

ELEKTRONSKA MULTIMEDIJA

DEKOR ZA PAD

Strahovit procvat informatičke industrije u devedestim, sada je potpuno jasno, postavlja temelj za stvaranje informatičkog društva koje će biti dominantan model društvenog organizovanja u trećem milenijumu. Iz te činjenice, koja je potpuno izvesna, proističe i promena čovekovog mentalnog sklopa koji se saobražava i prilagodava tehnologiji. U isto vreme, u kovitlacu promena, čovek se udaljava od svoje suštine – od vlastite bogolikosti kao najdublje tajne koju nosi u sebi.

Tako, dvostruki proces stvaranja tehnološke svesti i udaljavanja od bogolikosti čoveka cepa nadvoje, i ostavlja ga izgubljenog u sve bržem protoku informacija i slika koje mediji upućuju ka njemu. Tehnologija, dakle, ne menja samo spoljašnji prostor u kome živimo već i onaj mnogo dragoceniji – unutrašnji prostor u koji je smeštena čovekova duhovnost.

Fenomen informatičkog društva i čovekovog mentalnog sklopa koji iz njega proishodi, polako izmiče do metu pojedinačnih nauka i naučnih disciplina. On postaje objašnjiv tek kombinovanjem nauke i fikcije, postmodernim pastišom ekonomije, informatike, kibernetike, teologije i stripa. Temelj multimedijalnog sveta čine konvergencije raznih industrija i raznih žanrova a postmodernizam je ništa drugo nego jedna dobro skrojena kapa ispod koje se stavljaju izmešani fenomeni, umetnički i industrijski mutanti takvog sveta.

Ogromni industrijski pokreti nastali u devedesetim, menjaju sliku sveta u potpunosti. Otvaraju se hiljade novih radnih mesta a zatvaraju hiljade starih, upravljanje firmama i kompanijama se izmenilo u potpunosti, profit se preusmerava iz medijske u kompjutersku industriju pa opet nazad i tako ukруг. Mutimedijalna industrija i telekomunikacije su dva stuba na kojima se drži ta ogromna građevina biznisa, politike i tehnologije, a sociologija tek razvija novi instrumentarijum kojim će pokušati da objasni njihov uticaj na društvena kretanja.

Multimedijalna industrija i telekomunikacije izrodili su INTERNET i interaktivnu televiziju, usloveli su ogromne promene u telefoniji i industriji video-igara, industriji hardvera i softvera, u filmskim žanrovima, bibliotekarstvu itd. To preplitanje filma, televizije, hardvera, softvera i telefonije predmet je ovog teksta. Za taj sklop raznorodnih tehnologija koristićemo termin *elektronska multimedija*.

Industrijski aspekt elektronske multimedije

Multimedija je i koncept i proizvod. Kao koncept, ona predstavlja mešanje telekomunikacija, medija, filmske i kompjuterske industrije. Kao proizvod, ona kombinuje određene elemente dve ili više nabrojanih industrija sastavljenih u jednu celinu u digitalnom formatu. Tako je CD-ROM multimedijalni proizvod budući da čini kombinaciju medija i kompjutera iako nema veze sa telekomunikacijama.

Definicija elektronske multimedije glasi:

Elektronska multimedija je kombinacija telekomunikacija, medija i kompjuterske tehnologije u digitalnom formatu, koja omogućava simultanu upotrebu ili obradu sva tri elementa.¹

Kao proizvod ona predstavlja digitalnu kombinaciju teksta, slike i zvuka koja se može ali ne mora prenositi kroz telefonsku mrežu. Kao koncept, ona je motor koji pokreće razvoj telekomunikacija do gotovo neslućenih razmera, budući da ubrzava postavljanje optičkih kablova i razvijanje novih telekomunikacionih servisa. Samo te dve stvari čine biznis u koji svake godine telekomunikacione kompanije ulažu desetine

¹ Mark Adamson, Edward Males, *European Multimedia: Business perspectives and potential for growth*, Financial Times Management Reports, FT Business Enterprises Ltd, 1994. str. 8.

milijardi dolara. Kao proizvod ona čini sadržaj kablovskih mreža koje bez nje, u devedesetim, ne bi imale program. Zbog razvijanja elektronske multimedije dešava se da telekomunikaciona ili kablovska kompanija kupi filmsku produkciju kuću. Ona tako sebi obezbeđuje deo neophodnog sadržaja za svoj kablovski servis.

To je razlog zbog kojeg je *Viacom*, telekomunikacioni koncern, kupio *Paramount* za osam milijardi dolara. To je, takođe, i razlog zbog kojeg *Time Warner*, kablovski provajder, proizvodi *Indipendence Day*.

I kao koncept i kao proizvod ona je, dakle, faktor koji uslovljava industrijske unije i preusmeravanja kapitala. Mešanje telekomunikacija, medija i kompjutera moguće je razmotriti samo ako veštački odvojimo svaku od ovih oblasti radi zasebnog posmatranja.

Telekomunikacije

Revolucija koja je nastala u industriji telekomunikacija bila je u isto vreme i uzrok posledica razvoja multimedija. Internet je osnovno sredstvo koje ubrzava razvoj telefonije do granice na kojoj ona može da prenosi glas kao i do sada, ali i sliku i zvuk.

Stara tehnologija koja je omogućavala prenos slike i zvuka kroz telefonske linije bila je bazirana na konverziji digitalnog signala iz kompjutera u analogni signal u telefonskim žicama. *Plain Old Telephone Systems* (POTS) su digitalne informacije prenosili (i još prenose) uz pomoć modema koji je vršio digitalno/analognu konverziju signala. Ova konverzija oduvek je patila od šuma u vezama i od malog kapaciteta podataka koje bakarni kabl može da prenese u jedinici vremena.

Uvođenjem optičkih vlakana i ISDN-a (*Integrated Services Digital Network*), ATM-a (*Asynchronous Transfer Mode*), koji su doduše još egzotične tehnologije, stvar se potpuno menja.

Integrated Services Digital Network kao jedan od servisa koji je moguće dobiti od telekomunikacione kompanije koja ga prodaje (u Britaniji to je *British Telecom*) služi se optičkim kablovima koje TC kompanije uvode kao instalaciju u stan korisnika. Kao način komuniciranja u kablovskim mrežama ISDN je zasnovan na preciznim protokolima koje je svaka zemlja koja poseduje ovaj sistem regulisala kroz svoju pravnu proceduru. On je, štaviše, još 1992. regulisan odredbama Saveta Evropske zajednice i predstavlja temelj buduće

jedinstvene telekomunikacione mreže koja će se koristiti na celoj teritoriji EU.

Kablovke kompanije u Britaniji već su odavno (u mek-luanovskim merilima savremenog sveta koji ubrzano implodira vreme od dve godine je odavno. Godina 1994. je već informatički neolit) uvele digitalne mreže koje u interakciji prenose glas, podatke i video-sig-nale. To podrazumeva da se kablovska televizija i telefonija prenose preko iste mreže i, samim tim, preko istog kabla. Tako se stvara elektronska multimedija i kao proizvod i kao koncept povezivanja industrija. Godine 1995. kablovsko-televizijsko-telefonski koncern *London Interconnect* povezo se sa tri filmska studija i napravio prvi tzv. *pay-per-view* filmski kanal.² Za tride-set četiri funte mesečne pretplate, u konkretnom slučaju, korisnik je dobijao kombinaciju telefonije, televizije i filma.

Koliko je multimedija biznis u ekspanziji, svedoči i činjenica da je od početka 1993. do kraja 1994. gotovo trista hiljada Britanaca prešlo sa klasične na kombinovanu TV kablovsku telefoniju. Zajedno sa optičkim kablovima kroz koje se ove usluge ostvaruju, ISDN je tehnološki temelj buduće svetske telekomunikacione mreže – transmisiona tehnologija.

Kao element povezivanja od ključne važnosti za EU, elektronska multimedija je precizno regulisana odredbama Saveta Evropske zajednice. Regulišući postepen razvoj telekomunikacija Savet je doneo zabranu kojom se telefonskim kompanijama zabranjuje da kroz svoje mreže prenose televiziju i kojom se, *vice versa*, kablovskim kompanijama zabranjuje da se bave telefonijom. Ova zabrana nije se odnosila samo na Veliku Britaniju. Do trenutka deregulacije 1998, ova zabrana je štitila monopol koje su imale državne telekomunikacione kompanije od napada agresivnih kablovskih kompanija koje su otimala tržište. Od 1998. nastaje prava eksplozija multimedijalnih proizvoda i usluga, u koju su sada uključene i državne kompanije kao moćni činio-ci.

Do 1998. tržište multimedije je procenjeno na gotovo trinaest milijardi funti samo u Britaniji,³ i jasno je da je u pitanju enormno veliko tržište sa ogromnim potencijalima za rast. Elektronska multimedija postaje

² Isto, str. 54.

³ Isto, str. 38.

nova telefonija, kroz telefonski kabl se sve više prenose slika i zvuk i postavlja temelj jedne nove pismenosti. Ona kao proizvod postaje dominantan kognitivni koktel koji se servira postmodernom čoveku. Osim toga, ona ima jednu osobinu koja krajnje pogoduje kablovskim kompanijama. Multimedija, naime, stvara zavisnost. Ko se jednom pretplati na multimedijalne kablovske usluge veoma ih se teško i retko odriče.

Taj kognitivni koktel teksta, slike i zvuka predstavlja veliki problem za interaktivnu TV-telefoniju, budući da je stvoren kanal koji ima mnogo veću prohodnost od količine programa koji se tim kanalom prenosi. Drugim rečima, postoji manjak programa za multimedijalnu industriju. Ovo uzrokuje čitav niz stvaranja hibridnih kompanija koje se vertikalno povezuju da bi proizvele dovoljne količine programa da isplate transmisionu kapacitete koje su stvorili. Neki primeri vertikalnog povezivanja kompanija to pokazuju:

– *AT&T, Electronic Arts* (proizvođač kompjuterskih igara), *MCA* i *Time Warner* udružili su se da bi napravili 3DO, najveći konkurent Sega i Nintendo konzolama do pojave Sony Playstation-a.

– *Sega, Time Warner* i *Telecommunications Inc (TCI)* osnovali su zajedničku TV-mrežu za distribuciju videoigara.

– *AT&T* i *Tijeva* ispostava *US West* kupila je 25% akcija *Time Warner*-a da bi ušla u posao konverzije klasične Warnerove kablovske mreže u optičku.

– *Microsoft, TCI* i *Time Warner* zajedno stvaraju softver za interaktivnu televiziju u koju je Microsoft već uložio skoro milijardu dolara.

– *Viacom* je kupio *Paramount Pictures* za deset milijardi dolara.

– *Microsoft* je za stotrideset miliona dolara kupio kompaniju koja proizvodi najmoćniji softver za kompjutersku animaciju (uz čiju je upotrebu raden *Park iz doba jure*) – *Softimage*.

Na ovaj način hibridne mutant-kompanije pokrivaju veći deo proizvodnog lanca multimedije i višestruko uvećavaju svoj profit.

Tako, naposletku, postaje jasno da slika savremenog sveta u devedesetim, nije moguća bez industrijskih unija u oblasti multimedije.

Kompjuterska i medijska industrija

Ključ razumevanja fenomena elektronske multimedije je u razumevanju prerastanja kompjuterske industrije u medijsku. Oblast u kojoj se to prerastanje najbolje vidi i u kojoj ima najveće kreativne i finansijske rezultate jesu, svakako, video-igre.

Kompjuterske igre su poslednjih godina postale toliko složene i sofisticovane da prerastaju u potpuno zaseban svet koji je kadar da igrača drži mesecima zarobljenog u čistoj artificijelnosti. Interaktivne igre su još komplikovanije i životnije. Kada je reč o interaktivnim igrama na umreženim PC kompjuterima onda životnost igre postaje recipročna snazi umreženih mašina sa mogućnošću da postanu toliko uverljive da predstavljaju pravi surogat za stvarni svet. Interaktivne igre su industrija u nastajanju i trenutno čine samo mali postotak sadržaja koji se nalazi na *world wide webu* ali je rast ove industrije u budućnosti izvestan.

Za kompjuterske igre su vezani ogromni kreativni potencijali. Dok se televizijski producenti i animatori bave digitalnim sadržajima mreža i interaktivnom multimedijom, industrija kompjuterskih igara godišnje, samo u Britaniji, izveze 417 miliona funti "kreativnog sadržaja".⁴ Njen najveći potencijal, međutim, nije finansijski već kreativni. Po podacima ELSPA (*Electronic Leisure Software Publishers Association*) trenutno je u toku proces u kome proizvođači igara kao što su *Codemasters*, *Eidos* i *Electronic Arts*, strahovito profitiraju od odliva kreativnih kadrova sa televizije. Očigledno je da su kompjuterske igre postale unosniji i kreativniji posao od televizije.⁵ Ovakav transfer je moguć zato što su igre i televizija slične oblasti koje se umnogome prepliću.

Istini za volju, i televizija postaje sve otvorenija za proizvode kompanija koje se bave igrama. O tome svedoči serija za decu *Knighmare* koja je emitovana u Britaniji 1998. godine a koju je proizvela firma *Broadsword* specijalizovana za VR. O tome, naposljetku, govori i činjenica da se najveći proizvođač igara u Britaniji, firma *Eidos* sprema da svoj najpoznatiji lik – *Laru Kroft*, junakinju igre *Tomb Raider*, prebaci na televiziju u formi desetominutne TV-serije od trinaest

⁴ *Computer Graphics Image (CGI) magazine*, br. 12. decembar 1998. str 37.

⁵ *Isto*, str. 18.

epizoda.⁶ Popularnost Lare Kroft može da se meri sa popularnošću bilo kog poznatijeg živog glumca.

Ako se, pak, upitamo, šta je to po čemu Lara Kroft nije živa, onda možemo prečicom da dospemo u nerešivi solipsizam Interneta. Živa je koliko i mi kada smo priključeni na Mrežu. Drugi sagovornik na liniji nije ništa drugo nego kombinacija slike, zvuka i teksta koja ga predstavlja. To je ono što Virilio naziva *teleprisutnost*. Tako se približavamo mekluanovskom terminu *amputacija* koji se upotrebljava da izrazi udaljšavanje naših mehaničkih i elektronskih produžetaka od nas samih. Deo tela koji smo produžili, bilo da su to noge (točkom), oči (televizijom ili štampom), itd., postaje neosetljiv i udaljšava se od nas.⁷ Šta se dešava kada kompletnu svest produžavamo Internetom? Šta se tada amputira? U svetu u kome slike počinju da zamenjuju stvarnost Lara Kroft može biti podjednako živa koliko i mi.

No, razmatranja Bodrijara, Deleza, Mekluana i drugih nisu ništa drugo do fina intelektualna batrganja u mreži koju sliću ekonomija i politika. Bil Gejts, softverski a odskora i medijski mogul, već deset godina radi na transformaciji najveće softverske imperije – *Microsofta* u medijsku kompaniju XXI veka. Ta transformacija je toliko temeljna i sveobuhvatna da, kažu, takva nije viđena u celokupnoj istoriji američke ekonomije.⁸ U prvim godinama XXI veka *Microsoft* će se baviti potpuno novom vrstom medija koja se naziva *mediaware*.

U martu 1994. godine *Microsoft* je započeo projekat *Tigar* čije se krajnje posledice ni danas ne mogu u potpunosti sagledati. *Tigar* je projekat razvoja interaktivne televizije, konačnog spoja kompjutera i TV-a koji će u potpunosti promeniti strukturu kompanije i stvoriti medij budućnosti. U to vreme, godinu dana pre nastanka *world wide weba*, projekat *Tigar* je imao budžet od svega dvadeset miliona dolara. Dve godine kasnije, pre-rastao je u zajedničko ulaganje sa NBC-jem vredno 420 miliona dolara. Tako je započeo megalomanski proces koji će kompaniju vrednu 5,9 milijardi dolara, koja bukvalno kontroliše 80% kućnih računara na pla-

⁶ Isto, str. 18.

⁷ Maršal Mekluan, *Poznavanje medija, čovekovih produžetaka*, Prosveta, Beograd 1971, str. 42.

⁸ *Wired, magazine for cyberculture*, br. 54. april 1996. str. 108.

neti, pretvoriti u medijsku kuću takve moći da joj se samo orvelovska predviđanja približavaju.

Za razvoj takve medijske imperije potrebno je vertikalno povezivanje (kupovina *Softimage-a*, udruživanje sa kompanijom *Dreamworks* itd.) koje prouzrokuje povezivanje lanca proizvodnje. Potreban je, zatim, nov televizijski softver na čijem razvoju već godinama rade *Microsoft*-ovi programeri. Potrebna su, takođe, i nova tehnološka sredstva da obezbede prodor na nova tržišta kao što je tržište virtuelnih svetova (da literarno tako nazovemo kombinacije interaktivnih igara i televizije). U tu svrhu *Microsoft* već godinama ulaže u proizvodnju televizijskih satelita. Za ovakvu transformaciju su neophodni i stručnjaci koje Bil Gejts regrutuje iz postojeće medijske industrije.

Interaktivni multimediji su jedina grana medijske industrije kojoj se predviđa onoliko revolucionaran rast koliki je bio rast proizvodnje PC-ja u vreme kada su se tek pojavili početkom devedesetih. No, ta perspektiva rasta je samo jedan od razloga za veliki zaokret Bila Gejtsa. Drugi razlog je što celokupno kompjutersko tržište, na kome je Gejts ionako najveći igrač, ostvaruje ukupan godišnji promet od 27 milijardi dolara. Medijsko tržište, uključujući tu i film, televiziju, muziku, video i štampu (svi će biti ujedinjeni u multimedijalni *mediaware*), ima godišnji promet od 200 milijardi dolara. U tu cifru nije uračunat mamutski profit koji ostvaruju telekomunikacijske kompanije.⁹

U toku osamdesetih, sve medijske kuće su prešle na digitalnu tehnologiju u proizvodnji filmova, TV-programa, izdavaštvu, muzici, itd. U međuvremenu su sve moćniji kućni kompjuteri osposobljeni za elektronsku multimediju, kombinaciju digitalne slike, zvuka i teksta koja može da se smesti na CD-ROM. Kompjuteri su prvi put postali sredstva za samostalno stvaranje, upotrebljavanje i distribuciju interaktivnog medijskog proizvoda. Taj novi interaktivni medij (*mediaware*) glavni je proizvod budućeg *Microsoftia*. *Mediaware* je od avgusta 1995, kada je prvi put predstavljen *world wide web*, do danas postao sastavni činilac svetske mreže, virtuelnog sveta ili kiber prostora u kome čini ono što Bodrijar naziva *mediascape*.

Tako se, na kraju devedesetih, stvara jasan profil digitalnog sveta u kome je elektronska multimedija osnovno sredstvo komunikacije i koga pokreću ekonomski faktori ogromnih profita.

⁹ Isto, str. 106.

Sociološki aspekt elektronske multimedije

Po rečima francuskog sociologa Žana Bodrijara, svet je u postmodernom dobu dostigao nivo prozirnosti (*transparencije*). Ovaj termin se koristi da označi preplitanje različitih kulturnih sfera (estetika, politika, seksualnost itd.) koje su dostigle tačku svoje "prozirnosti" ili vrhunsku tačku u razvoju i tako stigle do svog limita. One, međutim, i pored toga nastavljaju sa neprekidnim procesom samoreprodukcije a usled toga eksplodiraju i mešaju se sa drugim kulturnim sferama. To podrazumeva da se stvara politika sporta, estetika seksa, itd. Tako se, razvojem preko prirodnih limita, kulturne sfere mešaju i kontaminiraju jedne druge.

Postaje jasno da multimedija, dakle, nije samo CD-ROM ili kompjuterska igra, čak ni industrijska unija koja donosi ogroman profit, već da je, iznad svega, način razmišljanja. Multimedija kao koncept odražava strukturu postmodernog sveta.

Termin *postmodernizam*, koji je isuviše upotrebljavan, i sam postaje postmoderan. On bodrijarovski inicira ostale kulturne sfere i možemo govoriti o postmodernom filmu, televiziji, predstavi ali i o politici, ekonomiji ili načinu života.

Ovaj termin se pripisuje Žan Fransoa Liotaru od koga je kanadska vlada 1979. godine tražila tekst u kome će izneti svoje viđenje modernog sveta. On u tom izveštaju tvrdi da "postmodernistička uslovljenost proizlazi otuda što nauka i saznanja zavise isključivo od kvaliteta informacija, no ove u našem društvu ne služe izgrađivanju ličnosti, već se proizvode sa ciljem da se koriste za tržište, za investicije i za novu još rentabilniju proizvodnju. Otuda u čoveku osećaj da se nalazi u svetu koji je krajnje heterogen; iz osnova je poljuljana predstava o celovitosti sveta, o njegovom totalitetu, a takođe i vera u progres."¹⁰ Posledica preusmeravanja protoka informacija je, dakle, čovekova zbunjenost nad heterogenim svetom. Taj svet u kome se sve prepliće, predmet je proučavanja teoretičara postmodernizma. Kao što su telekomunikacije povezane sa medijima, tako je i politika povezana sa sociologijom postmodernog društva. Hipertrofirane kulturne sfere kontaminiraju jedna drugu.

Primer za to svakako je odnos politike prema elektronskoj multimediji. Koren svake politike – vojna

¹⁰ Grupa autora, *Rečnik književnih termina*, Nolit, Beograd 1992.

industrija, nije ništa drugo do pedagog modernog čoveka, budući da je rat uvek bio sredstvo kojim se podiže tehnološka pismenost naroda, po Meklunovim rečima.¹¹ Da je ovo tačno pokazuje biografija Norberta Vinera (tvorca kibernetike, jedine naučne discipline dovoljno sveobuhvatne da celovito razmotri fenomen informatičkog društva), koji je svoju naučnu karijeru započeo na razvoju radarskih postrojenja za američku avijaciju u II svetskom ratu. Džon fon Nojman, tvorac prve računске mašine i otac kompjutera, radio je u toku II svetskog rata na projektu "Alamo" – američkoj atomskoj bombi. Ivan Saderlend, tvorac kompjuterske animacije i autor prvog kompjuterski animiranog filma *Sketchboard*, razvio je simulatore letenja na kompjuterima na kojima su se obučavali američki ratni piloti.

I počeci Interneta vezani su za vojnu industriju. Ova mreža je nastala šezdesetih kada su istraživači počeli da eksperimentišu sa povezivanjem računara putem telefona koristeći fondove američke Agencije za savremene istraživačke projekte (ARPA – *Advanced Research Projects Agency*). Cilj ARPA nije bio izgradnja današnje internacionalne mreže, već razvoj mreže za razmenu podataka koja će moći da preživi nuklearni udar. U početku se ARPANet koristila samo za razmenu elektronske pošte, a zatim je razvijena za postupak diskutovanja u realnom vremenu. U sedamdesetim, ARPA je razvila protokole za prenos podataka između različitih mreža računara. Ovi protokoli su omogućili razvoj mreže-mreža Interneta. ARPANet se putem protokola povezala sa mrežama u drugim državama i tako su nastale velike mreže danas ujedinjene u Internet.¹² Promet saobraćaja u Internetu mesečno raste za 20%.

Jedan od ključnih termina multimedijalnog sveta jeste *informatički superautoput*. Ovaj termin (koji je skovan u Beloj kući i koji je kao i *postmodernizam*, suviše upotrebljavan) stvara jednu od ključnih slika postmodernizma – iluziju putovanja po virtuelnom svetu, kretanja bez fizičkih pokreta ili virtuelnog turizma. *Informatički superautoput* je termin oko koga se plete romantična mreža slika koje nas podsećaju na *Neuromanser*, roman Vilijama Gibsona u kome svest projektujemo na Mrežu, a onda njome putujemo. Nje-

¹¹ Meklun, *isto*, str. 42.

¹² *PC Pres*, br. 5. jun 1997.

govo je poreklo, međutim, mnogo prozaičnije. *Informatički superautoput* je nastao kao drugo ime za Nacionalnu informatičku infrastrukturu, projekat američke vlade koji bi trebalo da putem telefonije i multimedije poveže sve institucije i građane Amerike u jednu, jedinstvenu mrežu. Tvorac termina, tadašnji potpredsednik u Klintonovoj vladi, Al Gor, upotrebio je termin *superhighway* zbog toga što je njegov otac tvorac mreže američkih superautoputeva. Al Gor, dakle, čini to isto, samo u virtuelnom svetu.

Ovaj termin je najuočljiviji primer prenošenja politike iz stvarnog u virtuelni svet. O tom prenošenju govori i postojanje demokratskih institucija virtuelnog sveta koje se ubrzano stvaraju. Budući da je Internet devičanski, nedavno otkriven svet, on prolazi kroz slatko detinjstvo još nekompromitovane demokratije. Mič Kapor, tvorac Lotusa i EFF-a (*Electronic Frontier Foundation*), i jedan od glavnih vođa demokratskog virtuelnog sveta tvrdi: "Život u kiber-prostoru je nasuve svet jednakosti a ne svet elite, on je decentralizovan i nehijerarhijski organizovan... u stvari, izgleda život u kiber-prostoru počinje da se organizuje onako kako bi to Tomas Džeferson želeo: na principima individualnih sloboda i odanosti pluralizmu, različitosti i zajedništvu."¹³

Tako se politika (kao i sve ostale kulturne sfere – umetnost, seksualnost, itd.) prenosi sa istim zabludama i istim metodama u virtuelni multimedijalni svet. O tome svedoči i ozbiljna bojazan koju je izrazila CIA, da bi iranski studenti mogli da izvrše simultani upad u američku informatičku strukturu praveći haos koji bi se graničio sa ratnim stanjem. Za taj upad, umesto ratnih brodova, poslužile bi desetine i stotine mašina širom sveta koje bi istovremeno napale američke mreže.

Primer a ovakvog preplitanja je bezbroj. Ono, uostalom, čini osnovu koncepta elektronske multimedije i stožer postmodernog sveta. Kao što to čine grane industrije i kompanije raznorodnih delatnosti tako se, u dobu elektronske multimedije, mešaju i naučne discipline. O tome svedoči pojava egzotične naučne discipline koja sebe naziva "vizuelna sociologija". Ovaj teorijski izdanak Interneta nastao je na *Univerzitetu Kent* (USA) i postiže velike pedagoške rezultate u radu sa studentima. Vizuelna sociologija polazi od pretpostavke da je nemoguće kabinetski se baviti so-

¹³ Wired, isto, str. 92.

ciologijom već je potrebno izaći na teren pod kojim se podrazumeva Internet. Ne može se govoriti o multimedijalnom društvu koje je zasnovano na komunikaciji putem koktela zvuk – slika – tekst a da se pri tom služi štampanim tekstom koji podrazumeva čitanje red po red. Da bi se razmatrala multimedija, to se mora učiniti multimedijalno.

Tako je nastao teorijski tekst *Cybertheory – Mapping the Terrain of Postmodern Society* uz koji je priključen video klip MACHINE. Kombinacija teorijskog teksta i slike na sajtu Univerziteta Kent predstavlja prvi primer multimedijalnog teorijskog bavljenja postmodernim društvom. Iz ovoga proishodi i sklad predmeta izučavanja i sredstava odnosno metoda izučavanja. Vizuelna sociologija je, dakle, i sama deo sveta koji ispituje (mada je, ipak, suviše rano zvati je naučnom disciplinom budući da predstavlja samo multimedijalni elektronski tekst profesora i studenata Kent univerziteta) pa bi tako i sama mogla da postane predmet svog izučavanja budući da pripada istoj klasi pojava.

Iz pojave vizuelne sociologije (a i iz samog postojanja *world wide weba* i svih multimedijalnih sadržaja na njemu) zaključuje se postojanje vrlo neprijatne posledice po čovekov mentalni sklop. Prilagodavanja sredstava izučavanja predmetu izučavanja podrazumeva da je čoveku koji živi u svetu elektronske multimedije mnogo bliža slika nego sam tekst. To povlači kao posledicu polako izumiranje reči kao starog medija komunikacije a dominiranje slike kao novog medija. Obraćajući se postmodernom umu vizuelna sociologija ne koristi dominantno reč već sliku.

Reč, pisana ili usmena, jednostavno više nema snagu da ostvari toliki protok informacija u jedinici vremena koliki je postmoderni mozak spreman da primi. Čitanje red po red je linearno i sporo, a elektronska multimedija prenosi desetine frejmova slike (zavisno od formata i vrste servisa) u sekundi i to sve kombinuje sa zvukom i tekstom. Vizuelna sociologija se približava na samo korak do Mekluanove vizije o projekciji svih čovekovih čula na električne mreže.¹⁴ Kada se to desi, moći ćemo da osetimo i miris i dodir i tada će vizuelna sociologija prerasti u nekakvu *sinestezijsku* sociologiju u kojoj će se informacije prenositi putem svih čula. To jednostavno znači kraj dominacije reči.

¹⁴ Mekluan, *isto*, str 102.

Džon Silej Braun, direktor "Kseroksovog" istraživačkog centra u Paolo Altu kaže: "Jasno je da ćemo nešto dobiti a nešto izgubiti. Krećemo se ka jednoj novoj pismenosti. Pisaća mašina je oblikovala naše dosadašnje pojmove o pismenosti. Sada nailazimo na nove alate, računarske, i oni nas upućuju da više cenimo audio-vizuelno razmišljanje nego tekstualno."¹⁵ Ova izjava govori o već pomenutom multimedijalnom načinu razmišljanja koji je, svakako, najozbiljnija posledica spajanja audio-vizuelnih čula. Mozak korisnika multimedija radi brže, on je treniran MTV kadrovima od 1,5 sec. koje već sasvim lako percipira. Toj brzini i simultanosti žrtvuje se polako klasična pismenost i stari verbalni način razmišljanja. Nešto se dobija a nešto gubi, kako kažu u "Kseroksu".

Multimedijalni koncept mišljenja podrazumeva i promenu cerebralnih parametara koji su mnogo dublji nego favorizovanje slike u odnosu na reč. Ti parametri se odnose na shvatanje prostornih odnosa, pa napoljetku, i na percipiranje protoka vremena. Mekluan govori o svetu koji je u devetnaestom veku bio organizovan po "železničkom principu" (kao prostornoj kategoriji), što podrazumeva zrakasto povezivanje i jasno definisan odnos centar – periferija. Sadašnji "električni princip" briše periferiju kao pojam i ostavlja svaku kuću da bude vlastiti centar. To je mekluanovska "decentralizacija" sveta. U decentralizovanom, električnom svetu, svaka kuća postaje deo svetske mreže koja više nije organizovana zrakasto već je više nalik na tkanje. Povećavanje brzine od mehaničkih do trenutnih električnih formi, preokreće eksploziju u imploziju.¹⁶ Svet železnice je ogroman i neistražen a civilizacija vozovima dospeva do udaljenih krajeva. Taj svet se još uvek širi. Svet elektrike i medija se smanjuje, implozira i prva stepenica u tom smanjivanju je ono što Mekluan naziva globalno selo.

Međutim, svetska implozija nije se zaustavila na veličini sela. Ona se nastavila, kako kaže Bodrijar, do implozije u jednu hiperrealnu tačku i do prodora u virtuelni svet. Usled tog apsolutnog sažimanja, svet na Internetu dobija dimenzije koje se mere sasvim drugim čulima za osećaj prostora.

¹⁵ Književna reč, br. 500, str. 70.

¹⁶ Mekluan, *isto*, str. 73.

Iz Interneta i multimedije proishodi ključna promena u načinu doživljavanja prostora. Krećući se kroz *mediascape*, multimedijски pejzaž na Mreži, mi gubimo osećaj za daljinu, blizinu i kretanje. Udaljenosti na Mreži su sasvim relativne. Tako se može zamisliti kompjuter kao kibernetičko vozilo koje nas, bez naših pokreta, prevozi kroz virtuelni svet. To je ono što Virilo naziva *teleprisutni organizam*.

Najbrilijantniji opis ovog sveta potiče od Žila Deleza, francuskog filozofa koji se nikada nije bavio Internetom. Delez je skovao termin *rizom* kao osnovnu karakteristiku stvarnosti. Rizom je donekle čudan termin budući da u bukvalnom prevodu označava krtolu ili podzemni plod. Ključ razumevanja ovog Delezovog termina leži u njegovom suprotstavljanju konceptu drveta. Drvo (kao koncept) je nešto što ima istoriju, što ima centralno stablo od koga se granaju grane, drvo je u poređenju sa krompirom visoko organizovana i trajna struktura. Drvo je i način mišljenja i nasleđeno ustrojstvo sveta. Drvo se prostire kroz vreme. Naša prezimena su nasleđena od otaca i dedova koji su se isto prezivali, svi imamo genaološko stablo i poreklo. Roman devetnaestog veka je, po Delezovom mišljenju, drvo. On ima početak, sredinu, kraj i linearni tok. Roman *Goli ručak* Edvarda Berouza je rizom – može se čitati sa bilo koje strane, od sredine ka kraju i obrnuto, on nema celinu već ima samo sklop. Delez je fasciniran pojmom sklopa. Svet pod pojmom rizom podrazumeva samo sklapanje i preplitanje bezbroj ravni, splet filozofije, seksa, fudbala, psihoanalize i bilo koje druge ravni koja nam padne na pamet. I ceo taj splet se dešava *sada*, u ovom trenutku, taj sklop nema nikakvu istoriju niti poreklo. Rizom ima samo tačke presecanja ovih ravni i intenzitete informacija koj kroz te preseke protiču. Sve veličine rizoma mogu se kvantifikovati i izmeriti, sve je mašina.¹⁷

Kroz Delezovu filozofiju provejava snažan elan pionira novih svetova. Njegov svet ustrojen kao rizom, simultan i ispresecan raznim ravnima, pokreće se samo jednim motorom – čistom ljudskom željom. Delez je veliki protivnik Frojda i psihoanalize. Dok je za Frojda podsvest skladište tamnih poriva i želja, za Deleza je ona izvor najkonstruktivnije moguće energije. Podsvest je mesto gde se stvara želja a ova je kvalitet potreban da bi se

¹⁷ Žil Delez i Feliks Gatari. *Rizom*, Književna kritika, br. 1, januar-februar 1990. str. 8.

stvorio rizom, da bi se presekle ravni. Taj životni elan ali i poetika rizoma vidljivi su iz sledećeg citata:

"Pisati pomoću parola: pravite rizom a ne koren, nikada ne sadite. Ne sejte, ubadajte! Ne budite ni jedinstveni ni mnogostruki, budite mnoštva! Crtajte liniju, a nikada tačku! Brzina pretvara tačku u liniju! *Budite brzi, čak i u mestu* (kurziv B. Š.) Linija sreće, linija boka, nedoglednica. Ne podstičite Generala u sebi! Pravite karte, a ne fotografije i crteže! Budite Panter Panta i neka vaše ljubavi budu kao osa i orhideja, mačka i pavijan."¹⁸

Delez postavlja dijagnozu da se razbijeni svet devedesetih pokreće željom kao osnovnim pokretačem. Bodrijar ide korak dalje – on imenuje želju koja pokreće postmoderni svet. To je čovekova razgoropadena želja ili, bolje rečeno, strast za slikom. Bombardovan slikama u mas-medijskom društvu čovek gubi smisao za stvarno. Sami sebe počinjemo da doživljamo kao slike i na ulici, u samoposluzi, srećemo se sa drugim ljudima koji su za nas takođe slike, a koji pri tom i sami sebe kao slike doživljavaju. Tako se stvara ono što Bodrijar naziva "igra" – simulirani stvarni odnos između dve slike, između tebe i mene koji smo podjednako nestvarni. Igra simulakri.¹⁹ Potrošačko društvo, prema njegovom mišljenju, neprestano je gladno stvarnosti a neprestano umesto nje kupuje slike stvarnosti, troši ih, ponovo kupuje pa ukруг.

Tako građanin mas-medijskog, potrošačkog društva zapravo uvek želi da bude stvaran a uvek od sebe stvara sliku ovoga ili onoga proizvoda ili stanja koje mu prodaju mediji. Tu, dakle, teži najdublji smisao elektronske multimedije – ona je bukvalno, tehničko, digitalno, opredmećenje čovekovog mentalnog sklopa. Ona je savremenom čoveku bliska po svojoj brzini, smanjivanju funkcije reči i teksta i, naposljetku, po svom vizuelnom kvalitetu koji jedini može da se dotakne duše postmodernog čoveka. U okolnostima u kojima smo okruženi munjevitim protokom slika, prinuđeni smo da neprestano sami sebe redefinišemo, da sebe doživljavamo iznova i da iznova uspostavljamo svoj identitet zasnovan na TV-serijama, dnevnicima, web sajtovima, reklamama i filmovima. Tako ljudskost (da tako nazovemo bezimni kvalitet koji nas čini

¹⁸ Delez, *Gatari*, str. 26.

¹⁹ *Cybertheory*, str. 8.

ljudima ma šta on bio) postaje nešto što se mora steći kroz borbu a ne nešto što nam je dato rođenjem. U multimedijalnom svetu privida u kome se sve munjevitomenja, biti čovek je stvar odluke a ne stvar rođenja.

I tu se, na kraju, dolazi do eshatološkog bezdana koji se otvara ispod tankog, šarenog leda multimedijalnosti.

Duhovni aspekt elektronske multimedije

Kada se, jedan pored drugog, postave sociološki i ekonomski aspekt elektronske multimedije, sledi pitanje: šta je starije, kokoš ili jaje? Da li ekonomski odnosi i nove tehnologije stvaraju nove društvene i mentalne sklopove ili, pak, čovek menja tehnologije i odnose da bi zadovoljio nekakvu svoju želju ili strast. Koji je prauzrok vrzinog kola koje plete multimedijalni svet? Gde ta mešavina industrije, profita, nauke i zabave počinje a gde se završava i čemu vodi. Postmoderni svet, necelovit i razbijen ne daje odgovore na ova pitanja. Odgovor na njih i nije moguć u okvirima postmodernizma. Estetika i filozofija mešanja i simultanosti koja nastaje u industrijskom savremenom društvu ne mogu da daju odgovor na najdublji čovekov rasep koji i dovodi do pojave postmodernizma. Iz te najtemeljnije pukotine u čovekovoju ličnosti proizlaze želje koje stvaraju postmodernizam, i vaze za prividima uklanjajući pogled od stvarnosti.

Utoliko su ekonomski i sociološki aspekt ove teme samo površinski mogli da je razmotre. Njena dubina im izmiče a oni pomažu da se stvori samo skica o celini procesa koji se odvija sa kompjuterizacijom društva. U samom korenu problema nalazi se, zapravo, čovekov rasep sa sopstvenom bogolikom prirodom.

U VI veku, sv. Maksim Ispovednik u zbirci pouka koja će kasnije biti sabrana pod imenom *Četiri stotine glava o ljubavi*, postavlja krajnje jednostavan i sveobuhvatan prikaz sveta: "Sva bića se dele na materijalna i nematerijalna. Od materijalnih postoje razumna (slovesna) i nerazumna (beslovesna) bića – čovek i životinja. Od nematerijalnih bića postoje blagoslovena i prokleta bića – anđeli i demoni."²⁰ Kada se u ovaj opis od pre četrnaeset vekova uvedu Viriliovu *teleprisutni organizmi* – dobije se kompletna zabuna. Čovek je Internetom produžio svoju svest na daljinu

²⁰ Sv. Maksim Ispovednik, *Četiri stotine glava o ljubavi*, Logos/Orthodos, Beograd 1992. str. 12.

i postao je *teleprisutan*, nematerijalan a ipak postojeći. Koji je od nematerijalnih gostiju na nekom *chat* kanalu na Internetu blagosloveno biće a koji proklete? Sveto-otački spisi postali su nedovoljni da objasne i obuhvate veličinu čovekovog pada i sve tehnološke smicalice koje on pri tom padu primenjuje.

Na ovom mestu valja na trenutak ostaviti po strani multimediju, da bi se samo delić hrišćanskog instrumentarijuma primenio na prefinjeni i komplikovani mentalni sklop postmodernog čoveka. Kao ključna osobina takve svesti pokazuje se njen istančani, osetljivi i prenadraženi odnos prema patnji. Čovek postmodernizma ima sasvim specifičan odnos prema patnji – on želi da je iskoreni i uništi jer ne može da je podnese.

Nikolaj Berdajev patnju smatra najsuštastvenijom činjenicom čovekovog postojanja. Za njega je "patim, dakle postojim" mnogo istinitije od "mislim, dakle postojim".²¹

Patnja proističe iz čovekovog raskoraka između njegove božanske prirode i prirodnih okolnosti u kojima živi. Bogoostavljen, pali svet mesto je neprekidne patnje ljudske. Budući da je čovek stvoren po liku Božijem onda važi i obrnuto – Bog je nalik na čoveka. Samim tim i Bog pati. U sam temelj hrišćanstva uzidana je ljudska ali i božanska patnja na krstu.

Knjiga o Jovu najbolje svedoči o božanskoj promisli kojom ljudi pate. No, u toku istorije hrišćanstva patnja je često pervertirana i pretvarana u poželjan kvalitet. Smatralo se da je bogougodno ako čovek više pati. Tako su nastale inkvizicija, krstaški ratovi, hrišćanska samomučenja, itd. Hrišćanstvo je kroz istoriju gubilo i ponovo pronalazilo put, i ova zastranjenja nemaju značaja za osnovnu postavku hrišćanstva – da čovekova patnja nastaje zbog nesaglasja sveta iz koga potičemo i sveta u kome živimo.

Čovek je, međutim, toliko fasciniran patnjom i toliko je komplikovano biće da često uživa da pati ili pribegava mehanizmima koji jednu patnju isteruju drugom.

Čini se da je Dostojevski ovo najbolje znao.

Mnogo je paradoksa vezano za patnju. Jedan od njih je svakako taj da prefinjeni i fizički oslabljeni savremeni Evropejac ima nizak prag osetljivosti na patnju. Savremeni komplikovani čovek može da podnese mno-

²¹ Nikolaj Berdajev, *Egzistencijalna dijalektika božanskog i ljudskog*, Logos/Ortodos, Beograd 1995, str. 79.

go manje bola nego što je mogao nekada. A živi u svetu u kome su se razmere patnje povećale do neslućenih granica a bol i zlo poprimili bezbroj rafiniranih lica. S jedne strane niče odnos o nedopustivosti prestrogo kažnjavanja zatvorenika, a s druge, stvaraju se mehanizmi koji čoveka gone u prestup. Psihološki smo sve tananiji, a svet je sve grublji.

Za Berdajeva je intenzitet patnji povezan sa intenzivnošću života, sa izražajnošću ličnosti. Odricanje od životne intenzivnosti može da oslabi bol i čovek beži od sveta koji mu taj bol nanosi.²² Postmoderni čovek (a u novije vreme i čovek post-postmodernizma) obuzet je potragom za anestezijom od neshvatljivih patnji koje njegov, medijima izoštren, nervni sistem ne može da podnese. I tu leži najveća klopka u koju savremeni čovek multimedije, tehnologije, rejava, medija i zaborava upada. Bežeći od sveta na Internet ili u *trip* – simulirano (eletronski ili hemijski proizvedeno) halucinantno stanje, ili bilo koji drugi surogat – on oseća nove patnje, one od neispunjenosti i zatvorenosti u sebe.

Gotovo istu dijagnozu stanja savremenog čoveka daje Maršal Mekluan četrdeset godina posle Berdajeva. I ruski filozof bogotražitelj i otac komunikologije posežu za istim sredstvima da objasne tragično čovekovo bežanje od sebe samog. Mekluan citira 115. psalm govoreći o medijima.

"Idoli su njihovo srebro i zlato
djelo ruku čovjekovih.
Usta imaju, a ne govore;
Oči imaju, a ne vide;
Uši imaju, a ne čuju;
Nozdrve imaju, a ne mirišu;
Ruke imaju a ne hvataju;
Noge imaju a ne hode;
I ne puštaju glasa iz grla svojega;
Taki su i oni koji ih grade,
i svi oni koji se uzdaju u njih"²³

Ovim citatom iz *Svetog pisma* u knjizi *Poznavanje opštila – čovekovih produžetaka* Mekluan daje najjezgrovitiju definiciju postmodernog čoveka o kome će devedesetih govoriti Bodrijar. To je čovek koji stvara slike, koji je i sâm slika – simulakra. Takav čovek je u tra-

²² Mekluan, *isto*, 80-81.

²³ Mekluan, *isto*, str. 83.

gičnom rascepu a njegovi idoli liče na ljude ali nisu ljudi (jedan od njih bi lako mogla da bude i Lara Kroft).

Čovek stvara svoje produžetke, opštila, pre svega da bi ublažio i otupeo patnju i bol. Čulo produženo odgovarajućim opštilom je amputirano i, samim tim, neosetljivo. Ljubavno odbijanje lakše se podnosi na Internetu nego u stvarnom životu. Amputirano čulo je komforan način savremenog čoveka da ublaži rascep bogoostavljenosti koji je nepresušni izvor čovekovih patnji. To je osnovna pokretačka sila produžavanja čovekovih čula i, praktično gledano, faktor na koji računaju Internet provajderi, proizvođači igara i mnogi drugi, kao na nepresušni izvor profita.

Najefikasniji produžetak ili amputacija ljudskih čula je elektronska multimedija. Ona je samo korak do stvaranja kompletnog sveta u kome će čovek učestvovati i čulima mirisa i ukusa. Kada se i to bude desilo čovek će postati sposoban da sebi kontroliše i dozira patnju koju dobija kroz telefonsku liniju. Na Internetu mi uzimamo samo ono što nam odgovara, sve ostalo lako zaobilazimo.

I, naposletku, rečeno je da svet kao delezovski rizom ne poznaje istoriju već samo sklop koji postoji u sadašnjosti. Rizom nema poreklo ali ima različite ravni i događaje, intenzitete koji se mogu meriti itd. Osnovna činjenica hrišćanstva je, međutim, upravo obrnuto – njegova istoričnost.

Bez hrišćanske eshatologije svet je definitivno delezovski rizom. Delez sistematski i sa puno elana i radosti odbacuje najtemeljniju hrišćansku dogmu – kraj sveta i vaskrsenje. Postmoderni čovek ne očekuje ništa. Za njega je istorija zaista samo skup nepovezanih činjenica a elektronska multimedija i Internet su njegova sredstva da to "ništa" lakše istrpi. Multimedija i kao koncept i kao audio-vizuelni proizvod proishodi iz čovekovog duševnog stanja, iz njegove očajničke potrebe da se sakrije od patnje.

No, ova pitanja su mnogo dublja nego što je moguće ovde sagledati. Činjenica je, takode, da se u hrišćanstvu smatra da nijedna stvar nije loša po sebi već da je loša njena zloupotreba. Tako i elektronska multimedija i Internet predstavljaju predivnu i opojnu igračku (i mnogo više od toga) koja ne diktira nikakav sistem vrednosti već služi u one svrhe zbog kojih čovek smatra da treba da je koristi.

Savremeni čovek je fragmentiran. U njemu postoje odvojene oblasti rezervisane za posao, seksualnost,

emotivnost, porodicu, naciju, itd. On je, takođe, usko specijalizovan. Tako se stvara ličnost koja ne oseća ni svoju celovitost ni celovitost sveta oko sebe – nekoherentni, rascepljeni čovek postmodernizma. U vreme u kome se protok informacija neslućeno ubrzava, u kome ISDN i optička vlakna prenose više od 45MB/sec, ubrzava se i sve ostalo.

S tim svekolikim ubrzanjem sveta i čoveka ubrzava se, logično, i čovekov pad.

Literatura

1. Mekluan, Maršal: *Poznavanje opštita – čovekovih produžetaka*, Prosveta, Beograd 1971.
2. Delez, Žil; Gatari, Feliks: *Rizom*, Književna kritika, br. 1, januar-februar 1990.
3. Adamson, Mark; Males, Edward: *European Multimedia, Business perspectives and potential for growth*, Financial Times –Management Reports, FT Business Enterprises Ltd, London 1994.
4. Epstein, Jonathon S.: *Cybertheory, Mapping the Multimedia Terrain of Postmodern Society*, <http://sun.soci.niu.edu/~rocklist>.
5. Berdajev, Nikolaj: *Egzistencijalna dijalektika božanskog i ljudskog*, Logos-Ortodos, Beograd 1995.
6. *Četiri stotine glava o ljubavi*, sv. Maksim Ispovednik, Logos-Ortodos, Beograd 1992.
7. *Wired, magazine for cyberculture*, br. 46. jun 1996.
8. *Književna reč*, br. 500, 1997.
9. *Computer Graphic Image Magazine*, br. 12. decembar 1998.
10. *Rečnik književnih termina*, grupa autora, Nolit, Beograd 1992.