

Зоран Б. Јевтовић^[1]

Универзитет у Нишу, Филозофски факултет

УДК 316.776(049.32)

Креирање понашања на друштвеним мрежама



Винсент Хендрик и Пеле Хансен:
Бура информација - зашто лајкујемо,
Центар за промоцију науке,
Београд, 2017, стр. 287.

У савременом друштвеном окружењу све је више књига и порука, наслова и садржаја који интердисциплинарно тумаче промене у сфери друштвене одговорности, а посебно у обрасцима индивидуалног и групног понашања насталих с појавом и популарношћу друштвених мрежа. Преплављени обиљем информација и њиховим некритичким коришћењем житељи Маклауновог глобалног села неопрезно постају промотери лажних и спинованих вести, не уочавајући како целофаном умотани пропагандни обрасци све више скривају истину од обичних људи. Способност појединаца да одвоје јавни интерес од партијског или важно од баналног и таблоидног све више угрожава критичку интелигенцију, чинећи нови симболички пејзаж са лавиринтима дезинформација,

[1] zoran.jevtovic@filfak.ni.ac.rs

фама, гласина и румора у којима се неопрезни усамљеник лако може заувек изгубити. Књига *Бура информација – зашто лајкујемо*, данских аутора Винсента Хендрика и Пела Хансена (Vincent F. Hendricks and Pelle G. Hansen), у допуњеном издању, појавила се у нашој академској јавности пре три године, захваљујући Центру за промоцију науке, али није привукла ширу пажњу јавности иако то својом актуелношћу и квалитетом садржаја и те како заслужује.

Логичка, филозофска, комуниколошка, политиколошка, економска, правна, етичка, естетска и друга разматрања заснована на теорији друштвених игара и анализа карактеристичних примера из друштвене праксе указују на скривену моћ медија и снажну агенду којом они утичу на наше свакодневно окружење. Аутори одлично показују како информационе технологије појачавају ирационално понашање група у дигиталном окружењу, посебно наглашавајући промене у јавном простору и незнање и примитивизам који се шире сајбер заједницом. Манипулише се свиме и свуда: од политичких кампања влада и партија, финансијских тржишта и лобија, преко образовања и невладиних организација, до еколошких акција, климатских промена или надметања на тржишту лекова. Мишљења других се подешавају, контролишу, обликују, усмеравају, при чему нови медији, снажним и прецизним алатима, нумерички креирају тражњу за информацијама, нудећи у пакету и маркетиншки креирано поверење. Интернет са бројним платформама ствара *вештачке ајрејашоре мишљења*, чиме се

лукаво заобилазе традиционални чувари капија (редакције класичних медија), тако да „демократски“ онлајн системи за прикупљање информација често служе за пласирање и ширење лажних веровања. Није новост да други људи покушавају да утичу на наше мишљење, вредности и судове, „да смо подложни феноменима друштвених информација као што су сакупљање у стадо, ефекат леминга, ефекат пасивног посматрача, групно мишљење, колективно преувеличавање, грешке већине итд.“, наводе Хендрик и Хансен. Међутим, у њиховој књизи се објашњавају улога информационих технологија и њихов потенцијал да преко наметнутих претрага неограниченог домета и брзине наметну лажне чињенице, даље манипулишући јавним мњењем. Књига, структурирана у четири дијалектички прожимајуће целине на скоро 300 страница, чини један логички пакет који нуди објашњење процеса и промена у којима свакодневно и сами учествујемо.

Први део монографије садржи концептуална објашњења о начинима и моделима којима информационе технологије подстичу ирационално понашање група и маса. Полазећи од Данске као државе која је препознатљива по систему друштвене једнакости, аутори издвајају 2006. годину и доделу МТВ награда као пројекцију новог јавног простора, отвореног само за привилеговане чланове заједнице који су због личног статуса изграђеног захваљујући друштвеном положају, политичкој или финансијској моћи добили шансу да буду директни посматрачи *глобалног сјекшакла*

испред Скупштине града, док је остатак човечанства то могао да прати преко неког од бројних медија. Помпа и раскош прикрили су стварност, старији људи, деца или особе са хендикепом маргинализовани су како би у свет отишла слика о изабраним и срећним становницима ове земље. Ексклузивни простор заузели су политичари, припадници племства, џет-сета, манекени, ријалити звезде, фудбалери и други спортисти, а профит од 15 милиона долара ућуткао је критике упућене организаторима да су издали идеале на којима је држава вековима градила свој имиџ. Другим речима, јавни простор као *sui generis* структуре друштва више није једнако отворен за све, јер предност добијају богати и моћни, који даље могу да управљају другима. Преведено на логику информационих технологија то значи да јавни простор који настаје са друштвеним мрежама креира заједничку пажњу, вредности, знање и информације, тако да онај ко управља њима влада и друштвеним мишљењем! Сваки вођа, био деспот или демократа, зна да је политички моћан онолико колико га јавност прихвата, што делатно значи да јавни простор постаје фундамент за постављање јавне дебате, друштвене координације и дистрибуције моћи. За разлику од Кине, Кубе или Ирана, у којима владаоци постројавају масе да би јавно показали њихову

**Фејсбук,
Инстаграм,
Твитер и сличне
социјалне
мреже привидно
воде групној
делиберацији и
аргументованој
расправи након
које би требало
да постанемо
информисанији и
мудрији**

приврженост партији, савремене демократије нуде привид отвореног приступа новим медијима. Захваљујући илузији физичког присуства појединаца и глорификованом мишљењу о сопственом значају, софистицираним алаткама и алгоритмима социјалне мреже персонализују њихове податке тачно препознајући шта желе да чују, купе, изгласају... Информационе структуре симулирају заједништво, тежећи да колективно ограниченом културом „лајковања“ пасивног посматрача стварности одрже у плуралистичком незнању, констатују аутори.

Други део монографије у средишту интересовања има последице које *бура информација* оставља на колективни разум и свест, чиме је и рационалност у тумачењу окружења све рањивија. Јавља се феномен *информационих каскада* у којем „одређени број људи сумња у тачност сопствених информација, и затим посматра раније одлуке и поступке других у нади да ће им то умањити сумњу“. Превиђа се да корисници друштвених мрежа често делују брзо, па прихватањем туђих искустава и поступака доносе и животно важне одлуке. Знање мора да поштује чињенице, а тиме и истину. Информација то не мора, иако суштински утиче на формирање мишљења. Није страшно када се људи за одлазак у неки ресторан, за куповину аутомобила или

туристички обилазак дестинације опредељују на основу туђих лајкова, али ако се на тај начин одлучује и о политички битним одлукама, они постају жртве координисаног манипулисања јавним сигнаlima, који шире пропаганду а не неопходне информације и знање. Хендрик и Хансен детаљно рашчлањују структуру информационих каскада, доказујући постојање *сигнала* који кориснике усмеравају ка одређеним поступцима, веровањима, изборима и одлукама, што за последицу има настанак информацијских мехура на вебу и порталима. Поједностављено, онај ко контролише сигнале и њима управља располаже могућностима да обликује стварност према сопственим интересима!

Трећи део књиге практично појашњава неке изазове с којима се суочава глобално друштво као што су невидљива рука демократије и њено тумачење потрошачке заједнице, при чему данске колеге феномен слободе актуелизују и из угла људи који живе у Индији, Судану, Чилеу и источним државама. У центру они виде индивидуалну слободу захваљујући којој свака особа добија шансу да изабере пут за остварење личних жеља и циљева. *Фејсбук*, *Инстаграм*, *Твиттер* и сличне социјалне мреже привидно воде групној делиберацији и аргументованој расправи након које би требало да постанемо информисанији и мудрији. Пракса показује да су последице супротне: све смо подељенији и затворенији! Социјална интеракција међу људима све је мање ствар слободног избора, јер агенду с темама вешто намећу други.

Поларизација ставова у јавном простору добија забрињавајуће размере, запажају аутори, истичући како полемике и говор мржње постају „хранљиви састојци“ овакве комуникације, док се ретки гласови утемељене критике маргинализују. Број кликова, коментара и лајкова одређује чему ће се посветити пажња у јавном простору, док истовремено изостаје могућност тумачења гестова саговорника, говора тела или правца комуникације, јер све ређе непосредно разговарамо. Ратни подухвати који се огледају у тзв. арапском пролећу, обојеним револуцијама, грађанским немирима и гетоизацији у бројним градовима Европе, као и све нескривеније мешање мегакомпанија у друштвена дешавања носе опасност од настајања *последици демократије* и пуцања филтера мехура којим се уоквирује стварност.

Четврти и последњи део ове интригантне и надахнуте књиге посвећен је лепшој страни информационих технологија, односно њиховој моћи у промени тоталитарних режима, подржавању демократских иницијатива и евидентној друштвеној трансформацији која се одвија посредством веба. И мале групе људи коришћењем друштвених мрежа могу да покрену велике друштвене промене, јер им *инфраструктура нових медија* то омогућава. Уместо окупљања на јавним трговима или улицама, сада је могуће онлајн повезивање појединаца или група, при чему не треба наивно посматрати само бољу страну промена. Један хакован Твитер профил на политичком

или финансијском тржишту може направити несагледиве ломове захваљујући једноставном графичком интерфејсу и лако доступним и јефтиним техничким уређајима. Настаје *џирјовина шумовима* у којој се погрешне или спиноване информације продају како би се утицало на тржиште мишљења! У аналогном и дигиталном окружењу до детаља се мапира пејзаж са пројектованим угловима гледања одређеног проблема и могућим решењима, па мехури мишљења нуде привлачну привидну виралност. Друштвена моћ информационе архитектуре само се увећава, што значи да је за модерно друштво необично важно њено свакодневно проучавање, одржавање и усавршавање. Хендрик и Хансен јасно констатују да са дигитализацијом бура информација постаје све разорнија и опаснија – од отвореног праћења понашања грађана на друштвеним мрежама и мобилним телефонима до куповине лајкова и идеолошких злоупотреба. Пракса је негирала *Хабермасов идеал равношце* између истине и квалитета

Хендрик и Хансен јасно констатују да са дигитализацијом бура информација постаје све разорнија и опаснија - од отвореног праћења понашања грађана на друштвеним мрежама и мобилним телефонима до куповине лајкова и идеолошких злоупотреба

информација, а у међувремену није понуђен адекватан модел који ће се супротставити фрагментацији јавног простора.

Књига коју препоручујемо тера читаоца на размишљање јер у све богатијој информацијској понуди нема готових решења. Делиберација, одлучивање, избор и поступање ослањају се на поуздане и релевантне информације, форматирани и обликоване у јавном интересу. У пракси је другачије: све гушће манипулативно ткиво савремених масмедија, испреплетено бројним каскадама, мехурима, стереотипима и предрасудама, ствара сопствене *џирјовине коморе*, које производе нове поларизације борећи се за мрвице пажње јавности. Можда би се решење могло потражити у бољем медијском образовању и ширењу оваквих наслова који јасно указују

на циљ господара дигиталних промена: са друштвеним мрежама „добићете сваку информацију коју лично желите, а заузврат ћете дати личне информације. У онлајн заједницама држављанство је бесплатно, јер сте Ви роба“.