Katarina Peović Vuković, University of Rijeka, Croatia

Pismenost nakon decentralizacije. Nudi li Mreža novi oblik pismenosti?

Topografska ili distributivna Mreža

Dok Hall i osobe poput njega surfaju kroz računalno stvorene svjetove, stvarajući svoje favorite i bilježeći svoja zapažanja, oni surfaju kroz dvodimenzionalne HTML dokumente, iako će, slijedeći pravilo Teda Nelsona o učestalim mijenama, svakih šest tjedana, oni uskoro vrludati kroz trodimenzionalna virtualna okružja. Kada to postane opća praksa, digitalni dérive uzrokovat će psihološku geografiju ne toliko prostora koliko "kolektivne halucinacije" koju je William Gibson naznačio u Neuromanceru. Digitalni dérive uvijek je u stanju nedovršenosti zato što se uvijek mogu učiniti nova povezivanja, zato što nove internetske stranice niču svaki dan te će i ono što je već katalogizirano biti izmijenjeno do vašeg idućeg dolaska. (Peter Lunenfeld, "Nedovršeni posao")

Ovaj je opis Petera Lunenfelda tipičan opis Mreže kao topografski organiziranog virtualnog prostora. Mreža je za Lunenfelda hipertekstualni prostor koji u digitalnom okružju razvija specifičnu virtualnu, vizualnu i trodimenzionalnu topografiju. Takav je opis Mreže inicirala hipertekstualna teorija devedesetih, temeljna disciplina koja se bavila pismenošću na novim medijima. Hipertekstualni teoretičari su digitalno-mrežnu paradigmu promatrali kao sferu proizvodnje znakova koja se odvija u maniri topografskog istraživanja prostora, kretanja kartografijom teksta. Pri tome se proizvodni proces interpretirao korištenjem poststrukturalističke teorije lanca označitelja kao temelja znakovne proizvodnje. Lunenfeld se referira i na situacionističko zanimanje za izgradnju "mentalnog zemljopisa" urbanog okružja te stvaranje misaonih duplikata fizičkih lokacija, pojedinačnih ulica, stvarajući tako revolucionaran osjećaj promjenjivog prostora i kreativnog angažmana" koji je organiziran topografski. No razvoj Mreže, njezina arhitektura, kao i razvoj mrežnih žanrova ne potvrđuje taj opis. Tu hipertekstualnu viziju ne nalazimo u Web 2.0 žanrovima poput bloga, pa ni onog Justina Halla "Linkovi iz podzemlja", koji spominje Lunenfeld. Topografski

opis Mreže odgovoran je za kreiranje jednog od najperzistentnijih ideologema današnjice – mita o interaktivnosti. Interaktivnost se pojavljuje i još uvijek održava kao ideologem razumijevanja Mreže kao prostora. Interaktivnost se shvaća temeljem mrežne demokratizacije pismenosti, društvenosti, politike. Interaktivnost je postala "ideološki termin, koji prije projicira nejasnu fantaziju, nego što posjeduje bilo kakvu analitičku supstancu", zaključuje Espen Aarseth (1997:51). Ideologija "osnaživanja čitatelja", koju je promovirala hipertekstualna teorija, počiva na premisi o mogućnosti biranja različitih putova kroz tekst/Mrežu, aktivnosti koja "reducira autonomiju autora" (Landow, 1992:72) i kreira novu instancu "čitatelja-kao-autora" (Joyce, 1992). Dva su termina ključna za formiranje ideologije hipertekstualne paradigme. Prvi je termin "nelinearno". Kako tumači Michael Joyce, osnaživanje čitatelja-kao-autora odvija se u maniri kretanja nelinearnim tekstom koji, za razliku od linearnog, omogućava kreiranje konačnog teksta. Drugi ključni pojam je "interaktivno" koji David J. Bolter koristi u sintagmi "interaktivna fikcija" kako bi opisao nelinearna djela koja omogućavaju čitateljima slobodu interakcije, kao i ona protohipertekstualna djela koja su pokušavala umaći linearnom poretku (od Tristrama Shandyja Lawrencea Sterna do Školica Julija Cortásara i Hazarskog rečnika Milorada Pavića).

No kinetika ruke i miša, "surfanje" tekstom, ne može značiti promicanje čitatelja u čitatelja-autora. Interaktivnost i nelinearnost, tako shvaćeni, zanemaruju razliku između aktivnosti i kontroliranog sudjelovanja. Iako aktivno odabiremo smjer čitanja, autor je taj koji svoju kontrolu potvrđuje kreiranjem poveznice[1] . Što se uistinu dogodilo na Mreži i zbog čega je optimizam još uvijek živ? Umjesto "topografske proizvodnosti" karakteristične za rani hipertekst i ideologiju interaktivnosti, političke promjene vezuju se uz "distributivnu proizvodnost" kakvu danas susrećemo na Mreži. Mreža je u nekim svojim specijaliziranim nišama orijentirana na proizvodnju virtualnog dérivea, trodimenzionalnog prostora kretanja (prvenstveno se to odnosi na virtualne prostore poput World of Warcraft ili Second Life), no Mreža se potvrdila kao komunikacijski kanal. Umjesto topografije, za Mrežu će biti ključno povezivanje bilo kojih dviju točaka i uspostavljanju kanala "distribucije". Utoliko nije ključno "nicanje novih virtualnih prostora", koliko nicanje veza između tih prostora. U distribuiranoj mreži svaka točka nije ni centralno čvorište ni satelitski čvor. Satelitski čvorovi u decentraliziranoj mreži mogu imati vezu s jednim ili dva čvora, mogu se povezivati međusobno, ali nikada sa svim čvorovima u mreži. U distribuiranoj mreži, rizomu, svaki čvor može uspostaviti

izravnu komunikaciju s drugim čvorom, a da se ne prijavi hijerarhijskom posredniku, a jedini je preduvjet da čvorovi "govore" istim jezikom, protokolom, kako upozorava Galloway (2006b). Arhitektura medija, kako zaključuje Galloway, više nije centralizirani sustav Benthamova Panoptikuma, već distribuirani dijagram, sličan Deleuze/Gattarijevom rizomu. "Poput rizoma" zaključuje Galloway, "svaki čvor u distribuiranoj mreži može uspostaviti komunikaciju s drugim čvorom, a da se ne prijavljuje hijerarhijskom posredniku." (Galloway, 2006b:15). Temelj distributivne strukture jesu mrežni protokoli, prvenstveno TCP/IP protokol koji omogućava peer-to-peer, izravnu komunikaciju dvaju računala. Distributivni dijagram kao opis arhitekture Mreže, koji uvodi Galloway, temelj je za proučavanje Mreže kao validnog kanala odašiljanja. Arhitektura Mreže omogućuje konzumaciju, no uz konzumaciju distributivni kanal omogućuje da mrežni digitalno proizvedeni artefakti budu spremi u formatu za distribuciju. Kanali neovisne distribucije postojali su i ranije, prvenstveno u polju alternativnih ili opozicijskih kultura u formi DIY praksi, no domet njihove distributivne mreže bio je slab. Mreža je kanal do sada nezamislive fleksibilne distribucije, nehijerarhijski kanal koji digitalnoj proizvodnji pripaja dodatnu vrijednost.

Tzv. Read/Write Web[2] je aktualizacija političke medijske teorije koju začinje hipertekstualna teorija (David J. Bolter, George P. Landow i Michael Joyce i dr.). No demokratizacija praksi čitanja i pisanja nije realizirana apstraktnom topografijom – kretanjem čitatelja koji mijenja fokus teksta (prakse de-centralizacije). Politička, ekonomska i kulturalna pitanja redefinirana su arhitekturom, te protokolima koji tu arhitekturu definiraju. Protokoli su pravila koja su podređena socijalnom konsenzusu. U tom smislu politička teorija novih medija mora napustiti mit "osnaživanja čitatelja" i krenuti prema tipu materijalne analize ili analize arhitekture te socijalnih pravila koja tu arhitekturu definiraju.

Lifestream: Mreža i identitet. Stvarati komadiće sebe na Internetu

Proizvodno-distribucijski subjekti i tekstovi naseljavaju sve mrežne komunikacijske kanale. Bloganje, Twitteranje, Facebookanje, Flickeranje, YouTubanje naših života dio je procesa lifestreama. Lifestream je vrsta mrežnog dokaza bivanja: imam homepage, blog, Twitter i Friendfeed kanal – dakle postojim. Dio je ontologije elektroničkog identiteta ultimativni zahtjev za

menadžeriranjem života koji se provodi translacijom identitetskih varijabli na Mrežu. Jedan je korisnik komentirao:

Ne želim više čuvati ni komadić papira, ni računalne diskove, ni videovrpce, niti želim misliti o tome je li moje kućno računalo kompatibilno s računalom na poslu. Ne želim više misliti o takvim dosadnim i besmislenim pitanjima o kompatibilnosti… Želim program koji će pritiskom tipke plaćati moje račune i slati porezne prijave… Želim da moj život bude savršeno organiziran, ne želim više trošiti vrijeme organizirajući ga. Ukratko, želim 'lifestream[8] .

Izraz streaming u engleskom se jeziku, a u kontekstu mrežne djelatnosti, koristi da bi se opisalo povezivanje s informacijom koja je Internetom odaslana u stvarnom vremenu, ali u širem kontekstu označava tijek (protok); odašiljanje i istovremeno zbivanje. Distributivno-proizvodne prakse imaju za cilj "uhvatiti život" i "menadžerirati ga" – subjekti na Mreži žele baratati digitaliziranim, kvantificiranim varijablama koje u konačnici određuju njihov život i identitet.

Način kreiranja identiteta na Mreži manje je vizualan. Nije riječ o kreiranju vlastitog avatara, nego kanala komunikacije. Praksu kreiranja mrežnog identiteta najavio je Heath Bunting u svojem radu Read Me (1998) u kojem digitalno-mrežni tekst povezuje riječi Buntingove biografije s raznim mrežnim stranicama. Bunting je u radu naglasio nomadsku strukturu digitalno-mrežnog identiteta kao oblika streaminga čije glavno obilježje nije vizualna ilustracija, već distributivno nomadstvo. Svaka riječ Buntingove biografije postaje dio nekog mrežnog prostora s kojim Bunting može i ne mora uspostaviti neku čvrstu vezu. Ključ ovog kreiranja jesu mogućnosti koje proizlaze iz ovih povezivanja. No upravo je kritička dimenzija ovog rada ključna. Kada je Bunting 1998. pokrenuo stranice, većina poveznica (riječi njegove biografije) nije vodila nikud – stranice nisu postojale – da bi do kraja tog desetljeća sve riječi bile umrežene. Riječi su najčešće upućivale na komercijalne stranice – domene upozoravajući na komercijalizaciju identiteta. Jer upravo je to proces koji se odvijao popularizacijom Mreže devedesetih, a zatim komercijalizacijom servisa za lifestream prakse – oblikovanjem društvenih mreža.

Mreža je reakcija na način na koji promatramo svijet i sebe. Već rana Mreža ukazuje na radikalno tekuće, treperave, nomadske prakse definicije subjekta i zajednice. U tom procesu potvrđuje se

kako je vizualni spektakl mjesto konstrukcije identiteta. Umjesto konstrukcije avatara, Mreža je spremnik memorije. Cliff Gerrish na svojem blogu Echovar piše:

> *Digitalna stvar koja živi na Mreži nije ekstenzija materije u prostoru, nego prije skupina bitova u određenom obrascu koji su dio nepostojanog sustava memorije. Ova dematerijalizacija digitalnog praćena je distribucijom "digitalne stvari" u mrežni prostor koji po mnogočemu podsjeća na veliki spremnik memorije" (Gerrish 2008).*

Mreža je prostor jedino u obliku spremnika globalne memorije. Mreža je univerzum, "sve" (koliko smo puta čuli kako je na Internetu moguće pronaći "sve"). No Mreža nije Univerzum paralelnog virtualnog svijeta kao "preslike" Realnog. Mreža nije prezentacijski medij – ni u vizualnom ni u tekstualnom smislu (paralelni svijet u kojem predstavljamo sebe, zajednicu ili neki postojeći "realni" topos). Mreža je mjesto veza u kojima se potvrđuje kako se sebstvo, zajednica, topos neprestano iznova formiraju.

Manipulacija vizualnim

Mnoge kritike "virtualnosti" kritike su vizualne reprezentacije (vlastitog identiteta) ili realistične grafike (3D svijet) kao manipulativnih momenata Mreže. Arthur Kroker i Michael A. Weinstein, poput mnogih, za komercijalizaciju Mreže optužuju virtualni, ikonički, vizualni spektakl (1994). Manipulacija se locira u (lažnom) osjećaju potpune uronjenosti korisnika u prostor virtualnog. "Nije li tako očito", zaključuju autori, "kako tehnologija [danas] ne može služiti ničemu drugom, nego da bi posljednji čovjek kao pretpubertetski dječak najradije zauvijek igrao videoigre?". No nije li Mreža svojim distributivnim funkcijama bitno različita od digitalnih reprezentacija kompjutorskih igara?

Slika Mreže na kojoj su informacije prikazane grafički (kao u kompjutorskoj igri) – a koju priziva i Peter Lunenfeld u eseju "Nedovršeni posao" – temelji se na fikcionalnom opisu Mreže koji su ponudili cyberpunk romani, a koji i danas služe kao bogati epistemološki spremnici.

Teleportaciia Olie Lialine

THE TELEGRAPH WIRED 50 Heath Bunting

Heath Bunting is on a mission But don't asking him to define what it is His CV bored teen and home computer hacker in 80s Stevenage flyposter, graffiti artist and art radio pirate in Bristol bulletin board organiser and digital culture activist or his phrase artivist in London is replete with the necessary qualifications for a 90s sub-culture citizen but what s interesting about Heath is that if you want to describe to someone what he actually does there s simply no handy category that you can slot him into

If you had to classify him you could do worse than call him an organiser of art events Some of these take place online some of them in RL most of them have something to do with technology though not all One early event that hit the headlines was his 1994 Kings Cross phone-in, when Heath distributed the numbers of the telephone kiosks around Kings Cross station using the Internet and asked whoever found them to choose one call it at a specific time and chat with whoever picked up the phone The incident was a resounding success at 6 pm one August afternoon the are was transformed into "a massive techno crowd dancing to the sound of ringing telephones" according to Heath

More recently in collaboration with his mother an ex-Greenham activist and bus driver he set up a bogus Glaxo website which mimicked the real one and asked employees to send in their pets for vivisection and experimentation Glaxo were alarmed enough to issue a public statement and have the offending site removed

But why has this one-time graffiti artist and stained glass window apprentice embraced the net? When I was on the street I was always looking for new tools and I was always looking to do battle with the front-end though I hesitate to say the front end of what exactly For me the real excitement of

Slika 1 - Heath Bunting, rad Read Me (1998)

U Neuromanceru (1984) Williama Gibsona Mreža je opisana kao slikom bogat prostor u kojem se interakcija zbiva u trodimenzionalnom okolišu. Mreža je karta koju istražujemo "krećući se" nepreglednim virtualnim teritorijima. No ovu bi cyberpunk sliku razočarala neka Facebook aplikacija. Kritika manipulativne Mreže kao prostora fikcionalizacije i vizualne reprezentacije promašena je. Zapravo Mreža ograničava svaku fikcionalnost (i s njom povezanu vizualnost) virtualnih svjetova. Mreža je komunikacijski i tekstualni medij, dok su projekti virtualizacije mrežnog prostora ostali ograničeni na prostore virtualnih svjetova. Takvi su svjetovi topografske fikcije primjerice Second Lifea i mrežne kompjutorske igre. No oni su inkorporirani u Mrežu kao specijalizirani spacijalni prostori namijenjeni igri i fikciji. Iako je riječ o prostorima grafičkog realizma (a ne socijalnog realizma, što naglašava Alexander Galloway u studiji Gaming), ti su svjetovi oblik redundancije mrežne komunikacije. Ovi su žanrovi specifične Mrežne "prerade" poznatih digitalnih žanrova, prvenstveno kompjutorskih igara koje iz fikcionalnih prerastaju u fikcionalno-komunikacijske.

U prvim danima Mreže u doba ARPANET-a, 80-ih godina, pojavljuju se tzv. MUD-ovi ili MOO-ovi[4] . U početku je riječ o potpuno tekstualnim mrežnim igrama iz kojih će se razviti žanr tzv. avantura (adventure games). No s vremenom MUD-ovi potpuno eliminiraju element igre i postaju prostori komunikacije – korisnici koji su se njima kretali počeli su graditi vlastite sobe u kojima su samo komunicirali umjesto rješavali zagonetke. Iz ovih će se prostora za komunikaciju razviti virtualni svjetovi kao što su Second Life ili Active Worlds. I jedni i drugi, i igre i virtualni prostori, iz tekstualnih postaju grafički oblikovani, omogućujući kreiranje vlastitih avatara i okoliša. U konačnici MUD-ovi su prethodnici i kompjutorskih igara, tzv. MMORPG-ova: World of Warcraft, Ultima Online , EverQuest i dr. Zbog njihova razvoja, virtualne prostore poput Second Lifea treba promatrati kao fikcionalno-komunikacijski žanr čije je fikcionalno porijeklo digitalnog karaktera, a komunikacijsko mrežnog. Digitalna i mrežna tekstualnost sudjeluju ravnopravno u virtualnim svjetovima. No društveno je umrežavanje elemente topografskog i fikcionalnog marginaliziralo u odnosu na komunikacijsko i distributivno.

Sličan je primjer koji intenzivno integrira topografiju i komunikativnost Mreže servis Home za PlayS tation mrežu koji okuplja igrače u trodimenzionalnom virtualnom prostoru. Home je, uz klasičan virtualni prostor (gradnja objekata, komunikacija, kreiranje vlastitog avatara), primjer višestrukih

remedijacija koje se odvijaju između stvarnog svijeta, ali sada i svijeta igre i svijeta Mreže. Virtualni svijet nije više samo remedijacija stvarnog svijeta, već i digitalne topografije i mrežne komunikativnosti. Home predstavlja višestruke simulacije jer je poput drugih virtualnih svjetova simulacija stvarnog svijeta (u kojem se družimo, gradimo, odijevamo), ali ujedno i simulacija igre i simulacija Mreže. Virtualni Home najčešće je mjesto sastanka prije "odlaska" u neki MMORPG. Home ujedno simulira nas koji se igramo otvarajući još jedan ekran u virtualnom prostoru – ekran igre. Istovremeno Home je i simulacija Mrežne komunikacije koja se prije odvijala putem tekstualnog sučelja (instant messaginga ili e-maila)[5] .

Blogovi

Nije slučajno da se u eri rane Mreže (krajem osamdesetih i početkom devedesetih) formirao imaginarij (cyberpunkovske) spacijalne Mreže koji zapravo i nije doživio svoju realizaciju. Topografska Mreža uistinu bi bila "logičan nastavak" digitalne paradigme. Za razliku od distributivno-komunikacijskih praksi, digitalno-topografske su obilježene fikcionalnim (kompjutorske igre, hipertekstovi, cybertekstovi). Općenito, kulturalne prakse Mrežu su usmjerile prema komunikaciji (baš kako je telefon od reprezentacijskog usmjeren prema komunikacijskom). Vizualno/tekstualno tako se pokazuje kao opreka koja proizlazi djelomično i iz razlike digitalnog i mrežnog. Digitalnoj je paradigmi bliska topografija i fikcionalizacija, dok će Mreža razviti distributivne prakse i komunikaciju. Svjetovi rezervirani za vizualne reprezentacije redefiniraju fikcionalni karakter "starih" digitalnih žanrova poput kompjutorskih igara, hiperteksta i cyberteksta. Ti su se žanrovi na Mreži orijentirali prema dizajnu prostora, avatara, ali i fikcionalizaciji i poetizaciji teksta. Iako su, primjerice, online kompjutorske igre primarno fikcionalne, one će inkorporirati i neke komunikacijske strategije, no dominantna fikcionalna dimenzija oduzima im funkcionalnost i komunikativnost kakvu nalazimo u okrilju društvenih mreža. Naravno, Second Life uistinu jest prostor za komunikaciju, ali on ostvaruje i druge funkcije – od kojih je želja za kreiranjem narativa jedna od najsnažnijih. Dizajniranje svojeg avatara, nastambe ili drugih artefakata važan je moment života u virtualnom svijetu.

Fikcija i komunikacija se isprepliću. Ponekad i komunikacijski žanrovi bivaju fikcionalizirani. Blogovi znaju biti izrazito fikcionalizirani ili težiti komunikacijskim praksama. Blog Pušiona primjer je izrazito

fikcionaliziranog bloga. Iako miješa javno i privatno, zapravo je najčešće riječ o određenoj poetizaciji i fikcionalizaciji, iako ovaj blog još uvijek ima u sebi sadržanu komunikacijsku funkciju. Iako Pušiona jest blog na kojemu se odvija interakcija s publikom, ovo je primjer bloga koji od komunikacijske funkcije bježi. Blog Vlade Bulića tako je nastajao kao svojevrsni metatekstualni sloj romana koji je autor pisao. Potpisujući se pseudonimom Denis Lalić u blogu Pušiona[6] Bulić je stvorio alter ego koji komentira vlastitu (kvazi)intelektualnu djelatnost pisanja romana. S druge strane, Vlado Bulić u romanu Putovanje u srce hrvatskog sna (2006)[7] tematizira autobiografsku situaciju – pišući o Denisu Laliću koji dobiva posao na jednom mrežnom portalu jer je otkrio šefu svoj identitet – autora Pušione (čiji je ovaj čitatelj). Ukratko, Denis je implicitni autor Pušione kojeg "zbiljski" autor Vlado Bulić komentira u svojem romanu. Bulić nije zainteresiran za Read/Write prakse. Iako je blog doživio veliku popularnost, autorov primarni motiv nije obraćanje publici, komunikacija je na blogu bila tek usputna, a autoru čak i odbojna (prema privatnim razgovorima). Primarna intencija bila je stvoriti pseudoautobiografsku prozu koja će komentirati autora i roman u nastajanju, što je predstavljalo oblik autoterapeutske prakse za vrijeme pisanja Putovanja.

Steven Shaviro komentira kako su literarni blogovi često postmoderni prostor metafikcijskog zbunjivanja jer implicitno ili eksplicitno komentiraju kreiranost identiteta, važnost reprezentacijskih praksi koje nas konstruiraju (kao žene, homoseksualce, uspješne poslovne ljude, blog-novinarke, očeve, itd.). Ove prakse krajnje su fikcionalne i udaljene od informativnih ili političkih blogova orijentiranih na informaciju i komunikaciju (Shaviro, 1999). Češće ćemo naići na suprotne primjere, pogotovu ako se odmaknemo od domaće prakse (domaći blogovi često su jednostavne digitalizacije materijala koji su namijenjeni tiskanom izdanju). Primjerice Ke$-pichke (2004-2006)[8] domaći je blog koji ilustrira sve prednosti utjecaja komunikacije na fikciju. Ke$-pichke nije lako "ukoričiti" jer nije riječ o romanesknom štivu, već o fikcionalnim fragmentima koji se miješaju s komunikacijom s čitateljima. Autorice koje su se potpisivale pseudonimima Philo i Selket koristile su se raznim medijskim strategijama, ulazeći u medijski klinč s čitateljstvom raspisivanjem apsurdnih natječaja, kvizova i natjecanja blogera (u natjecanjima se od natjecatelja tražilo da, primjerice, odgovore na kviz-pitanja, uploadaju slike ili napišu esej.) Dok je komunikacija bila temelj ovog bloga, on je ipak snažno poetizirao kvaziautobiografske momente[9] .

Mrežni ekshibicionizam

Osim kritike vizualnosti, jedan od čestih odgovora Gutenbergove galaksije na pojavu digitalno-distributivnih medija sveprisutna je stigma ekshibicionizma, ocjena kako je komunikacija na socijalnim mrežama i blogovima ekshibicionističko brbljanje egocentričnih subjekata koji "ne znaju što činiti sa sobom". Ovu tezu potvrdila je i nedavno objavljena studija o Twitteru koja procjenjuje kako je 40.55 % poruka na ovom mikroblog-servisu "besmisleno brbljanje". I sami korisnici i korisnice zatvaraju svoje stranice jer se osjećaju egoistično. Tako je Karmen Joy King, inspirirana Aristotelovom idejom da smo "ono što opetovano činimo", odlučila "uništiti svoju pomno kreiranu virtualnu sliku" na Facebooku jer se osjećala egoistično provodeći vrijeme mijenjajući svoj profil i obnavljajući svoj status. Optužba zbog ekshibicionizma, nihilizma i cinizma zadesila je medij koji nema namjeru biti prezentacijski. Problem proizlazi iz nerazumijevanja novomedijske paradigme koja se mjeri i vrednuje kriterijima tiskanih medija. Twitter, Facebook i ostale društvene mreže nisu spomenari ili porodični albumi. Tako ni blogovi nisu, kako se tvrdilo, "online dnevnici" jer kada bi to bili, s pravom bismo mogli zaključiti das su "blogeri ili naivni ili ludi" jer je bloganje aktivnost u kojoj "nudiš zajednici od 900 milijuna ljudi da čita tvoj dnevnik" (Danah Boyd, 2006). Običaj je mentaliteta kulture tiska da svaki pisani iskaz tretira kao arnoldijansku Kulturu, "najbolje od onog što je bilo mišljeno i rečeno u svijetu"[10] . Elitistički pristup koji se podrazumijeva (u obrazovnom sustavu, medijima, državnim institucijama) iskaze na društvenim mrežama promatra kao iskaze "propuštene" kroz centralistički filtar. No poruke na društvenim mrežama nisu novinski naslovi, a Internet nije medij poput televizije ili novina. Ukoliko govorimo o demokratizaciji kanala odašiljanja, onda je to zbiljska demokratizacija. Na Mreži uistinu svatko ima pravo na objavljivanje. No osim što je riječ o mediju bez "vratara", on ima još jednu problematičnu karakteristiku – mrežnu ontologiju ne možemo iščitati samo iz sadržaja koji je dijeljen. Sadržaj Facebookove aplikacije Pillow Fight jest gađanje virtualnim jastucima, no ono što uistinu činimo nije lako shvatiti proučavajući (banalni) sadržaj te virtualne borbe.

U pokušaju definicije bloga treba naglasiti tri ključna obilježja. Komunikaciju na blogu treba razumijevati kao:

proizvodnu i

asinkronu komunikaciju,

koja ponekad ostvaruje jedino fatičku funkciju.

Prvo, blogovi, kao i socijalne mreže, razlikuju se od novinarstva jer je proizvodnja uvijek dio ciklusa čitanja-pisanja, digestivne kreativnosti. Proizvodna konzumacija koju smo opisali obilježje je svakog otvorenog mrežnog kanala. Blog je zbog toga tek djelomično (pa čak i u manjem dijelu) predstavljački, a dominantno komunikacijski medij. Proizvodno orijentirana konzumacija blogove razlikuje od statičnih mrežnih stranica ili homepageova na kojima se korisnici "predstavljaju" (mrežne stranice kao mjesto "predstavljanja" s Web 2.0 alatima zapravo odumiru.). Društvene mreže poput Facebooka svoju popularnost ne duguju "prezentaciji". Statični osobni podaci (od spola do političke orijentacije) dio su aplikacije, no prednosti sličnih alata upravo su digestivno-proizvodne prakse. Facebook je aplikacija koja nam omogućuje lifestream – organizaciju svojeg slobodnog vremena – čineći to slobodno vrijeme ujedno dijelom naše reprezentacije. Cilj javnog obznanjivanja rođendana, protesta ili koncerata kojima želimo prisustvovati, koristeći Facebook Events, nije samo podsjećanje vlasnika, već i podsjetnik ("svijetu") kojim i izravno pozivamo druge da nam se pridruže. Ovo je jedna od mnogih aplikacija koje nas pozivaju na objavljivanje, kreiranje i proizvodnju sadržaja (Go Mobile omogućuje učitavanje vlastitih fotografija i SMS poruka, Share Files dijeljenje dokumenata, Facebookova elektronička pošta oblik je komunikacije neformalnije od privatnog e-maila itd.). Društvene mreže poput Facebooka nisu spremnici korisničkih podataka, već alati za proizvodnju identiteta. Aplikacije računaju s proizvodnom žudnjom lifestream kanala. Tako blogeri očekuju komentare, ujedno komentirajući druge blogove i preuzimajući sadržaje jer je to jedini način za popularizaciju. (Jednostavna pravila za kreiranje popularnog bloga su: piši, čitaj i komentiraj druge koji će onda komentirati tebe. U najprimitivnijem obliku tu cikličnost reflektira jedan od čestih "blogoreičnih" komentara: "Imaš super blog, posjeti moj".)

Drugo, osim perpetuiranja proizvodne žudnje koja lifestream medije povezuje s kanalima usmene komunikacije poput telefona, privlačnost mrežnih alata počiva i na mogućnostima sinkrone i asinkrone komunikacije. Iako je Mreža kao medij sličnija telefonu i usmenoj komunikaciji nego institucijskim medijima (poput novina ili televizije), mogućnost finog "baždarenja", preciznog odabira vremenskog okvira unutar kojega odlučujemo odgovoriti na poruku, ključ je privlačnosti

mrežnih komunikacijskih medija. Sinkrona (chat) i asinkrona komunikacija (elektronička pošta, blog, forum) višestruki su kanali koji se ne razlikuju sadržajno, nego formalno[11] .

Odsustvo fizičkog tijela čini mrežni razgovor privlačnijim od usmenog razgovora. U isto vrijeme odgoda mrežne komunikacije donosi prevlast Mreži pred telefonom koji je oduvijek bio uzbudljiv zbog svoje "slatke sirenske zvonjave", poziva žive osobe s druge stane žice. Mreža je veza koja se nikad ne prekida, stalno otvoreni kanal i poziv na komunikaciju. Upravo tu trebamo tražiti razloge dobrovoljnog "otkrivanja", građanskog coming outa kojem svjedočimo. Lifestream znači pomno ali dinamično kreiranje identiteta na kanalu na kojem uvijek ima (živih ili imaginarnih) slušatelja, u realnom vremenu ili odgođeno. Asinkrona komunikacija doprinijela je i fikcionalizacijama koje su čest modus bloga kao mjesta na kojem predstavljamo, ali i proizvodimo vlastiti(e) identitet(e).

No kako bismo shvatili što čine milijuni korisnika aplikacija poput Facebookove borbe jastucima, moramo u komunikacijsku računicu uključiti i treće obilježje digitalno-distributivnih medija. Poruke na blogovima i socijalnim mrežama nisu samo upućene nekoj konkretnoj osobi, već čitavom konceptualiziranom "polju". Ponekad korisnici samo "pingaju"[12] prijatelje gađajući ih virtualnim jastukom (s likom Barta Simpsona), a taj je jastuk onda digitalno-distributivna verzija fatičke komunikacijske funkcije. Roman Jakobson fatičku je komunikacijsku funkciju namijenio onim porukama koje se odnose na provjeru kanala komunikacije – poput pitanja "radi li mikrofon?" (Jakobson, 2008). Tako pozdrav "Hello World!" na blogu ili socijalnoj mreži predstavlja one poruke koje uopće nisu namijenjene nekom konkretnom adresatu, već mogu glasiti na sve imaginarne primatelje za koje se nadamo da "negdje postoje". Na taj način nešto želimo reći ne poznatim osobama, već upravo onima koje ne poznajemo. Pišući blog dijelimo neke intimne detalje iz svojeg života i zbog toga što je riječ o komunikaciji s konceptualiziranom, "nevidljivom" publikom (2006), kako tvrdi Dannah Boyd[13] . Svako je ustrajno bloganje "razglednica Bogu"[14] . Ono je i poruka "svijetu", kao i natuknica sebi. Ne samo da tekst/nomadski subjekt stupa u komunikaciju sa zamišljenom publikom, već komunicira i sa samim kanalom, koji za razliku od "stabilnih medija" (zapisa rukom, videa kojeg držimo u ladici itd.) uvijek nudi uzbudljivu nesigurnost poziva upućenog nepoznatom nekom. Često je riječ o ostavljanju bilježaka, zapisa kojima ćemo provesti analizu događaja, osoba (društvenu, kulturološku, psihološku itd.). Blogovi se zbog takve slobode koriste u razne svrhe, ne ostvarujući samo komunikacijsku, već i arhivarsku, kolekcionarsku, autoanalitičku i

druge funkcije. Pitanje ekshibicionizma mrežnih korisnika/ica, koje dominira raspravama, zanemaruje složenost komunikacijske situacije koja je tek rijetko definirana jednostavnim trokutom pošiljatelj-poruka-primatelj. Zapravo, kako teorija komunikacije upozorava, tek ponekad komunikacijske situacije sadrže neku jednoznačnu poruku koju primatelj treba primiti od pošiljatelja. U slučaju digitalno-distributivnih žanrova često je riječ o dualnom odnosu poruke i pošiljatelja, dok se primatelj može i ne mora kreirati kao imaginarna osoba (implicirana sadržajem). Pillow Fight tako jest upućen konkretnom adresatu, no ujedno to je univerzalizirana poruka kojom podsjećamo svoje prijatelje i poznanike ("svijet") na sebe i svoju pomno kreiranu sliku na Facebooku.

Navodna narcisoidnost i ekshibicionizam mrežnih subjekata koji proizvode identitete, tekstove, dizajniraju životne prostore, više govori o nezadrživoj bujici proizvodnje i proizvodnoj žudnji, otisku suvremene kulture, nego o nekoj narcisoidnoj publici Mreže. Ne postoji razlika između analognih i digitalnih medija kada je riječ o potrebi za (auto)reprezentacijom. Društvenost, pismenost, umjetnost danas je zabavljena fluidnim identitetima, no mrežni alati tu su proizvodnju demokratizirali. Kako ćemo probati pokazati, razlika postoji, no ona je posljedica kulture i tehnologije te njihovih kompleksnih odnosa. I identitet, tekstualnost i najšire definirana Kultura Mreže omogućuju neprestani dotok i odašiljanje, konzumaciju i produkciju, hranjenje i digestiranje. Pritom postoji opravdan razlog da ne odvajamo tekstualnost, identitet, dizajn prostora, umjetnost, itd. Digitalno-mrežna paradigma uključuje i tekstualnost i koncepte virtualnog sebstva kao i virtualnih svjetova.

Proizvodnja teksta/identiteta

Na Mreži uvijek proizvodimo, ali istovremeno i konzumiramo, digestiramo, ulazimo u ekonomski proizvodno-konzumacijski ciklus. Nije riječ samo o građenju, kreiranju vlastitog identiteta, dizajniranju avatara ili okoliša, općenito produkciji "teksta", nego su sve ove proizvodnje uključene u ciklus distribucijske okupacije prostora Mreže i dio su šireg – neprekinutog lifestreama. U tom smislu virtualni svijet nije neka prezentacijska nadopuna stvarnom, već prostor proizvodnje entiteta, odnosa, društvenih prostora, itd. DIY prakse i P2P mreže odgovorne su za hiperproizvodnju i preradu elektroničkih "tekstova". Mrežne stranice orijentirane na dijeljenje

različitih medija: Flickr (dijeljenje fotografija), Last.FM (glazbe), YouTube (videa), itd., u eri Web 2.0 alata implementiraju digestivno-konzumacijske činove. Youtube parodije ili tzv. machinima filmovi izdanak su digitalno-mrežne proizvodnosti. “Machinima” ili “strojno kino” video je koji nastaje na predlošku neke postojeće kompjutorske igre. Autor machinime snimi svoje igranje, montira kadrove iz igre, a zatim snimi glasove i glazbu. Machinima video često je u dadaističkom odnosu prema originalnoj igri koju komentira, parafrazira ili ironizira. Slično, ali u drugom žanru, Youtube parodije montiraju kadrove postojećih filmova. Primjerice, parodija Blaire and Bush endless love klasičnom cut-up metodom spaja snimke političkih govora, simulirajući glazbeni duet političara koji se sinkroniziraju i na metaforičkoj i doslovno filmičnoj razini – režija otkriva Blaireovu i Bushovu “beskrajnu ljubav[15] . Mreža je konzumacijsko-distribucijski kanal koji djeluje na način tijeka (fizičkog, intelektualnog, emocionalnog, itd.). Riječ je o “produktivnoj žudnji” koju su opisali Deleuze i Guattari u studiji Anti-Edip: kapitalizam i shizofrenija. Deleuze i Guattari zastupaju ideju da se žudnja ne može objasniti bez razumijevanja Marxove ekonomije proizvodnosti i Freudeove ekonomije žudnje. Deleuze i Guattari naglašavaju da se žudnja ne može objasniti bez proizvodnje jer mi nikad nismo dovršeni subjekti, već uvijek u procesu neprestane žudeće-proizvodnje (Deleuze/Guattari, 1983:5). Drugim riječima, Mrežu ne treba promatrati kao prezentacijski prostor virtualnog, kao lažan i drugostupanjski simulakrum, već kao mjesto koje upravo svojom transcendencijom fizičkog upozorava na proizvodnju kao temeljem “strojnog” načina promišljanja svijeta. (Na taj se način jedino može prevladati tehnodeterminističko poimanje “utjecaja” Mreže na društvo i subjektivnost.) Deleuze i Guattari govore o subjektivnosti kao proizvodno-konzumacijskom ciklusu. Za njih je subjekt stroj – kibernetički sustav koji funkcionira po principu lakanovske žudnje i proizvodnje, kako ju je opisala materijalistička filozofija. Dakle, o subjektivnosti, tekstualnosti i virtualnom identitetu treba govoriti kao o dijelu istog problema. (Na taj se način i područja psihologije, teorije književnosti ili sociologije ovdje trebaju interdisciplinarno konzultirati jer sve ove discipline, kada je riječ o novim medijima, opisuju jednu te istu paradigmu – digitalno-mrežnog svijeta.) Paradigma nam omogućava da mehanizme mrežne proizvodnje shvatimo i kao pokretače mrežnog teksta i sebstva i dizajna Mreže jer oni se uistinu ne mogu odvojiti.

Ovo se pitanje može najbolje ilustrirati na slučaju navodne narcisoidnosti i ekshibicionizma mrežnih subjekata koji proizvode identitete, tekstove, dizajniraju životne prostore. Postavlja se pitanje je li riječ o nezadrživoj bujici proizvodnje i proizvodnoj žudnji subjekata ili narcisoidnom karakteru Mreže? Ne postoji razlika između analognih i digitalnih medija kada je riječ o potrebi za (auto)reprezentacijom. Društvenost, pismenost, umjetnost oduvijek su bile zabavljene prikazivanjem, no mrežni alati tu su proizvodnju učinili banalnom. Razlika novih i starih medija postoji, no ne kao posljedica tehnoloških i medijskih sustava, već kulture i tehnologije te njihovih kompleksnih odnosa.

I identitet, tekstualnost i najšire definirana Kultura Mreže omogućuju neprestani dotok i odašiljanje, konzumaciju i produkciju, hranjenje i digestiranje. Pri tome postoji opravdan razlog da ne odvajamo tekstualnost, identitet, dizajn prostora itd. Postoji potreba šireg promatranja novomedijske kulture, koja omogućava spajanje disciplina cyberteorije, teorije novomedijske pismenosti (nekad hipertekstualne teorije), dizajna novih medija. Digitalno-mrežna paradigma uključuje i tekstualnost i koncepte virtualnog sebstva kao i virtualnih svjetova.

Bibliografija

Aarseth, Espen. Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1997. Print.

Bolter, Jay David. Writing Space: Computers, Hypertext, and Remediation of Print. N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 2001. Print.

Boyd, Danah. “A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium.“ Reconstruction 6.4. 2006. Web. http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml

Deleuze, Gilles i Félix Guattari. Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia. Trans. Robert Hurley, Mark Seem, and Helen R. Lane. Minneapolis: U of Minnesota P, 1983. Print.

Galloway, Alexander R. Gaming. Essays on Algorithmic Culture. Minneapolis: U of Minnesota P, 2006a. Print.

Galloway, Alexander R. Protocol: How Control Exists after Decentralization. Cambridge: Leonardo Books, The MIT Press. 2006b. Print.

Gerrish, Cliff. “Acts of Faith: A Network of Things.” Echovar, 2008. Web. http://blog.echovar.com/

Joyce, Michael.“Siren shapes. Exploratory and Constructive Hypertexts”, Academic Computing 3: 10–14, 37–42. In Michael Joyce, Of Two Minds: Hypertext Pedagogy and Poetics. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1995. [1988] Web. http://www.technorhetoric.net/1.3/reviews/twominds/2msirenshapes.html

Kroker, Arthur i Michael A. Weinstein. Data Trash: The Theory of the Virtual Class. New York: St. Martin's Press. 1994. Print.

Landow, George. Hypertext: The Convergence of Contemporary Literary Theory and Technology. Baltimore & London: Johns Hopkins University Press, 1992. Print.

Lunenfeld, Peter.“Nedovršeni posao.” Treći program Hrvatskog radija, emisija Elektrosfera, 2009. Radio.

[1] Već rana hipertekstualna teorija i praksa upozorava na de facto neaktivnost čitatelja. U eseju "Siren shapes. Exploratory and Constructive Hypertexts" (1988) Michael Joyce radi razliku između istraživačkog hiperteksta, gdje sve intervencije ipak ostaju izvan tijeka teksta, a granica autor-čitatelj ostaje jasno naznačena pa je riječ o «ovlaštenoj interakciji», i konstruktivnog hiperteksta koji pruža mogućnost stvaranja, mijenjanja teksta, pa je interakcija «recipročna», a ne «ovlaštena».

[2] Autor termina Read/Write Web je znanstvenik Tim Berners-Lee, tvorac World Wide Weba.

[3] Citirano prema: http://www.wordspy.com/words/lifestreaming.asp.

[4] MUD je skraćenica od Multi Users Dungeons/Domain. Prvi MUD-ovi omogućavali su igranje igara i rješavanje zagonetki. Potječu od RPG-ova (role playing games) iz sedamdesetih godina prošlog stoljeća koje se igralo na pločama (iz kojih su se razvile i istoimene kompjutorske inačice). RPG-ovi su okupljali više ljudi, a napredovanje po zamišljenom svijetu odvijalo se bacanjem kockica. Jedan od najpopularnijih RPG-ova igranih na ploči je Dungeons and Dragons. U toj strateškoj igri Garyja Gygaxa trebalo je istraživati dvodimenzionalni svijet, čija je pravila kontrolirao, a ponekad i postavljao tamničar (DM, dungeon master). Bacanje kocaka određivalo je tko će zadobiti prednost, igrač ili DM-čudovište. Programeri William Crowther i Don Woods, inspirirani igrom Dungeons and Dragons, stvorili su kompjutorsku inačicu koju su nazvali Adventure i prema kojoj se nazvao istoimeni žanr. Jedna od najutjecajnijih tekstualnih igara avantura i predstavnica ovog žanra je Zork (Zork je 1977. stvorila tvrtka Infocom). Kasnih osamdesetih tekstualne avanture izumiru, a nasljeđuju ih vizualne, a kasnije i trodimenzionalne igre. MUD-ovi se kasnije razvijaju na Mreži. Po uzoru na igru Adventure, engleski programeri na sveučilištu Essex (Roy Trubshaw i Richard Bartle) programiraju avanturu koju je na Mreži moglo igrati više igrača odjednom. Igru su nazvali Multi-User Dungeon (MUD ili poznata kao MUD1). Kasniji interpretatori skraćenicu su željeli odvojiti od termina Multi Users Dungeon koja je prostore povezivala s popularnim igrama na ploči. Želeći joj priskrbiti "ozbiljniji" status, protumačili su je kao skraćenicu termina Multi User Domain. Također se koristi i skraćenica MOO koja dolazi od izraza Multiobject oriented.

[5] Umnažanje fikcionalnih dimenzija u eksperimentu World of World of Warcraft (2008) ilustrira i parodira ovu praksu umnažanja razina virtualnosti. WoWoW je igra u kojoj kreiramo avatara koji

igra WoW. Praktički pratimo svoje virtualno ja u realnom prostoru u kojem igramo računalnu igru u virtualnom prostoru.

[6] Blog Pušiona: http://pusiona.bloger.hr/.

[7] Vlado Bulić (2006) Putovanje u srce hrvatskog sna, AGM, Zagreb

[8] Blog Ke$-pichke nastajao je od 2004. do 2006. godine: http://kespicke.mojblog.com/

[9] Primjerice, jedan od karakterističnih poetičnih momenata priziva formulaičnost i reklamocentričnost stila Chucka Palahniuka iz romana Klub boraca:First Reaction is Essential A što ako sam Usamljena?Ljudi kažu da je lakše kad neke stvari kažeš naglas. Kao "Ja sam homoseksualac", "Ja imam *tu i tu* bolest"...Kakve je to koristi ikome donjelo osim na grupnim terapijama. Bolujem od alkoholizma. Perem ruke 200 puta na dan. Volim malu djecu.Pomoći ćemo ti samo ako si sam pomogneš. Vječni nedojebani ultimatum. A što ćete mi onda vi?I upravo me jedan komentar podsjetio kako je lako biti usamljen uz toliko prijatelja. Dakle, krenimo ispočetka: "Usamljena sam""Oraspoloži se sama"

[10] Tradicija “kulture i civilizacije“ Matthewa Arnolda ionako je bila zamišljena kako bi se iz kulture izdvojila pop-kultura ili, kako ju je Arnold nazivao, “anarhija“.

[11] Prema osnovnoj podjeli kanali komunikacije razlikuju se prema broju sudionika. Jedan-na-jedan najčešća je struktura komunikacije i odnosi se na e-mail i instant messaging, dok je mnogi-prema-mnogima organizacija mailing lista, news grupa. Uz podjelu prema broju sudionika, komunikacijske sustave možemo razlikovati kao sinkrone i asinkrone. U sinkronim se sustavima komunikacija odvija u realnom vremenu, dok asinkroni sustavi, poput e-maila ili foruma, podrazumijevaju “odgođeno komuniciranje“, asinkronicitet između dviju poruka.

[12] “Ping je kompjutorsko-mrežni alat kojim se testira je li određeni host dostupan unutar IP mreže.“ (Wikipedia).

[13] Većini ljudi, tvrdi Boyd, ideja govora konstruiranom publikumu nije zastrašujuća. Zbog toga se odlučujemo na istupanje, iskorak, govor i o najintimnijim problemima.

[14] Hakim Bey upozorava da je “…nadzor sigurno u potpunosti prodro u Mrežu... svaka elektronička poruka razglednica je Bogu“ (Bey, Hakim (1997) “Seduction of the Cyber Zombies“,

NYC, http://www.t0.or.at/hakimbey/seduct.html). Ipak, nije svaka poruka zanimljiva Velikom Bratu, pa neke poruke prođu i neopažene, ne samo od nadzornih organa, već i od "publike".

[15] YouTube, Blaire and Bush endless love, URL: http://www.youtube.com/watch?v=rNpoS6jOty4



Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License