

MEDIJSKE EGZISTENCIJE: POSTINDIVIDUALIZAM I IMAGINACIJA

Posebnu zahvalnost za inspiraciju prilikom pisanja ovog teksta dugujem svojim bivšim studentkinjama i kolegicama – Ani Anđelić, Aleksandri Kovač, Tijani Morača, Jeleni Vukotić i Katarini Veličković, kao i Aleksandru Iliću - Bekanu.

Živimo doba imaginacije, u kome sva nekadašnja „realnost”, tehnički-pojmovno isposredovana do same granice mogućeg iskustva, i gotovo sasvim iščezla u imaginarnim čulnim pojavama, biva pretvorena u privid kao egzistenciju. Princip koherencije stvarnosti, koji je još Dekart (Descartes), u svojim *Meditacijama o prvoj filozofiji (Meditationes de prima philosophia)*, uzimao kao relevantan dokaz razlikovanja realnosti (tj. budnog stanja i svesti) od sfere snova, u današnjem svetu – kako nauke, tehnike i umetnosti, tako i zdravorazumskih opservacija i atrofiranih, mahom čulima dezorijentisanih mnjenja – ozbiljno je uzdrman novim ekstatičkim i erotskim iskustvima što ih pružaju Internet, mobilna telefonija ili globalna industrija zabave. Ta neo-mistička, kolektivna iskustva, sabirajuća na novim erotskim teritorijama elektronskih zona oseta i osećajnosti, takoreći na granici delirijuma, predstavljaju *imaginarno* kao čistu imanenciju ili zakasnelo (pozno) pounutrenjenje pogleda, u kome doba punine i praznine pulsiraju naporedo i naizmenično, kao puki odjeci jednog te istog sveta opšteg zanosa, transa i medijski proizvedenog privida.

Nalik kulturnim formama karakterističnim za društva kojima prethodi kapitalistički način proizvodnje, a za koje, prema Džejmsonovim (Jameson) rečima, mitovi, odnosno rituali predstavljaju neku vrstu „magičnih narativa” (*magical narratives*), u postkapitalističkim proizvodnim formacijama, nekadašnji građanski individualizam, sa svojom imanentnom „autonomijom” i psihologijom

subjektivnosti, sve više ustupa mesto praksi nekakvog fragmentiranog, totalno postvarenog zajedništva, što se opaža kao svakodnevna sinteza saznanja i delovanja. U uvodnom poglavlju članka „Marksizam kao kritika”¹, koji se bavi Džejmsonovim doprinosom savremenim kritičkim teorijama društva, naglašava se njegova (Džejmsonova) posebna uloga u adaptaciji tradicionalnih marksističkih teorija na izazove novog vremena, pri čemu se potcrtava mogućnost primene kritike (tzv. „dijalektička kritika” je uvek, fenomenološki gledano, kako Džejmson u delu *Marksizam i forma* tvrdi, „holistička” i „totalizirajuća”)² na „medijski zasnovan kapitalizam” (*media-based capitalism*)³ u postindustrijskom periodu razvoja društva i ekonomije.

S tim u vezi, može se postaviti pitanje – na kojoj vrsti magije počiva ovaj „medijski zasnovan kapitalizam”. Jedan od odgovora krije se, kako se čini, u delotvornoj ulozi marketinga u našem vremenu. Brendovi, kao produkt masovne (re)produkcije „realnih” iluzija u sferi marketinga, posredstvom delovanja medijâ masovnih komunikacija, preuzimaju na sebe magijska svojstva potrošnje i robe, čineći „auru” robne marke atraktivnom u onoj meri za koju se pretpostavlja da je nekad posedovalo autentično umetničko delo. Na taj način, kontroverzna pojava dezauratizacije savremene umetnosti, koju je u eseju „Umetničko delo u eri tehničke reprodukcije” anticipirao Valter Benjamin (Benjamin), danas koincidira sa bodrijarovskom ulančanom hiperrealnošću iluzije, kao i „mehaničkim” (medijskim) procesima „sakralizacije komercijalizma”, o kojoj detaljno govori prilog „O auri, iluziji, bekstvu i nadi u apokaliptičnu potrošnju”⁴ zbornika tekstova *Apokalipsa i marketing*.

Robne kuće, moderni tržišni centri, megamarketi-bioskopi ili teleshop emisije, za savremenog potrošača predstavljaju nekadašnje svetove bajki, želja i snova, zemlju čudesa Alise i Pinokija, svojevrstne „katedrale potrošnje” s karakterističnim „grandioznim scenografijama” u čijim su bleštavim izlozima smeštene zavodljive robe. „Ta zavodjenja robom predstavljaju”, kako tvrdi Belk (Belk), „sažetu moć marketinga u novim i veličanstvenim izlozima robnih kuća”⁵ što zajedno sa masovnim oglašavanjem (*advertising*) čini aktuelne procese „modernizacije magije”.⁶ Pozivajući se na Rejmonda Viliijamsa (Williams), koji je reklamu označio kao magijski sistem pridavanja moći robi, Belk nadalje poentira: „Na početku devetnaestog veka markirana roba nije još bila uobičajena (...). Kao i torbareva roba i predstavljanje čudotvornih lekarija koja su joj prethodila, markirana roba

1 Nick Heffernan, Fredrik Jameson, u: *Contemporary Critical Theorists, From Lacan to Said*, Edited by Jon Simons, Edinburgh University Press, Edinburgh, 2004, str. 252

2 Videti poglavlje „Ka dijalektičkoj kritici”, u: Fredrik Džejmson, *Marksizam i forma*, Dijalektičke teorije književnosti XX veka, Nolit, Beograd, 1974, posebno na str. 310.

3 Isto.

4 Rasel V. Belk (Rasel W. Belk), „O auri, iluziji, bekstvu i nadi u apokaliptičnu potrošnju”, u: *Apokalipsa i marketing: Eshatologija, eskapologija i iluzija kraja* (priredili: Stiven Braun, Džim Bel, Dejvid Karson), Clio, Beograd, 2003, str. 107-130.

5 Isto, str. 114, 115.

6 Isto, str. 115.

je prerasla u čudotvorni eliksir čim je uspešno mistifikovana i mitologizovana uz pomoć reklame (...). Ta roba predstavlja nadu da će pretvoriti nas same ili naše živote iz nečega prostog i običnog u nešto uzbudljivo i neobično. Sem toga, ona predstavlja moć koja može da nas prenese u divni svet mašte (...). Tako transcendentnu moć, koja je nekada pridavana religiji i vrhunskoj umetnosti, sada nalazimo živu i zdravu u markiranom, reklamiranom, izloženom potrošačkom artiklu. Aura, za koju je Benjamin strahovao da je izgubljena, umesto da nestane, napravila je značajan zaokret ka masovno proizvedenoj, masovno marketiranoj, masovno izmeditiranoj potrošačkoj kulturi.⁷ Transcendentalna imaginacija na ovaj način postaje iskorišćena kao uslov mogućnosti čitavog empirijskog realiteta (to jest, njegove medijske refleksije), kantovskom terminologijom rečeno, ukoliko se ovakav zaključak može primeniti na svet današnje medijske kulture.

Istovremeno sa gubitkom aure, iz sveta kulture, generalno uzevši, nestaje sve što je nekada bilo jedinstveno i neponovljivo, ustupajući mesto klišetiranim standardima robe i aktuelnoj planetarnoj brendokratiji. Neosporno je da ovaj proces dezauratizacije (i prateće „denarativizacije” koju je tehnički gledano, delujući na planu likovnih umetnosti, kao aktuelni proces preparirala još epoha Renesanse, a danas je preuzeo i razvio Internet, tretiran kao „diskontinuirani narativni prostor”) omogućava davnašnja pojava globalizacije tržišta, a potom i totalizujuće delovanje medijskih slika, koje sistematski zahvataju savremeni svet. Antiglobalizam i antikorporacijski duh otpora nastoje da se ovim procesima suprotstave kako kroz oblike delovanja koji su revolucionarni, odnosno gerilski u tradicionalnom smislu tih pojmova (od Če Gevara /Che Guevara/⁸ (na slici) do Naomi Klajn /Klein/, na primer), tako i putem korišćenja novih oblika borbe



7 Isto.

8 Prošlo je, naime, preko 40 godina otkako je Ernesto Če Gevara, održavši govor na jednoj Konferenciji (Punta del Este, 1961), pokušao da razotkrije američki plan implementacije određenog (poželjnog i „progresivnog”) kulturnog modela za sve države Latinske Amerike. Svoj govor o ovoj problematici poentirao je na sledeći način: „... they are attempting, distinguished delegates, to establish a cultural common market, organized, managed, paid for and domesticated. All the culture of (Latin) America will be at the service of imperialism's propaganda plans, to demonstrate that the hunger of our peoples isn't hunger at all, but laziness. Magnificent!... Confronted with this, we reply (with)... total and absolute condemnation... (This is) an attempt by imperialism to domesticate the one thing that our peoples had saved from disaster: our national culture.” U: Che Guevara, *Global Justice, Liberation and Socialism* (Edited by Maria del Carmen Ariet Garcia), Ocean Press, Melbourne, New York, 2004, str. 13.

u uslovima virtuelnih konteksta delovanja (pokret meksičkih Zapatista i drugi vidovi medijske prakse koji konstituišu nove identitete otpora).

Međutim, čini se da u današnjem vremenu, kultura, umetnost i erotika, koju zamenjuju fetišizam robe, brendomanija i posve autoritarni svet pornografije, gubeći svoja nekadašnja magijska svojstva, odnosno auratičnost, nastanjuju neke druge prostore, izmeštene izvan granica tradicionalnih polariteta sela i gradova, siromašnih i bogatih, Trećeg sveta i postindustrijske civilizacije Zapada (Amerika i Evropska Unija). Da sve češće obitavanje u tzv. sobama za četovanje (*chat rooms*), različitim, interesno zasnovanim virtuelnim zajednicama (*virtual communities*), pa čak i čitavim virtuelnim gradovima (*cyber towns*), postaje sve prisutniji oblik savremene egzistencije, koji se više (kritički) ne dovodi u pitanje, jeste sasvim očigledna činjenica. Ovome naročito pogoduje „priroda” samog Interneta kao medija, koji je, prema mišljenju jednog broja savremenih teoretičara kulture i medija (Tejlor /Taylor/ i Sarinen /Saarinen/, na primer), strukturalno srodan prirodi ženskog erotizma i njegovog „mekog” (*soft*) i dislociranog ispoljavanja „po horizontalama” beskonačnog *cyber* prostora, dok je, prema drugim mišljenjima (Bodrijar /Baudrillard/), ovaj prostor, po svojim „kvalitetima”, zapravo, transseksualan i erotski indiferentan („virtuelna ravnodušnost seksa”), mada intencionalno zavodnički, te u krajnjoj instanci zasnovan na paradigmati „fragilnog subjekta” (žensko telo) i njegovih površinskih erogenih zona.

Dekartova kogitacija (*cogitatio*), kao nekadašnja (samo)potvrda egzistencije (“muškog” i transcendent/al/nog) subjekta, čiju mogućnost ipak, u krajnjem ishodu, verifikuje nešto izvan nje same (*res cogitans*), u ovakvim slučajevima, gubi na neposrednom samoproziranju i aktualnom utemeljenju. Medijski isposredovana, zavisna od Drugog / Drugih, a-racionalna i tehnički reprodukovana, kogitacija tako postaje, kolokvijalno rečeno, čisti ego-trip, fantazmagorija, lišena samosvojnih subjektivnih moći, kao i mogućnosti kontinuiranog procesa samoutemeljenja. Na drugoj strani, valjalo bi naglasiti da u delima što tematizuju „spoljašnji svet” na spekulativni način, baveći se opštim problemima vizuelnosti,⁹ Dekart u nastavku svojih istraživanja uvodi diskusiju o prirodnim fenomenima poput svetlosti, duge i drugih optičkih pojava, koje spadaju u oblast empirijskih vizija, generisanih iz domena mogućnosti „prirodne geometrije” ili, kasnije preimenovanog, tzv. „inteligibilnog teksta” (*intelligible text*)¹⁰.

A budući da prirodni fenomeni, preuzeti od strane savremene tehnologije i provučeni kroz filtere masmedijske kulture, u spekulativnoj vizuri ostaju isto, dok u empirijskoj postaju temelj produkcije iluzija, to se može zaključiti da već

9 Poznato je da je Dekart svoju *Raspravu o metodi*, napisao kao neku vrstu epistemološkog uvoda u kasnija dela o optici, meteorologiji i geometriji. Vid., na primer, Descartes, „La Dioptrique”, u: *Discours de la Méthode*, Garnier-Flamarion, Paris, 1966.

10 Martin Jay, „The Noblest of the Senses: Vision from Plato to Descartes” (Chapter one), u: *Downcast Eyes, The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London, 1994, str. 51

kod Dekarta i početaka novovekovnog Racionalizma, biva postavljen teorijski uslov za transcendiranje subjekta, posredstvom realiteta koji se pokazuje kao hiperrealan, u empirijskoj ravni tumačenja. Otuda ne čudi što svako pitanje koje se tiče fundamenta za zasnivanje jedne savremene ontologije medija završava ili u radikalnoj društvenoj kritici (Frankfurtska škola, Anders /Anders/, Debord /Debord/, i dr.) ili pak u teološkim spekulacijama o postojanju Boga kao medijskog fenomena, što su postulirale još Lajbnicova (Leibniz) *Monadologija* (*Monadologie*) i Barklijev (Berkeley) princip opažanja kao egzistencijalnog utemeljenja. Autonomizacija vizuelnih formi i sveprisutno „ludilo vizuelnosti“ (*la folie de la vision*) o kome docnije pišu Merlo Ponti (Merleau-Ponty) i drugi francuski komentatori koji teorijski deluju u oblasti fenomenologije opažanja, otada postaju zamena za moderno shvatanje subjektivnosti i njenu *per se* shizoidno sprovedenu autorefleksiju.

O kapitalizmu i patološki rascepljenoj sferi subjektivnosti mašiniziranog sveta želja, mišljenoj u savremenom psihoanalitičkom ključu, dovoljno je već rečeno u Delez-Gatarijevom (Deleuze, Guattari) *Anti-Edipu*. Dodajmo tome još i kako stoji stvar sa refleksijom spoljnih, tzv. protežnih stvari (sintetizovanih u kontinuiranu *res extensa*), što predstavlja staru, već sasvim prepoznatljivu dekartovsku matricu mišljenja. Pozivajući se na Limanovo (Leeman) razlikovanje između metafore ogledala koju koristi Racionalizam i njemu saobrazni refleksivni perspektivizam, Martin Džej (Jay), u svojim opaskama i aluzijama na samog Rene Dekarta, naglašava efekte delovanja običnih i tzv. „anamorfnih“ baroknih ogledala, kod kojih je distorzija vizuelnih slika hotimična i očigledna, čime se postiže posebna vizuelna praksa signifikantna kako za barok, tako i za iluzionizam našeg doba.¹¹

Globalna kompleksija fenomena koji na jednoj strani reprezentuju medijski kapitalizam, a na drugoj novi „globalni nered“ (u jednoj te istoj, barokno konstruisanoj, nepravilnoj paradigmi kretanja ovih procesa), bilo da je reč o radikalnom otporu Zapatista ili terorizmu Osame bin Laden (bin Laden) i Al Kaide (Al Qaeda), u doba razvoja poznog kapitalizma i aktiviranja različitih socijalnih pokreta koji, takođe, nastoje da deluju putem globalnih medijskih mreža, pojavljuju se nove forme egzistencije, kao i shvatanja nekadašnje prirode subjektivnosti. Oblikovanje vlastitog identiteta realizuje se danas naporedo s uključivanjem u mrežnu komunikaciju. Poruke koje proističu iz samog čina pisanja (*e-mail* ili *chat*) konstruišu kako identitet samog korisnika Mreže, tako i prostor u kome se formiraju najrazličitije virtuelne *online* zajednice, koje sačinjavaju posebne mrežne svetove (*networlds*). Naime, digitalno proizvedene persone, potencijalno besmrtni virtuelni avatari, selidbe „duša“ iz jedne u drugu medijsku egzistenciju,

¹¹ Upor. isto, str. 48.

kao i sve ostale *cyber* pojave koje nastanjuju današnji elektronski i mrežni svet, predstavljaju neku vrstu tehnološki konstruisanih, metafizičkih dvojnika (*cyber*-replika na postupke oplodnje *in vitro*, kloniranja i sl.) ili multiplih individualiteta („granične persone”, metamorfoze humanoidnih bića u nemani po uzoru na ideje Ovidija /Ovidius/ i Hijeronimusa Boša /Bosch/), koji jedva da čuvaju u sebi ostatke nekadašnje paradigme, kako subjektivnosti, tako i intersubjektivnog delovanja. Aktuelni kibernetički inženjering, kao i različite mogućnosti za softverske kreacije u tzv. „realnosti” nepostojećih persona i identiteta, doprinele su stvaranju virtuelnih likova umetnika poput kompjuterskih slikara, manekenâ i promoterâ novih kozmetičkih proizvoda, te filmskih ikona, popularnih TV zvezda i novinara, i sl.

Podrazumeva se da ovakve pokušaje konstrukcije identiteta prati i obrt na relaciji: subjekt – objekt, pri čemu medijski isposredovana intersubjektivnost postaje u punom smislu konstitutivna za analogon empirijskog subjekta, definisanog kao nepoznata, u *cyber* prostoru i vremenu. Koincidiranje subjekta i objekta, njihovo padanje ujedno tokom procesa strukturisanja interaktivnih kompjuterskih mreža, događa se u jednom tehnološki opisanom prostoru, i to kao svedena komunikacijska interakcija. Biti opažen/a kao komunikacijski akt u kontekstu jednog krajnje „demokratizovanog” procesa komuniciranja, pomenog u regije tzv. „kolektivnih identiteta”, predstavlja nužan preduslov artikulisanja svake vrste subjektivnosti, mišljene u današnjem vremenu. Ovo je ujedno i empirijska potvrda Habermasove (Habermas) ideje subjektivnosti kao komunikativnog delovanja, što se uspostavlja kroz procese takvog priznanja „samosvesti”, koje se odvija u jednom empirijskom prostoru, a pokazuje se kao bitno drukčija komunikativna, odnosno medijska praksa postindustrijskog doba.

Ovaj proces bi se, međutim, mogao sagledati i iz drugog, transcendentalnog ugla posmatranja, ako bismo pretpostavili da su nove tehnologije, odnosno, pre svega, elektronski mediji i Internet, ono što je logički pre i nezavisno od iskustva, dakle sama mogućnost iskustva. Time bi mediji u današnjem vremenu postali samobitni nosioci sfere subjektivnosti, tj. subjektivnost kao takva, upravo onako kako su to Adorno (Adorno) i Horkhajmer (Horkheimer), u *Dijalektici prosvetiteljstva (Dialektik der Aufklärung)*, anticipirali da važi za čitavu industriju kulture. Objektivnu sferu uma predstavljao bi, u ovom smislu, kompleksni svet interakcija između pojedinaca i mašina, ili samih mašina, kao i prelaznih oblika između ljudskih bića i mašina, o čemu je u svojim esejima često pisao Virilio (Virilio), tvrdeći da je naše (moguće) iskustvo, u stvari, teleobjektivno, a ne objektivno dato.

I dok su socijalni psiholozi, filozofi i estetičari, teoretičari medija i kulture, kao i drugi analitičari savremenog doba ovu promenu, koja se upadljivo manifestovala u drugoj polovini XX veka u svojim različitim pojavnim oblicima (preko mode, novih stilova života, redizajniranih socio-kulturnih, umetničkih i religijskih pokreta, a posredstvom ekspanzije medijske kulture i njenih potrošačkih derivata), identifikovali kao „individualizam” s kolektivnim predznakom, opisavši time prevalenciju „narcističke” nad ostalim vidovima kulture (Kristofer Laš /Lasch/, Pjer Burdije /Bourdieu/, Žil Lipovecki /Lipovetsky/ i drugi autori), dotle je individualizam, iščitan u ključu interaktivnih kolektiviteta, pretrpeo dalje izmene, sagledano u medijskom kontekstu istraživanja.

Dijalektički proces individualizacije, što u svom momentu Drugosti i otuđenja završava u anonimnom utapanju pojedinca u neki ranije utvrđeni, a najčešće okoreli, institucionalizovani diskurs, praćen je jednom manje ili više očevidnom transformacijom aure, u dijapazonu od nekadašnjih institucija društvenosti *par excellence* do proste medijske „harizmatičnosti” (pri čemu je nekadašnji „subjekt” *post festum* postao puki predikat medijsko-potrošačke aure i gotovo sasvim asimilovan od strane siromašnog univerzuma magijskog konzumerizma). Pozivajući se na Gošeovo (Gauchet) viđenje modernih odnosa individue i društva, Lipovecki navodi: „Čim pojedinac više nije sredstvo neke spoljašnje svrhe već ga smatraju i on sam sebe smatra krajnjom svrhom, društvene ustanove gube svoju svetu auru, što sve proizlazi iz neke neprikosnovene transcendencije (...)”¹². Transcendencija na taj način postaje imanencija, dok njena magijska aura iščezava, transformišući se u puku reprezentaciju istinske individualnosti, autentičnosti i neponovljivosti, koja time istovremeno biva realizovana i ukinuta.

Otuda je fenomen postindividualizma, i njemu sapripadnog sveta medijski programiranih iluzijskih matrica, poslednja konsekvencija rada procesa individualizacije, odnosno pseudo-individualizacije građanskog društva, koji svoje dijalektičko kretanje i ispunjenje završava u hiberniranom stanju apstraktnih mrežno-elektronskih kolektiviteta. No, i „kretanje” ovih kolektiviteta, u svoj svojoj dijalektičkoj promenljivosti i ambivalentnosti, postaje deo opštih simulacijskih procesa dezalijenacije, što se u poslednje vreme manifestuje kroz delovanje različitih socijalnih i umetničkih pokreta, kao i čitave medijske kontrakulture. Za jedan broj teoretičara informatičke kulture, proces individualizacije, posmatran unutar zone kolektiviteta, ne može biti dovršen sve dok se ne ostvare utopijske ideje zajednica, u kojima će alternativni svetovi, organizovani u različite *cyber* pokrete i entitete, biti mogući, odnosno realizovani.

¹² Žil Lipovecki, *Doba praznine*, Ogledi o savremenom individualizmu, Književna zajednica Novog Sada, 1987, str. 186,187.

Manuel Kastels (Castells) se u ovom pogledu, u stavovima izrečenim u II delu svoje obimne trilogije o informatičkom dobu, poziva na Gidensove (Giddens) karakterizacije socijalnih procesa koji se tiču izgradnje identiteta u kasnoj fazi moderniteta, što rezultira formiranjem jedne nove vrste mrežnog društva (*network society*), koji procese konstrukcije identiteta dovodi pred izazove „novih formi socijalne promene” (*new forms of social change*).¹³ Štaviše, Kastels pokušava da svojim opservacijama o individualizmu, koji se konstruiše i ostvaruje u mrežno konstituisanim zajednicama savremenog doba, postavi jednu novu teorijsku paradigmu, mišljenu u kontekstu pripremnih radnji za ostvarenje konkretnih socijalnih promena. Opsežna elaboracija različitih izvora koji ukazuju na mogućnost artikulisanja otpora tehno-ekonomski globalizovanom svetu, treba da, u Kastelsovom slučaju, demonstrira svu različitost alternativnih projekata socijalne organizacije, kao i manje ili više mrežno ustrojenih pokreta otpora, što na sebi svojstven način pokazuju da je „drukčiji svet moguć”.¹⁴ U zaključnim razmatranjima II toma autor navodi da se aktuelni „projekat identiteta” (*project identities*), za razliku od ranijih vremena, koja su ovaj pojam vezivala za civilno društvo i industrijsku eru, razvio u „identitete otpora” (*resistance identities*), što utiče na formiranje tzv. novih istorijskih subjekata (*new historical subjects*).¹⁵

Dakle, sam pojam individualnosti, onako kako je shvaćen u građanskom društvu XX veka, izgubio je na značaju kada je u pitanju moć pojedinca, pošto je realni istorijski prostor supstituisan virtuelnim, dok su okviri za povesno delovanje prošireni na virtuelne pokrete i zajednice, koji svi zajedno čine heterogenu scenu otpora i jedan radikalno subjektivni, empirijski plan delovanja. Ipak, ova specifična komunikacijska praksa moguća je tek zahvaljujući sferi transcendentalne subjektivnosti, koju u ovom slučaju čini celoukupan medijski prostor. Empirijsko delovanje u datom virtuelnom prostoru, povratno, može uticati i biti delotvorno i u tzv. „realnom” prostoru, kao aplikacija i realistični produžetak virtuelnih (inter)akcija. No, i tu su taktike delovanja različite i variraju od teorije do teorije, i od konkretnog slučaja do slučaja.

Osim hakerskog aktivizma i pokušaja radikalnog delovanja kako u medijskoj tako i u savremenoj društvenoj praksi (a ove dve prakse se neretko podudaraju), bilo da je reč o virtuelnom anarhizmu ili terorizmu, pojedincima ili organizovanim grupama i pokretima, novi mediji, a posebno Internet, omogućavaju još jedan vid otpora što angažuje pojedinca, koji svoje građanske obaveze u virtuelnom prostoru *kao istinu* može potvrditi vlastitim telom. Uzor za građanski protest, artikulisan u ovom smislu reči, predstavlja gandijevska metoda pružanja otpora mirnim putem, koju u svojoj knjizi o kiborzima-građanima promovise K. H. Grej

13 Videti: Manuel Castells, *The Information Age: Economy, Society and Culture Volume II, The Power of Identity*, Second Edition, Blackwell Publishing, UK, 2004, str. 11.

14 Upor. Manuel Castells, „Preface and Acknowledgments 2003”, isto, str. Xvii.

15 Videti: Manuel Castells, „Conclusion”, isto, str. 422.

(Gray), tvrdeći kako je moguće svedočiti o istini posredstvom sopstvenog tela.¹⁶ Logiku protesta trebalo bi predstaviti tako da je ona smislena za javnost, bilo da je u pitanju upotreba teatra, nekog drugog vida spektakla ili medija u ove svrhe. To je, ujedno, i suština argumentacije ovog autora koja ide u prilog proizvođenju socijalnih promena nenasilnim putem.

Kombinacija starih i novih tehnologija protestâ i demonstracijâ volje građanâ, od čehoslovačke „plišane revolucije”, spolja potpomognute kompjuterima i mrežnim interakcijama, preko kontinuiranog kritičkog delovanja *Bread and Puppets Theater*-a,¹⁷ sve do formiranja tzv. „brzih gomila” (*Flash Mobs*) - najčešće je u pitanju „aktivizam” omladinske, preciznije: studentske populacije - koje svoje masovne performanse poslednjih nekoliko godina pripremaju ilegalno, a izvode javno širom planete, dovodeći u pitanje čitav građanski svet kao mesto preovlađujućeg konzumerizma i egzistencijalno obojene dosade¹⁸, govori u prilog supstituciji koja se već dogodila. Naime, u svim ovim slučajevima, neposredna komunikacija licem u lice zamenjena je svojevrsnim telesnim egzibicijama uživo (akcija: „tepih ljubavi”, i sl.), odnosno stavljanjem tela u promet, *on the line*. U poslednjem navedenom primeru, međutim, očevidno je izražena potreba za povratkom u prvobitnu čulnu neposrednost komunikacije, koja se preparira medijskim putem, a konačno izvodi u „realnom” vremenu i prostoru.

Anonimna gomila građana koja učestvuje u protestu organizovanom posredstvom Interneta i mobilne telefonije (SMS), ne predstavlja više nekakav istorijski subjekt promene, niti pak individualni čin pružanja otpora (samosvesnih) građana, odnosno građanskih pokreta u ranijem smislu reči. Ova *cyber*-gomila, sačinjena od pukih Internet poznanika, nije ni subjekt ni objekt mogućih promena, ali ne predstavlja ni nekakav kolektivitet bez svojstava (kao što su, recimo, komunikabilnost, kreativnost, specifična grupna dinamika i pružanje jedne vrste artikulisanog otpora potrošačkom svetu dosade). U osnovi, nju karakteriše, što na prvi pogled izgleda protivrečno, gotovo potpuno odsustvo samosvesti, definisane u ranijem smislu pojma (ukoliko se iz naše interpretacije isključe lideri i scenaristi samih događaja, kao i programeri uvodnih medijskih aktivnosti, te njihova konfrontacija sa policijom, u specifičnim *cyber*-akcijama koje prethode događajima na ulicama i trgovima, *ovde* i *sada*).

16 Videti: Chris Hables Gray, *Cyborg Citizen*, Politics in the Posthuman Age, Routledge, New York and London, 2001, str. 44

17 Isto.

18 Fenomen „blic gomila” poznat pod imenom „Flash Mobs”, nastao je kao cyber-replika na globalni korporacijski svet zabave, mada bez prvobitne intencije da politički deluje, odnosno da ima određenu, pre svega, komercijalnu svrhu. Pokret *mobber*-a zvanično je osnovan u Njujorku sredinom 2003. godine, a prve akcije inspirisao je jedan američki dvadesetosmogodišnjak koji potiče iz sveta „industrije kulture”. Principi delovanja pokreta zasnovani su na Internet okupljanjima surfera širom planete, koji prenošenjem e-mail poruka „od-ruke-do-ruke” ili pak širenjem informacija putem slanja poruka posredstvom mobilnog telefona (SMS), organizuju različite društvene (umetničke) akcije u realnom okruženju (Amerika i Evropa), čija je osnovna svrha uspostavljanje neposredne komunikacije unutar izvođačke grupe, tj. „inteligentne gomile”. Više o ovome videti na sajtu: <http://www.flashmob.com>.

Tako, kolektivna svest (ili samosvest) ustupa mesto delovanju jedne vrste umrežene telesne (samo)svesti, što se stiče u novoj konceptualnoj sintagmi „inteligentne gomile” koju ovaj pokret koristi kao svoju implicitnu, peformativnu ideologiju. Kolektivitet time gubi samosvest, ali zadobija „inteligenciju” kao određeno telesno svojstvo, imanentno svetu medija. Ovo bi, istovremeno, mogao da bude odgovor/pobuna današnjeg vremena u odnosu na svet interaktivnih događaja i tehnologija, subverzivnim korišćenjem njihovog vlastitog potencijala za taktičko delovanje, odnosno pružanje otpora savremenom korporacijskom ropstvu i već uveliko uspostavljenoj mas-medijskoj kontroli (nesvesnog). Međutim, u trenutku kada o ovome govorimo, mi već uveliko jesmo s one strane „humanih” vrednosti, koje su, kako tvrdi Pol Virilio, u potpunosti uništene prilikom ogromnih etničkih i ekoloških katastrofa koje su sobom donela iskustva Aušvica i Hirošime¹⁹, tehnološkim proizvođenjem masovne smrti, zasigurno najmonstruoznijeg izuma XX veka. Reklo bi se, štaviše, da se ovaj trend nastavlja kada je u pitanju delovanje radikalnih pokreta mladih poput *skinheads*-a, na primer, koji se danas pojavljuju unutar masmedijskih matrica pop kulture ili se aktiviraju u Internet prostoru, na egzibicionim promo-sajtovima, odnosno u namenski upućenoj, elektonskoj pošti, što neprekidno cirkuliše i „nadzire” samu stvarnost.²⁰

Interakcija „inteligentnih tela” u imaginarnom prostoru – sažeti je opis nove prakse građanskog *cyber* društva u nastajanju. Samosvest se ovde vezuje za entitete brzih gomila, tautologije pluralnih persona, kao i telesnu inteligibilnost mrežnog sveta što čini jedno s njegovim kolektivnim nesvesnim, dok medijum realizacije predstavlja aistorični, transhumani horizont tehno-imaginacije u igri bizarnih objekata. Medijske egzistencije, otuda, nisu ništa drugo do samosvest kao kodirana poruka; stari režimi u novom *matrix*-u; cirkulacija usamljenosti, ludila i neslobode; brend kao takav.

19 Videti: Pol Virilio, *Sajbersvet, politika na najlošoto*: razgovor so Filip Peti, Alef, Skopje, 2003. str. 80.

20 Indikativan je, u ovom smislu, primer transformisanog prostora za delovanje aktivista pokreta B.S.S. (Bevara Sverige Svenskt /Prepustimo Švedsku Švedanima/) koji je osnovan osamdesetih godina prošlog veka s karakterističkim rasističkim predznakom svog političkog delovanja. Zanimljiv je podatak da je jedan od pripadnika ovog pokreta bio je i Ulf, bivši član tada poznate švedske pop grupe „Ace of Base”. Pošto je pokret, navodno, ugušen i prestao sa konkretnim političkim akcijama u Švedskoj, svoje destruktivno delovanje nastavio je u *cyber* prostoru, prosljeđivanjem pretećih e-mail poruka sa nepostojećih adresa, apikantima (Jevreji, Romi, Srbi, Rusi, i drugi) za trajni boravak u ovoj zemlji. Sadržaj poruka ukazuje na mešavinu terminologija radikalnog političkog diskursa sa karakterističnim marketinškim sloganima s kraja veka: „We are happy you will never receive permission to stay forever in Sweden. So, let Sweden be your enemy, and your enemy will be Sweden”.

Ključne reči:

mediji, postindividualizam, imaginacija, aktivizam, inteligentne gomile

Divna Vuksanović

**THE MEDIA EXISTENCES:
POST-INDIVIDUALISM AND IMAGINATION**

Summary

The problem of relationship between *illusion* and *existence* presents a basic question initiated by the praxis of so-called „media culture”. Nowadays, the media belong to the sphere of subjectivism, while objective reality is being represented by a number of interaction worlds.

The terms such as „individuality”, „subjectivism” and „self-consciousness”, „reality” and „communicative community” do not hold their previous meanings. They are being replaced by phenomena taken from the fields of advertising, mass-media and marketing. Brands with their magical character have become the constituents of modern views on subjectivism and collective identities, establishing a paradigm of self-consciousness dialectic movement. The media ontology is therefore the theory of subjectivity *par excellence*, while the social praxis is gradually being substituted by a particular communicative praxis, realized through various discursive games of self-establishment and critical resistance. The text identifies these replacements that take place in the media of self-consciousness as a sphere of pure imagination.