

ВИДЉИВО И НЕВИДЉИВО У САЈБЕРПРОСТОРУ

ЗОРАН ЈЕВТОВИЋ

Филозофски факултет, катедра за новинарство, Ниш
E-mail: zjevtovic@beotel.rs

Резиме: У протеклих пола века у свету се догодило више промена него у претходних педесет хиљада година. Велики број технолошких открића брзо и неочекивано изменио је традиционалне форме комуницирања, отварајући перспективе виртуелног стварања, интеракције и управљања информацијама. Под налетима конвергенције метамедија повукли су се класични облици комуницирања, редизајнирали конвенционални појмови простора и времена, док је интегрисање Интернета, чипова, телевизије, сателитских програма, мобилне телефоније, мултимедија и рачунарских мрежа произвело медијско обједињавање, непознато у досадашњем развоју цивилизације. Глобална умреженост је отворила перспективе неограничених интеракција међу људима, местима и догађајима у њиховом приватном и јавном животу, али само комуникационо интелигентне заједнице и појединци моћи ће да уживају у чарима трансформисаног информацијског окружења. Личности, догађаји, појаве и процеси нису битни по себи, већ егзистирају у јавном простору за који капије отварају чувари моћи, јер они контролишу конструисање друштвене политике, уметности, менаџмента... Високо развијене земље, које примењују нове медијске и виртуелне технологије већ уживају значајну предност над осталим светом, јер обликујући будућност према својим потребама генеришу односе између реалности и апстракције. Стално активан систем информационе мобилности омогућава контакт свих са свима, било где на планети, али можда и у универзуму?

У протеклих неколико деценија у свету се догодило више промена него у претходним хиљадама година. Велики број технолошких открића брзо и неочекивано изменио је традиционалне форме комуницирања, отварајући перспективе виртуелног стварања, интеракције и управљања информацијама. Глобалне промене информатичком револуцијом уздрмале су планетарно село, мењајући *племенску свест – дигиталном*. У универзуму, поред биосфере, аквасфере и атмосфере, настаје виртуелна инфосфера, која дигиталним маклуановским омотачем обавија планету, водећи је новим облицима информационог умрежавања. Недељно издање данашње *Политике* садржи више информација него што би просечан житељ Србије пре само два

века сазнавао током читавог живота,¹ док рачунарске мреже постају неограничена складишта светских искустава. Амерички председник изјављује да ће циљ свемирског туризма бити колективно путовање на Марс, јер је Месец већ толико истражен да не представља тајну, метафорично откривајући способност ове државе да контролише космичка пространства!

Из друштва које је живело у информативном сиромаштву преко ноћи дошли смо до заједнице која трпи *информацијску преоптерећеност*,² са трендовима даљег комуникационог згушњавања. Обичан грађанин, са рачунаром и модемом, данас располаже са више информација него обе светске силе у Другом светском рату,³ док Гугл тренутно садржи преко четири милијарде страница, које би физички штампане чиниле планински масив висок 273 километра.⁴ Информативни медији трпе радикалне промене: брзину, интерактивност и огромну информациону пропусност, па се пред нашим очима одвија тиха битка за конзументе и њиховом пажњом. Универзум се свакодневно смањује, шумови засипају дистрибуционе канале, док импресивна понуда задовољава све размаженија и пробирљивија човекова чула. *Некад* и *сад* више нису за поређење, јер складишта информација акумулирају богатства која добрим делом никада неће бити коришћена. Етичке и естетске норме се редизајнирају, бити опажен у јавном простору постаје егзистенцијално питање, док се непосредни контакт у комуницирању препушта технологијама и њиховим неспутаним могућностима.

Начини презентације информација, мисли и идеја, унутар одређених група добијају различите и контрадикторне ефекте: убрзавају или успоравају комуникацију, али и рађају специфичан тип *телеблискости* у чијем је језгру псеудопартиципација, односно наивно тумачење да грађани себе схватају као носиоце дешавања. Ланац знакова и симбола, уз коришћење специфичних изражајних средстава гради нове друштвене игре, са намером привлачења пажње и промене понашања других особа. У царству визуелних медија слика побеђује *стварност*, површина – *дубину*, стил – *садржај*, док се језик медија, са бројним кôдовима тумачи вишедимензионално и метафизички. Отуда комуникативна способност представља вештину утицања на друге, при чему се превиђа чињеница да, истовремено, други могу утицати на нас. Сцене погубљења данас се посматрају у директном

¹Аналогија са сличним поређењем садржаја *Њујорк тајмса* (*The New York Times*) (Milley, 2000, стр. 14).

²Појам америчког футуролога Алвина Тофлера, први пут употребљен седамдесетих година прошлог века у књизи *Шок будућности*, означавајући стање када постоји сувише информација важних за доношење неке одлуке. Џејкоб Нилсен користи појам *информацијско загађење* (*information overload*). По схватању аутора, реч је о вишку информација које отежавају њихово правилно разумевање!

³Лоример, 1998, стр. 201

⁴Cetinić D., Dragojević, M., 2003

преносу или посредством клипова начињених мобилним телефонима,⁵ интимна осећања, укључујући и сексуални егзибиционизам, постају лако доступни садржаји у форматима као што су *Велики брат*, *Опстанак*, *Фарма* или слични риалитији, док је сан младих генерација све више постати славан, без обзира на цену.⁶ Потрошачко друштво шири величање хедонистичких навика и страсти, раствара однос јавног и приватног, исмева традиционално схватање важности породице и педагогије, истурајући профит као једино мерило вредности. Егзибиционизам постаје пожељан образац успеха, док личност раздвојена од других постаје лак плен медијских трговаца.

Динамика информатичког комуницирања ствара нови теоријски оквир који се неосетно рефлектује на све сфере живљења. У царству машина техницизам је на штету квалитета мишљења, па опијени светом самозаваравања, млади општила данас све више употребљавају као продужетке својих ограничених (не)знања. Текст и говор из времена оралне (акустичке) културе, мењају фотографије и филмови (визуелна култура), па постмодернисти смело тврде како је цео свет постао слика, а стварност резултат визуелног дискурса? Међутим, медијска свеprisутност може постати и отргнута моћ, ако сви учесници у комуникационим процесима нису комуникационо компетентни да у њима учествују! Мултипликација постиндустријских алатки, од мобилних телефона до лаптопова, неосетно ствара информативни мехур приступачан бројним корисницима, али право питање је шта ако једног тренутка дође до слома електронског Вавилона, односно, могу ли наши наследници будућност тумачити новим скуповима представа и чињеница до којих ће доћи само кликом миша? Телевизија, компјутер, *on line* - новине, мобилни телефони и други уређаји све више се допуњују, тако да интеракција међу медијима значи и мултифункционалност комуницирања.

Ако је и било дилема како ће изгледати свет сутрашњице, више не би смело да их буде. Информацијска мећава у којој живимо и која нас већ умара, тек је блага најава комуникационе револуције која нас очекује. Податак да ђаци испред ТВ екрана дневно проводе пет сати, али и да 40% младића и 20% девојака уопште не чита књиге у слободно време, морао би

⁵Филмски редитељ Оливер Стоун, намеравајући да илуструје штетне последице телевизије на филмску продукцију, изјавио је како очекује да на њој види још само директан пренос обављања смртне казне, јер је све могуће злочине, ликвидације, убиства, силовања и сл. већ показала. Мало после тога, водеће ТВ станице су са Јутјуба преузеле сцене погубљења ирачког председника Садама Хусеина, начињене неовлашћено, мобилним телефоном!

⁶Португалска верзија популарног ријалити шоу, под називом *Оковани*, две недеље 24 сата прати поступке мушкарца који је ланцима везан за четири жене, укључујући и његов одлазак у тоалет!

да нас забрине.⁷ јер је најбоља потврда тезе да електронски медији владају светом тинејџера! Међутим, заблуда већине теоретичара медија и социолога јесте што фокус пажње усмеравају ка количини времена које се проводи пред екранима рачунара, мобилних телефона или ТВ-апарата, уместо ка садржају и друштвеним вредностима! Млади од медија, као и од своје околине, траже информације о свету у којем живе, користећи револуционарне преображаје технотронског друштва као помоћ у структурирању сопствених логичких судова. Да ли је реч о аналошко-симболичкој игри слика из медија са онима из стварног живота, партиципацији знака и означеног, симулираном односу поверења у регистроване поруке, које непрепознате искуствено брзо ишчиле из сећања? Намећу ли то медији нове ауторитете, копије стварности, сазнајне вредности, третирајући публику као пуке примаоце информација, конзументе који у мноштву избора виде исто? Питања и одговора је пуно, али обзиром на циљ овог скупа у даљем раду бавићемо се демистификацијом масмедијске моћи, односно њеним усмеравањем ка друштву информационог обиља.⁸ За теорију ово је битан тренутак јер у космосу захтева адекватан систем комуникарања. У супротном, опет би загосподарио хаос!

Од писања на камену, кожи, пергаменту, папирусу и хартији, стигли смо до дигитализоване књиге, а да би дошли до неких од наслова из Харвардске универзитетске библиотеке, довољно је само да се конектујемо. Онима који то желе, омогућено је (уз одређену надокнаду), да користе до јуче, недоступна оригинална издања, с могућношћу да копирају, не само неке странице, већ и читаве текстове. Добро је док још има људи који желе да читају, али шта са онима који уместо да проведу неколико седмица удубљени у Толстојев *Рат и мир*, једноставно погледају видео или ДВД издање, или, што је још чешће, са неког од претраживача одштапају кратак садржај, уз бриљантне анализе водећих критичара? Тако, медији померају системе вредности и понашања, укидајући границе приватне и образовне сфере, преплићући и допуњавајући се, еволуирајући новим спознајама, готово истовремено са временом у којем се оне откривају.⁹ Чувени канадски теоретичар медија и професор књижевности, Маршал Маклуан, вероватно би

⁷Од 20. септембра до 15. октобра 2009. године, на узорку од 560 ученика четири београдске школе, Унија средњошколаца Србије, уз помоћ Европске агенције за реконструкцију, извршила је истраживање о социјално-економском статусу и ставовима младих.

⁸Истраживачки тим са Берклија, предвођен проф. Питером Лајманом, пронашао је да се у свету током 1999. у свим медијима (радио, ТВ, интернет, телефон) произвело између један и два ексабајта нових информација, три године касније чак пет, да би већ 2004. збир премашио 18 ексабајта. (*How much information*, 2003).

⁹Нови комуникациони алати синтетизују претходне, што значи да електронска пошта, четовање или мобилно телефонирање није укинуло писмо, групно комуникарање или класичан телефонски разговор. Међутим, морају се уочити промене које настају у економској, социјалној и педагошкој пракси.

нас метафорично подсетио на вредност садржаја које визуелни медији преносе, а који су, по његовом мишљењу, налик “на сочан комад меса који лопов носи да би одвратио пажњу пса чувара – ума” (Маклуан, 1971, стр. 53).

Под дејством аудиовизуелних медија млади су склони подражавању и имитацијама, али и далеко бржем процесу усвајања знања! Култивисана свест посредством рачунарских мрежа, али и телевизије, пре свих медија, снажно утиче на општу промену ставова (Severin и Tankard, 1988, стр. 261). Организација мишљења и знања, све више основни нагласак има на масмедијима који можда и несвесно, мењају структуру психичко-социолошких функција и њихов међуоднос. Необразована публика симболички свет доживљава као стварни, упадајући у скривене замке непознатог искуственог простора, који лаковерним реципијентима нуди сурогат знања који практично онемогућавају мисаоне процесе и стваралачку инвентивност. Прилагођавајући се колективним нормама, модерни појединци који дубином комуникационих спознаја одударају од средине, усклађују своја знања са групом, што је поражавајуће јер као последицу носи уједначеност, шаблонизованост и клонираност.¹⁰

Познато је да се било које средство масовних комуникација, посматрано посебно, не може заменити другим јер нови медији само усавршавају и допуњавају претходне. Међутим, нови медији значе и нове облике културе, моделе групног и масовног комуницирања који битно утичу на прихватање нових модела вредности и изградњу другачијих образовних система. Они више нису само технолошки продужеци, већ и алати у креирању сензибилитета и интелигенције. Четврта технолошка револуција нуди низ предности, али ако се препустимо њеним чарима ризикујемо нестајање способности анализирања (problem-solving deficit disorder) и активизације. Трансмисија покрета, звука и боја омогућиће непосредну комуникацију са окружењем, овладавање језиком и формом медија, упознавање његових својстава, и коначно, емпиријску разраду предочених теоријских знања. Информација јесте моћ, али сама по себи не значи ништа, ако личност није оспособљена да креативним стваралачким поступцима и критичким мишљењима дође до даљих спознаја.

Комуникологија не сме са стране посматрати процесе који мењају чулне спознаје, јер друштво мора динамично одговорити, трансформисати се или нестати! Уместо виртуелних бегова којима млади све више срљају у екстремизам и девијантне форме понашања, нови медији нуде моделе свеопште комуникације продужујући човекова чула до бескраја. Класична логика као да се повлачи пред визуелном естетиком, која све више формира

¹⁰Био простор реалан или виртуелан, наша способност да га стално испуњавамо је неумањена (таква је природа имагинације), али наша способност да га обухватимо у смислу да га пригрлимо, да га симболички обгрлимо, да га разумемо, не увећава се истом брзином (Цоунс, 2001, стр. 13).

укусе, ставове, понашања и вредности нових нараштаја. Информациона загађеност као последица поплаве енормне количине различитих порука и симбола тражи надилажење постојећих комуникационих образаца понашања и говорења. Начини приказивања су нови и специфични облици презентације података и симбола, што значи да од пошиљаоца, примаоца, садржаја и форме зависе ефекти комуникационих чинова. Дигитални медији, као технолошке алатке, по својој природи нису ни “добри”, ни “лоши”, тако да њихова друштвена моћ произилази из оспособљености цивилне заједнице да користи богата специфична својства!

Телевизија, радио, дигитализована штампа, филм и интернет креирају мултимедијски простор тоталитарне културе у којем ће стајалишта бити обезбеђена само медијски писменим учесницима. Канали комуникације одређују начин манифестовања и производње значења, директно утичући на кодификацију визуелног језика. Декомпозиција духовних простора омогућена је дигиталном покретљивошћу, која укида просторна и временска ограничења, реконструисањем токова информацијских кретања. Ниједна нација будућност не може креирати независно од глобалног поретка, што индиректно води настајању јединственог информатичког простора са универзалним комуникационим процесима. Многи у Србији, на жалост, као да не примећују промену комуникационе “архитектуре”, која циновским екранима стапа оптику традиционалног и виртуелног, Медијска револуција мења досадашњи однос према информацијама, али и однос човека ка мултимедијима, јер само успостављањем квалитетне и поуздане комуникације стварамо амбијент погодан за развој нових знања.

Литература и интернет извори:

- Лоример, Р. : 1998, *Масовне комуникације*, Клио, Београд.
- Маклуан, М.: 1971, *Познавање општина – човекових предужетака*, Просвета, Београд.
- Milley, E. V.: 2000, *Defining the problem*, посећено: 12.4.2010.
URL:http://www.slais.ubc.ca/courses/libr500/winter2000/www/b_edwards/Defining.htm.
- Severin, W. J., Tankard, J. W.: 1988, *Communication theories: Origins, methods and uses in the mass media*, Longman, Mew York.
- Cetinić, D., Dragojević, M.: 2003, *Google pretraga – upotreba Google pretraživača*, посећено: 14.4.2010. URL:<http://www.design-ers.net/google-ers.asp>.
- Џоунс, С.: 2001, *Виртуелна култура: идентитет и комуникација у кибер друштву*, Библиотека XX век и Чигоја штампа, Београд.

Допунска литература

- Eppler, M., Mengis, J.: 2003, *A Framework for Information Overload: Research in Organizations: Insights from Organization Science Accounting, Marketing, MIS and Related Disciplines*, посећено: 14.4.2010. URL:<http://www.knowledge-communication.org/wpca0301.pdf>.
- Jacobs, N.: 1964, *Culture of the millions – mass media in modern society*, Beacon, Boston.

- Lewis, J., Stempel, P.: 1993, *Cult TV – The essential critical guide*, London.
- Philipson, G.: 2004, *Information overload? Welcome to the future*. посећено: 14.4.2010.
URL:<http://www.theage.com.au/articles/2004/02/23/1077497502828.html?from=storzr hs&oneclick=true>
- Речицки, Ж., Гиртнер, Ж. Л.: 2002, *Дете и компјутер*, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд.
- Castells, M.: 2001, *The Internet Galaxy*, Oxford: Ohford University Press.

VISIBLE AND INVISIBLE IN CYBERSPACE

In the past half of century in world happened more changes than in past fifty thousand years. Huge number of technological discoveries, very fast and unexpectedly changed traditional forms of communications, which was opened perspectives of virtual production, interaction and management of information. Under the process of meta-media convergence withdraw traditional forms of communication and redesign conventional concepts of space and time. Integration of Internet, micro-chips, television, satellite program, mobile telephones, multimedia and computer networks produced media integration which is unknown in previous development of civilization. Global network opened perspectives to unlimited interactions between people, places and events in their private and public life, but only communicative intelligent communities and individuals will be able to enjoy in benefits of transformed information environment. Individuals, events, phenomena and processes are not significant by it selves, but to their existing in public space for which gates opens keepers of power, because they control constructing of social politics, art, management, etc. Highly developed countries, in which new media and virtual technology are already implemented, already enjoy significant advantage over the rest of the world, because by forming the future according to their needs, they generate relations between reality and abstraction. Constantly active system of informational mobility enables contact with all, everywhere in the planet, but maybe in universe too?