belgrade

THE CULTURE OF VIRTUAL (UN)REALITY

Abstract

The Internet could be defined as a semantically floating environment whose codes mirror everyday acts of a subject or social group; such environment is a novelty per se (in the sense of the medium itself), but also concerns the way in which the communication process is being reconstituted. A medium (channel, means) of communication, as far as the Internet is concerned, connects textual audio and visual elements adding interactivity to them – the possibility of influencing the form and content of requested information. The paradox of a subject and an identity lies in the fact that the subject is simultaneously free to set coordinates of his/her presence on the Web by creating his/her personal profile, but at the same time is imprisoned within cyber space of the screen entirely occupying the visual field. So, we have to ask if the 'reality' and 'copy of reality' are the issue here or are we at the beginning of a new, different reality within which 'real' and 'virtual' are being increasingly intertwined?

Key words: *virtual reality, Internet, identity, culture of kitsch*