

Univerzitet umetnosti u Beogradu,
Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

DOI 10.5937/kultura1237089V

UDK 316.77

004.738.5:316.472.4

originalan naučni rad

FENOMEN QUOTES KAO SIMPTOM ODSUSTVA (KRITIČKE) REFLEKSIJE NA DRUŠTVENOJ MREŽI FEJSBUK¹

Mom tati Milentiju Puru Vuksanoviću

Sažetak: *Tekst kritički preispituje aktuelna poimanja pojedinih kulturnih fenomena (quotes), u svetlu razmatranja kompleksa globalnog komunikacijskog i medijskog napretka, zasnovanog na ubrzanom razvoju novih tehnologija i procesa „društvenog“ umrežavanja, a posredstvom korišćenja Interneta i tzv. socijalnih mreža, kao što je Fejsbuk. U fokusu istraživanja je istaknuta pojava prekomernog citiranja, koja je gotovo preplavila društvene mreže, opštim supstituisanjem pitanja smisla, ritualizovanim oblicima komuniciranja u virtuelnom prostoru, te prizivanja sećanja na nekadašnje pojavne oblike kulture, bilo u funkciji simuliranja tradicionalnih obrazaca kulturnog ponašanja ili pak pokušaja prisvajanja/introjektovanja citiranih iskustava u svrhu vlastite identitetske dekonstrukcije.*

Ključne reči: *Fejsbuk, smisao, quotes, sećanje, komunikacija*

¹ Tekst je nastao kao deo naučnog projekta *Istorija srpske filozofije*, koji se realizuje uz podršku Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

„Šta je duh?

Moj duh.

Ovo sam ja.

A ovo je cigla.

Jedina bitna razlika između mene i cigle, ja imam duh.⁴²

U današnjem vremenu, kao da iznova valja postaviti pitanje duhovne egzistencije, ali u takvom ambijentu koji ne čine isključivo materijalne stvari, već i tzv. virtuelne, što je omogućilo širenje medijske kibernetičke (cyber), odnosno digitalne kulture,³ pre svega zahvaljujući ekspanziji novih komunikacionih i medijskih tehnologija. Naš je stav, međutim, da je ovde prevashodno reč o pseudokulturnim pojavama (izuzeci, kao i obično, potvrđuju vladajuće pravilo, tj. *ethos* određene društvene zajednice), koje evidentni tehnološki progres, u sprezi sa globalizovanim kapitalom, nastoje da predstavljaju kao svet „kulture“, odnosno „najbolji od svih mogućih svetova“. Sve počinje, tvrdi Džim Kolins (Collins), od televizije kao mas-medija, koja gradi jednu posve „bizarnu“ relaciju s postmodernim dobom, istrajavajući na destruktivnosti i slabim stranama kako televizije, tako i tzv. nadolazeće postmedijske kulture, što su svakako detektovala aktuelna teorija, odnosno savremene studije kulture, još krajem prošlog veka.⁴

2 Stiven Lo, *Filozofski fajlovi: Pametno prase! Virtuelna realnost, vežbe iz analitičke filozofije i još ponešto*, Plato, Beograd 2003, str. 161.

3 „Govoriti o digitalnom znači koristiti ga kao metonimiju za čitavu mrežu virtuelnih privida, trenutnih komunikacija, sveprisutnih medija i globalnih mogućnosti uključivanja, koji čine dobar deo našeg savremenog iskustva. To znači govoriti o širokoj lepezi primena i medijskih oblika koje omogućuje digitalna tehnologija, govoriti, između ostalog, i o virtuelnoj stvarnosti, digitalnim specijalnim efektima, digitalnom filmu, digitalnoj televiziji, elektronskoj muzici, video igrama, multimedijama, internetu, svetskoj mreži, digitalnoj telefoniji i WAP-u, kao i raznim kulturnim i umetničkim odgovorima na sveprisutnost digitalne tehnologije, kao što su, na primer, kiberpunk romani i filmovi, tehno i post-pop muzika, ‘nova tipografija’, net.art i tako dalje.” Mi bismo ovde, svakako, dodali i svojevrstu “kulturu citiranja” (*quotes*), što se pojavljuje na različitim Internet sajtovima, blogovima i ponajviše na FB društvenoj mreži. “To takođe ukazuje na čitav svet povezanog kapitalizma kojim dominiraju proizvođači visokih tehnologija kao, na primer, Majkrosoft ili Soni, na takozvane ‘dot.com’ kompanije zasnovane na internetu, koje su u jednom trenutku izgledale kao idealni uzor za poslovanje u dvadeset prvom veku, kao i na neuhvatljivi kompleks korporacija koje, zahvaljujući modernim tehnologijama, rade na globalnom nivou i ponekad daju utisak da poseduju veću moć od država–nacija.”, Gir Č., Uvod: Šta je digitalna kultura?, u: *Digitalna kultura*, Clio, Beograd 2011, str. 17.

4 Upor. Collins J., Watching ourselves watch television, or who’s your agent?, u: *Cultural Studies*, Vol. 3, Number 3, Routledge, London, October 1989, str. 261.

S druge strane, moćni računarski sistemi, umreženi u korporacijske, kao i popularne društvene mreže, delimično su bili zamišljeni kao ogromni prostori za skladištenje informacija, ali i različitih duhovnih i kulturnih tvorevina čovečanstva. Manovičeva (Manovich) vizija je recimo bila takva da je on anticipirao konstruisanje jednog grandioznog „kulturnog softvera“,⁵ u kome bi bila pohranjena sva dosadašnja, uglavnom tradicionalna kultura, a na osnovu povesnih činjenica koje se mogu supstituisati binarnim kodom računarskog jezika. Ova softverski sintetisana kultura, kako je zamislio Manovič, mogla bi predstavljati bilo kontinuitet ili diskontinuitet svake moguće kulture. U ključu čitanja i interpretiranja obe ove „kulture“ (dakle, stare i tradicionalne, s jedne, i novije tehno-kulture, sa druge strane), valja zapaziti da one, od davnina pa sve do naših dana, operišu „citativima“ (*quotes*), kao oznakama onih bitnih mesta u kojima se, delimično ili u potpunosti, sublimira globalno duhovno nasleđe čovečanstva. Nekada su ovu funkciju obavljale gnome, sentencije ili narodne poslovice, „kuvarice“, i drugi fragmentarni mediji - danas su to, jednostavno – *quotes*.⁶ Štaviše, moglo bi se reći da veliki deo tzv. statusa i postova, vidljivih po „zidovima“ današnjih FB korisnika, čine različite misli i izreke, preuzete iz bogatog arsenala kulturne baštine čovečanstva (usmene i pisane reči), oblikovane po meri sajtova kao što je tzv. „zemlja citata“ (Quoteland).⁷

Naravno, „citativima“ današnjice ne moraju biti isključivo jezičke, odnosno logosne prirode; u savremenom dobu ustalilo se audio-

5 Vid. Manovič L., *Metamediji*, Izbor tekstova, Centar za savremenu umetnost, Beograd 2001.

6 Ilustracije radi, navešćemo ovde nekoliko odabranih primera, preuzetih sa društvene mreže Fejsbuk, u periodu septembar-oktobar 2012. godine: „Pre nego što samom sebi utvrdiš dijagnozu depresije ili niskog samopouzdanja, proveri da nisi prosto okružen seronjama“ (V. Alen /Allen/); „Potrebno je mnogo vremena da čovek postane mlad“ (P. Pikaso / Picasso/); „The Two Most Important Days In Your Life Are... The Day You Are Born, And... The Day You Find Out Why“ (M. Tven /Twain/); „Love looks not with the eyes, but with the mind“ (V. Šekspir /Shakespeare/); „Some people feel the rain. Others just get wet“ (B. Marli /Marley/). Često citirani mislioci na ovoj mreži su i Albert Ajnštajn (Einstein), Dalaj Lama, Nelson Mandela (Mandela), Paolo Koeljo (Coelho), Rumi, i drugi, dok su od domaćih autora na FB neretko prisutne misli Meše Selimovića, Iva Andrića, Miroslava Mike Antića, Duška Radovića, Jovana Dučića... Na Mreži se takođe ustalilo „citriranje“ anonimnih ili manje poznatih mislilaca, čije sentencije ostaju upamćene i bivaju varirane i/ili reciklirane, te navedene u nekoliko varijanti, poput sledeće: „You’ve gotta dance like there’s nobody watching, love like you’ll never be hurt, sing like there’s nobody listening, and live like it’s heaven on earth.” Slično, na FB-u se navode i citati koji su zbog prekomerne upotrebe postali gotovo lišeni smisla, jer počivaju na ličnim stavovima množstva, transformisanim u hit-parole godine, poput, na primer, vodeće rečenice na FB mreži za 2012. godinu koja glasi: “Life is too short to waste time hating anyone”.

7 Vid. Quoteland.com – Quotations on every topic, by every author, etc.

vizuelno, ili pak samo vizuelno citiranje, koje je posebno favorizovala postmoderna epoha, i to u različitim umetničkim disciplinama - u filmu, video-artu, „vizuelnoj muzici“, video-poeziji, i sl. Međutim, mi ćemo se ovde prvenstveno baviti sledećim paradoksom: popularnim - najčešće književnim - citatima, prisutnim na društvenim mrežama kako što je Fejsbuk, koji, po svojoj strukturi, daleko više podsećaju na vizuelni, odnosno multimedijalni prostor realizovanja jezika kao takvog, nego na knjigu kao medij izražavanja, ili bilo koju sličnu tradicionalnu tvorevinu sveta kulture, zasnovanu na iskazima realizovanim u domenu jezika, posmatrano u užem smislu reči.

Naime dijalektičko kretanje jezika podrazumeva, između ostalog, i konfliktualno posredovanje različitih jezičkih praksâ (vitgenštajnovski artikulirano - „jezičkih igara“), kada je reč o relaciji fragmenta i celine. U ovom smislu, može se reći da gotovo celokupna filozofska misao, transformisana u određene jezičke strukture, manje ili više uspešno balansira između dva polariteta: onog izražavanja koje pretenduje na misaonu i jezičku celovitost izrečenog, s jedne, odnosno spontanog ili hotimičnog fragmentarizovanja misaonih i jezičkih procesa kao takvih, s druge strane, što se, istorijski posmatrano, vezivalo za metod, stil, ideologiju ili politiku kako jezika tako i samog mišljenja. Citatnost je, sagledana unutar ovog konteksta jezičkih i misaonih odnošenja fragmenta i totaliteta, imala poseban, dvostruki status: unutar celovitih jezičkih i misaonih entiteta, zauzimala je poziciju bilo fragmenta ili kontinuirane jezičke misli (*text*), dok je, nasuprot ovome, izolovano od (*con*)*text*a saopštavanja, funkcionisala i kao fragment i kao celina po sebi.

Takozvano postmoderno mišljenje, kako je poznato, pridaje poseban značaj fragmentiranom refleksivnom stavu i izrazu, zahvaljujući, pre svega, ničeanskoj „tradiciji“ koja reaktuelizuje Presokratike, te autorima pozne Moderne, odnosno teorijskim i ideološkim sledbenicima predstavnika frankfurtske filozofske škole, a naročito Valtera Benjamina (Benjamin), Teodora Adorna (Adorno) i njegove refleksivne prakse „negativne dijalektike“, odnosno radikalne kritike vladajućih mnjenja i stvarnosti lažnog totaliteta koju nekritički iskazi uvek već potvrđuju. Postmoderna međutim tehniku citiranja apstrahuje i definiše je kao poseban „metod“ mišljenja, da bi je konačno fetišizovala, bez ikakvog problemski uspostavljenog odnosa prema vladajućim porocima, kako mišljenja, tako i jezičkog delovanja, te, naposljetku i same kulturne prakse. Strukturalna koincidencija između postmodernističkih jezičkih konvencija i novomedijske „kulture“ Interneta i društvenih mreža, rezultira daljom eksploatacijom ideje i prakse citatnosti, čemu naročito pogoduju

„rizomska“, odnosno mrežna infrastruktura komuniciranja, hipertekstualnost i sl.

Kristijan Salmon (Salmon) je, nastojeći da definiše ove procese, detektovao potrebu našeg vremena za novim oblicima naracije (mita, priče, nefilozofskog iskaza), koji bi bili prilagođeni tehnologiji korišćenja tzv. novih medija. „Vreme Homera, Šekspira i Spilberga je prošlo“, tvrdi se u članku iz *Njujork Tajmsa* iz novembra 2008, koji najavljuje stvaranje nove laboratorije u Institutu za tehnologiju u Masačusetsu (MIT) posvećene naraciji budućnosti (Centar za storiteling budućnosti – *Center for Future Storytelling*). Cilj je da se klasični oblici naracije prilagode naraciji novih medija, od interneta do hiperkomunikacije.⁸ U funkciji privlačenja pažnje velikog broja korisnika novih oblika medijske komunikacije i stvaranja profita, čemu će značajnu podršku pružiti istraživanja MIT-a, ali i njihova praktična primena, promeniće se, kako tvrdi Salmon, svi dosadašnji oblici komuniciranja unutar industrije spektakla (ovo se posebno odnosi na „sliku“ i film),⁹ što će nesumnjivo zahvatiti i filozofske, književne i ostale „klasične“ narative korišćene na Internetu, odnosno na društvenim mrežama poput Fejsbuka i Tvitera, na primer.

„U MIT-u smatraju“, elaborira Salmon, „da nove tehnologije mogu stvoriti nove načine pripovedanja priča i izvršiti revoluciju storitelinga, koja će morati da se prilagodi novim multimedijalnim sredstvima. Priče moraju biti privlačnije, otvorenije, interaktivne i prilagođene novim društvenim mrežama.“¹⁰ Nezavisno od vizija eksperata MIT-a, može se s pravom zaključiti da je era transformisanja predašnjih narativa u nove pojavne oblike jezičkog izražavanja, prilagođene kako aktuelnoj tehnologiji tako i „duhu vremena“, ušla u masovnu upotrebu, sudeći po evidentnoj citatomaniji (reproducibilnost novih medija?) korisnika Fejsbuka, što delimično vredi i za učesnike u komuniciranju na ostalim društvenim mrežama. Pružanje otpora ovim novim strategijama, uglavnom je nevidljivo i gotovo nemoguće, osim kao taktika; ako se izuzmu pojedinačni slučajevi autoironizacije, tj. upotrebe citata protiv FB, ali i svake druge citatnosti koja pre označava tzv. „višak smisla“, karakterističan za medijsku sferu, nego što je logosne prirode, mogući revolt najčešće biva apsorbovan tehnikom i tehnologijom na ovaj ili onaj način, što adekvatno ilustruje sledeći apsurd: „Ne volim da citiram, jer uvek mislim“ (T. Paine /Pejn/).

8 Salmon K., O svetu bez priča, u: *Strategija Šeherezade: Prilog Storytellingu*, Clio, Beograd 2011, str. 97.

9 Vid. isto, str. 98.

10 Isto.

No, uglavnom nepromišljeno, neodmereno i nekultivisano citiranje, s raznovrsnim mogućnostima grananja i umnožavanja: doslovno citiranje izvora, *copy-paste* metod, ali i „šerovanje“, i to u multimedijalnom ključu, doveli su do neverovatne ekspanzije, tj. proliferacije citiranja u domenu društvenih mreža kao što je Fejsbuk, na osnovu čega bi se moglo zaključiti da je ovde reč o patološkoj citatomaniji i dramatičnom nestajanju „originala“, odnosno radikalnoj dezaurizaciji i profanisanju mišljenja, te samog jezika, reflektovanog u ranijem smislu reči. U kontrastu, ili kao dopuna nekom vizuelnom sadržaju postavljenom na društvenoj mreži, citat postaje glavni reprezent reči, smisla, mišljenja i duha, kao supstituent logosa, prepariranog za FB korisnike. Ali on se često koristi i bez poznavanja konteksta (recimo knjige ili filma u kojima je upotrebljen), te tako njegov sadržaj ili biva tretiran kao samorazumljiv i samodovoljan, ili mu se pripisuje *ad hoc* značenje, već prema trenutnom raspoloženju korisnika, što ga upotrebljava kao status ili post. Takođe nije redak slučaj da citat biva rekontekstualizovan slikom, odnosno vizuelnim identitetom u odnosu na koga se postavlja bilo kao „figura“ (citat je u prednjem planu) ili kao pozadina, odnosno puka „jezička ilustracija“ određenog vizuelnog sadržaja.

Zanimljivo je napomenuti da, u odnosu na standardne postmodernističke teorije citatnosti, u eri ekspanzije novih komunikacionih tehnologija, autori kritičke orijentacije, poput Fredrika Džejmsona (Jameson), takođe uvode koncept tzv. „novih narativa“ – konkretnije, jedan dodatni „motiv“ u „standardnu“ interpretaciju dijalektike odnosa celine i fragmenta, tj. totaliteta imaginarnog (VR) i njegovog fragmenta i/ili tekstualnog „citata“, bez obzira na to da li je u pitanju književno delo ili filmska umetnost, na primer. Reč je, naime, o alegorijskom tumačenju ideje totaliteta kao zavere, te o specifičnom odnosu citata prema imaginarnoj celini medijski umreženog sveta. U ovom svetlu mišljeno, citat se, prema našim intuicijama, pokazuje kao deo sveopšteg imaginarijuma, kao onaj entitet što stoji u dijalektičkoj relaciji prema „zaveri“, prožimajući se sa svojim prividnim kontrastom u polju dijalektičkih igara medijskih simulakruma.

U tekstu „Totalitet kao zavera“, Džejmson ističe sledeće: „U široko rasprostranjenoj paralizi kolektivnog i društvenog imaginarnog (što, u našem slučaju zastupaju VR, mas-mediji, Internet i društvene mreže – *prim. D.V.*), koje ‘ostaje nemo’ (Karl Kraus) u suočavanju sa ambicioznom projektom fantaziranja ekonomskog sistema na globalnom nivou, jedan stariji motiv, motiv zavere, dobija na svežini i opstojava kao narativna struktura sposobna da objedini minimalne osnovne komponente: potencijalno beskrajnu mrežu i uverljivo objašnjenje njene nevidljivosti,

drugim rečima, da objedini kolektivno i epistemološko.¹¹ Zavera tako postaje sinonim saznanja u epohi dominacije masovnih i novih medija (u ironijskom smislu reči), dok citiranje, tj. fragmentarizovanje totaliteta podrazumeva različite interpretativne privide istog. Proliferacija citatnosti, nadalje, govori o „drugom“ zaveri, o nemogućnosti da se izvan nje sazna istina, kako u epistemološkom tako i u društvenom smislu reči. Odsustvo istine, tj. njeno prisustvo u zaveri kao jedinom mogućem vidu totaliteta umreženog doba, prikriva se, kako nam se čini, njenom ogoljenom „istinom“, odnosno „otkrivenošću“ u vidu rasutih fragmenata i citata, što su najčešće prisutni na Mreži – ponajviše na Fejsbuku - u obliku navoda misli znamenitih ljudi: naučnika, verskih lidera, umetnika, političara itd.

Osim što, istrgnute iz konteksta, ove misli najčešće zadobijaju konotaciju koju im predicira sam korisnik, smeštajući ih u beskonačne arhivarijume „privatnih iskustava“, namenjenih privilegovanim korisnicima, popularno nazvanim - „FB prijatelji“; njihova osnovna svrha, čini se, nije u podsticaju na mišljenje, već je tu pre reč o nekakvoj „recepturi“ za uspešan ili srećan život,¹² te o mogućoj utehi, ukoliko prethodni uslovi nisu ispunjeni. Privid istinitosti ovih misli sastoji se u sledećem: najpre, oni su *a priori* u dijalektičkoj relaciji sa celinom: bilo kao s prividom ili „zaverom“, a takođe su i dogmatska potvrda jedne ili druge opcije. I naposletku, izgleda da „citati“ ili misli velikih ljudi, što su često korišćeni na FB društvenoj mreži, predstavljaju neku vrstu pokušaja instant isceljenja.

Ima međutim i onih primera na FB mreži što navodno favorizuju knjigu, čitanje, i druge slične duhovne aktivnosti, a koji se pretvaraju u antitezu kulturnih fenomena. Navešćemo ovde karakterističan primer koji bi trebalo da podstakne na čitanje, a koji, kako nam se čini, redukuje refleksiju na puko i doslovno citiranje bilo čega što je preuzeto iz tradicionalnog medija knjige, pri čemu se samo „promovisanje“ čitanja i umetničke literature na FB pretvara u čin koji gubi autentičnu relaciju sa svetom kulture: „It’s the International Book Week. The rules: Grab the closest book to you, turn to page 52, post the 5th sentence as your status. Don’t mention the title. Don’t cheat. Copy the rules

11 Fredrik Džejmson, Totalitet kao zavera, *Prelom* br. 4, Škola za istoriju i teoriju umetnosti – Centar za savremenu umetnost, Beograd, jesen/zima 2002, str. 101.

12 „Ne možemo svi biti filozofi“, ističe Sead Alić, „i uživati u traganjima po često hermetičnim diskursima staza onih koji su krenuli tim putem. No, ono što se može, to je pitanje o odnosu sreće i medija staviti u kontekst bjeline ishodišta pitanja o sreći, na kojoj će se najbolje ocrtati siluete koje se nadvijaju nad novokomponirane oblike sreće.“ Sead Alić, *Mediji i sreća*, u: *Masmediji*, zatvor bez zidova: tekstovi filozofije medija, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb 2012, str. 145.

as part of your status.” O apsurdnosti ideje da se dadaističkim postupkom nasumičnog izbora citata iz neke knjige, i njegovim postavljanjem u vidu statusa na FB profil korisnika, privuče pažnja čitalačke nepublike i time „nečitalac“ „prevede“ u populaciju „konzumenata“, ljubitelja ili onih koji su na bilo koji način zainteresovani za medij knjige i čitanje, a povodom markiranog jubileja,¹³ ne samo da predstavlja vulgarizovanje avangardnog umetničkog postupka koji time zadobija marketinšku dimenziju, već manifestuje, prema našem mišljenju, i retrogradnu upotrebu citiranja u svrhu koja ne ide u prilog knjizi, već primitivnoj „umetnosti kombinovanja“, te upotrebi tehnologije u cilju prostog poigravanja fragmentima ničega (ne-smisla). Da ukratko poentiramo: tehnologija ovde realizuje svoju igru, a knjiga je, u ovom slučaju, samo materijal koji ona upotrebljava i nekritički prerađuje.

Na sličan način, na društvenim mrežama kao što je Fejsbuk, koriste se i citati inkorporirani unutar slike, ili neke manje ili više adekvatno izabrane „pozadine“ (pokatkad su citati istaknuti na neutralnoj „pozadini“, dok je češći slučaj da dolazi do uzajamnog prožimanja, konfrontiranja, ili pukog ilustrovanja citiranog jezičkog sadržaja posredstvom odabrane pozadine, odnosno selektovanog, propratnog vizuelnog materijala), što kao postupak može da asocira bilo na avangardnu ili na postmodernu tehniku „kolažiranja“, pa čak i na tzv. „međunatpise“, kojima se komentariše radnja ili se fingiraju dijalozi u dobu eksploatacije nemog filma. Ne sporeći pretpostavku da upotreba citata na određenoj društvenoj mreži može da označi „trag“ jedne kulture, upisan u medij druge, ipak je, po našem mišljenju, preovlađujući utisak da citati prisutni na društvenim mrežama, načinom izbora, plasmanom, količinom, odnosno učestalim korišćenjem na FB-u, te prilagođavanjem vizuelnom, kao i multimedijalnom kontekstu upotrebe, bez obzira na to kome se pripisuju, duhovnim autoritetima ili anonimnim ličnostima, gube svoju raniju kulturnu ulogu, zadobijajući jednu posve novu.

Naime ova nova uloga citata kao da više ne služi refleksiji ili podsticanju na kritičko razmišljanje (mada ima slučajeva koji iskazuju stav subverzije?),¹⁴ već postaje onaj dijalektički

13 Ovaj status je trebalo postaviti na korisnički zid povodom obeležavanja Međunarodnog dana knjige; tom prilikom je preuzet i istaknut na nekoliko profila, uz propratne kritičke opaske ili bez njih, dana 23. septembra 2012. godine.

14 Tipičan primer pokušaja medijske subverzije *cyber* prostora predstavlja, recimo, „revolucionarni“ anarhistički FB profil (*Timeline*) pod nazivom Anti-Media. I ovde se, naime, obilato koriste citati, ali pretežno oni, koji treba da podstaknu ispoljavanje kritičkog stava (mišljenja) i praktičkog angažmana korisnika. Ilustracije radi, navešćemo nekoliko karakterističnih citata (parola) sa ovog profila, istaknutih tokom septembra i oktobra 2012. godine: „We create nothing. We own everything“; „Stop watching me“; „If they want your

momenat pojma koji referiše, umesto na *logos*, na medij kao takav, na njegovu vlastitu strukturu i unapred programirane potencijale upotrebe. Jedna od takvih mogućnosti je i terapijska, tj. navodna (samo)isceljujuća funkcija citata na Fejsbuk mreži, bilo da je reč o „kodifikovanim“ religijskim, ili individualnim pokušajima iskazivanja stavova posredstvom „drugih“, a koji bi trebalo da poseduju neko magijsko, ali i persuzivno svojstvo isceliteljskog karaktera. S druge strane, čest je slučaj da „agresivna“, a pokatkad i kompulsivna upotreba citata na Mreži ukazuje na narcističko ogledalo obraćanja samom sebi i svom vlastitom „duhu“, neretko u svrhu samoohrabrivanja (pa i samoobmane), potcrtavanja sopstvenih pogleda na svet i evidentiranja nekog značajnog, egzistencijalnog problema, i to putem preuzimanja odgovarajućih mnjenja, u cilju njihovog simboličkog razrešenja, ili, možda, realnog sučeljavanja s „drugim“. Na ovaj način, citiranje biva iskorišćeno kao neka vrsta virtuelne ispovedaonice i instant utehe - prividne, tj. simulirane terapijske prakse, koja kao da, u sve većoj meri, postaje deo svakodnevnih, uobičajenih rituala savremenog čoveka.

U nedostatku slobodnog vremena, volje, motiva i introspekcije, umesto autentično uspostavljene relacije prema duhu, drugome, i samome sebi, *quotes* obično služe kao virtuelna maska refleksivnosti. Jer čemu još mišljenje, kada je već sve rečeno (i učinjeno). U dubokom rezervoaru softverski pohranjene mudrosti „za svakodnevnu upotrebu“, iz virtuelnog spremišta beskonačnog sveta medijski arhivirane kulture, dovoljno je „kliknuti“ na odgovarajućem mestu, i refleksija će (zajedno sa adornoovskim „mučnim pojmom“) biti izbrisana čarolijom novih tehnologija, što će ljubav prema mudrosti, kritičkom i preispitujućem mišljenju, zameniti atraktivnim, pogodnim, gotovim rešenjima u obliku odabranih, a potom i rado konzumiranih citata na društvenoj mreži Fejsbuk.

opinion, they'll give it to you!!“. Sličnih primera autoironično korišćenih citata („medijska samosvest“) ima i na FB profilu pod nazivom: „Life is a Bitch Quotes“, mada su oni najčeće artikulisani tako da deluju politički „neutralno“: „Your Facebook posts make you seem real interesting. But remember, dear, there are people who know you in real life“, i sl.

LITERATURA:

Alić S., Mediji i sreća, u: *Masmediji*, zatvor bez zidova: tekstovi filozofije medija, centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb 2012.

Collins J., Watching ourselves watch television, or who's your agent?, u: *Cultural Studies*, Vol. 3, Number 3, Routledge, London, October 1989.

Džejmson F., Totalitet kao zavera, *Prelom* br. 4, Škola za istoriju i teoriju umetnosti – Centar za savremenu umetnost, Beograd, jesen/zima 2002.

Gir Č., Uvod: Šta je digitalna kultura?, u: *Digitalna kultura*, Clio, Beograd 2011.

Lo S., *Filozofski fajlovi*: Pametno prase! Virtuelna realnost, vežbe iz analitičke filozofije i još ponešto, Plato, Beograd 2003.

Manović L., *Metamediji*, Izbor tekstova, Centar za savremenu umetnost, Beograd 2001.

Salmon K., O svetu bez priča, u: *Strategija Šeherezade*: Prilog Storytellingu, Clio, Beograd 2011.

www. Quoteland.com – Quotations on every topic, by every author, etc.

Divna Vuksanović

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

QUOTES PHENOMENON AS A SYMPTOM OF THE LACK OF (CRITICAL) REFLECTION ON THE FACEBOOK SOCIAL NETWORK

Abstract

The paper critically reviews current understanding of certain cultural phenomena (quotes), considered in the light of complex global communication and media progress, based on the rapid development of new technologies and social networking and through the use of the Internet and the so-called “social networks” such as Facebook. The focus of research has highlighted the appearance of over-quoting, which has almost overwhelmed all social networks substituting the opinions, ritualizing forms of communication in the virtual space and invoking memories of the old cultural phenomena. In this way, users either simulate the traditional patterns of cultural behavior on the network or they quote/adapt suitable experiences leading to deconstruction of their own identity.

Key words: *Facebook, meaning, quotes, memory, communication*