



# UBISTVO REALNOSTI: POSTMODERNI PRISTUP KRITICI POTROŠAČKOG DRUŠTVA

## Pregledni naučni članak

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.22180016>

## Edi Daruši

Zrenjaninska gimnazija, Zrenjanin, Srbija  
[edidarusi@gmail.com](mailto:edidarusi@gmail.com)

U kapitalističkom svetu, prema postmodernim misliocima, masovni mediji ovladavaju predmetima, odnosno celokupnom stvarnošću, stvarajući od savremenog društva moćno potrošačko društvo u kojem se sam proces potrošnje može posmatrati kao proces klasifikacije i društvene diferencijacije u kom su znakovi/predmeti uređeni kao statusne vrednosti u socijalnoj hijerarhiji. Međutim, istražujući uticaj koji danas imaju tehnološke revolucije na ekonomiju, politiku i društvo, savremeni autori ukazuju na nastanak novog oblika kapitalizma: nadzornog kapitalizma – u kojem korisnici tehnološkog univerzuma više nisu klijenti/potrošači nego sirovina za prikupljanje podataka i transformaciju ličnih misli radi sticanja što većeg profita vlasnicima kapitala i u kojem demokratija posrće pod bogatstvom i moći šačice neodgovornih tehnoloških korporacija.

**Ključne reči:** simulacrum, mediji, socijalna diferencijacija, potrošačko društvo, internet, bihevioralni višak, nadzorni kapitalizam

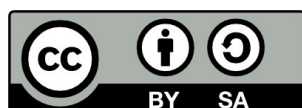
„Da spoznam šta je to što u srži  
Na okupu vasionu drži.”  
Gete, *Faust*, stih 401–402<sup>1</sup>

## Uvod

Centralnu misao postmodernog filozofskog narativa francuski filozof Žan Bodrijar (Jean Baudrillard) opisao je sledećim rečima: „Novi svetski poredak biće u isti mah konsenzualan i televizičan”<sup>2</sup>. Prema Bodrijarovim uvidima iz 80-ih godina prošlog veka, postindustrijsko društvo postalo je *simulacrum*, odnosno celokupna stvarnost u ovoj fazi kapitalističkog razvoja je hiperrealna te se teško može razlikovati šta je stvarno, a šta je privid. Ontološka razlika epohe Moderne, razlika između realnog i hiperrealnog, stvarnog i simulacije, simbola i vrednosti, briše se usled prevage dominacije korporativnih medija. Na delu je precesija privida u

<sup>1</sup> Johan Volfgang Gete, *Faust* (Beograd: Prosveta, 2005), 46.

<sup>2</sup> Žan Bodrijar, „Rat u zalivu se nije dogodio”, Zbornik radova: *Evropski diskurs rata*, Beogradski krug br. 1–2 (1995): 468.



kojem modeli stvarnosti prethode pojavama određujući tako „stvarnost“ savremenog kapitalističkog društva. Činom „ubistva realnosti“ ostavljena je mogućnost svih vidova tumačenja stvarnosti jer je sve u isto vreme istinito unutar medijima artikulisane realnosti. Simulacija realnosti zamenjuje realnost, simulakrum postaje istinit: stvarnost je zamenjena hiperrealnošću znakova i simbola.

Izgubivši treću dimenziju, možda čak i drugu, sada smo u dimenziji u kojoj je sve ravno, sve je tu, sve je, zahvaljujući masovnim medijima, na raspolaganju. I tako dolazimo do totalne vidljivosti u kojoj ništa ne vidimo. Naime, savremeno doba ekstaze komunikacije i hiperprodukcije informacija neposredno razara i neutrališe smisao medijske poruke i njeno značenje.

Postoje samo ekran i računarska mreža – network. Nema metafizičkih dubina niti filozofskih transcendenција, već samo imanentna površina komunikacije – ekran. Savremeni ljudi su tako u globalnoj dominaciji kompjuterskog doba „postali ekrani, a ljudska interaktivnost (...) interaktivnost ekrana“<sup>3</sup>, uz opasnost krajnje dehumanizacije – modifikacije ljudskog ponašanja, vođene globalnim arhitektama mutiranog – nadzornog kapitalizma. Džordž Orvel (George Orwell) je ovo doba vladavine medija pro- ročki predvideo u romanu *1984*: „Teleeckran je istovremeno emitovao i primao. Mogao je uhvatiti svaki zvuk – jači od vrlo tihog šapata – koji je Vinston proizveo i štaviše Vinston se, sve dok je ostajao u vidnom polju kojim je dominirao metalni pravougaonik, mogao ne samo čuti nego i videti“<sup>4</sup>. Juval Noa Harari (Yuval Noah Harari) takođe piše: „Televizor je prvobitno smišljen kao uređaj koji nam omogućuje da vidimo na daljinu, ali bi uskoro mogao omogućavati da budemo viđeni na daljinu“<sup>5</sup>. A Naomi Klajn (Naomi Klein) tvrdi da će „u ovakvoj budućnosti naši domovi prestati da budu pre svega lični prostor“<sup>6</sup>.

Prava poruka koju masovni mediji prenose jeste ograničavajući obrazac koji se, prema Bodrijaru, dekodira i konzumira u dubini nesvesnog. Sadržaj medija je „jedna određena vizija sveta“<sup>7</sup>. Mediji nam, nakon rasparčavanja realnog, nameću čitav jedan sistem tumačenja sveta, prenoseći naredbodavnu poruku, „poruku o potrošnji (...) pogrešnog tumačenja sveta (...) informacije kao robe, veličanje sadržaja kao znaka“<sup>8</sup>. U ovoj fazi, kako je to Marks (Karl Marx) lucidno najavio, *priroda se pretvara u dim*. Kada jednom saznamo pravila konstrukcije prirode, zahvaljujući naučnim probojima u biogenetici, „prirodni organizmi se transformišu u objekte podložne manipulaciji. Priroda ljudska i neljudska, prema tome, je desupstancijalizovana, lišena svoje neprobojne gustine, onoga što je Hajdeger zvao 'zemlja'“<sup>9</sup>.

Banalnost sada zauzima prostor istine i stvarnosti. Mediji su ti koji kreiraju totalnu banalizaciju svega, banalizaciju kao ostvarenje svih želja. Tako Bodrijar u jednom intervjuu i kaže: „To je naša banalnost: svet u kom je sve dozvoljeno, sve su mogućnosti otvorene: preko interneta možete uzeti bilo koji identitet, njime se igrati, sve želje su ostvaruju ali virtuelno. I to je potpuna banalnost“<sup>10</sup>. Ne postoji slika ili teorija – nezavisni prikaz stvarnosti, tvrdi najznačajniji savremeni fizičar Stiven Hoking (Stephen Hawking) i dodaje, poput Bodrijara, da ćemo namesto istine realnosti usvojiti realizam zavisen od modela, „ideju da je fizička teorija ili slika o svetu model i skup pravila koji povezuje elemente modela sa zapažanjima“<sup>11</sup>.

Zanimljivo je da Hoking svoje uvide o mogućnosti postojanja različitih vrsta alternativnih modela stvarnosti poredi sa naučnofantastičnim filmom *Matrix*, koji inače sadrži mnoge reference na filozofske ideje oslanjajući se u svojoj priči na Platonovu alegoriju „Mit o pećini“ (predstavljenu u dijalogu *Država*), Bodrijarovu knjigu *Simula-*

3 Žan Bodrijar, *Pakt o lucidnosti* (Beograd: Arhipelag, 2009), 23.

4 Džordž Orvel, *1984* (Beograd: BIGZ, 1984), 6.

5 Juval Noa Harari, *21 lekcija za 21. Vek* (Beograd: Laguna, 2019), 82.

6 Naomi Klein, „Kako velike tehnološke firme planiraju da profitiraju od pandemije“, <https://pescanik.net/kako-velike-tehnoloske-firme-planirajudaprofitiraju-od-pandemije>, pristupljeno 2. 1. 2024.

7 Žan Bodrijar, *Potrošačko društvo* (Beograd: Darma, 2023), 150.

8 Ibid., 150.

9 Slavoj Žižek, *Kao lopov u sred bela dana* (Beograd: Laguna, 2019), 54.

10 Žan Bodrijar, „Zalivski rat se nije dogodio“, Intervju, <https://atorwithme.blogspot.com>, pristupljeno 6. 1. 2024.

11 Stiven Hoking, *Velika zamisao* (Beograd: Alnari, 2011), 34.

*krum i simulacija* i roman Luisa Kerola (Lewis Caroll) *Alisa u zemlji čuda*<sup>12</sup>. Ljudska rasa u američkoj medijskoj franšizi *Matriks* ne zna da živi u simuliranoj virtuelnoj realnosti, tvorevini inteligentnih kompjutera. „Ta ideja“, piše fizičar Hoking, „možda i nije tako neverovatna, pošto veliki broj ljudi voli da provodi vreme u simuliranoj stvarnosti, veb-sajtu, zvanom Drugi život. Kako možemo da znamo da nismo likovi u kompjuterskoj sapunskoj operi, kao Džim Keri u filmu *Trumanov šou*? Naime: „Ako bismo živeli u zamišljenom veštačkom svetu, događaji ne bi morali da slede bilo kakvu logiku, niti bi morali da se poklapaju sa bilo kakvim zakonima. Ako bi se tuđinci odlučili na dosledni celoviti sistem zakona, ne bismo mogli da razlučimo postojanje druge stvarnosti u pozadini simulirane. Bilo bi jednostavno nazvati svet u kome žive tuđinci *stvarnim*, a kompjuterski generisani lažnim. Ali ako bića u simuliranom svetu – kao mi – ne mogu da spolja osmotre svoju vasseljenu, ne bi imali razloga da dovode u sumnju svoju sliku stvarnosti“<sup>13</sup>.

I, prema *hipotezi simulacije* švedskog filozofa Nika Bostroma (Nick Bostrom), o kojoj je pisao u svom eseju iz 2003. godine *Da li živite u kompjuterskoj simulaciji*<sup>14</sup>, sve ono što doživljavamo, celokupnu realnost, moguće je da su zapravo kodirala superinteligentna bića, a da smo mi sami deo tog koda.

Možda je zaista čitava kapitalistička realnost, posredstvom globalnih medija, režirana pozorišna saga te ovde zajedno sa Geteom (J.W. Goethe) možemo da kažemo:

„ Po tesnoj daščari vi tako  
prođite svaki vasseljenski kut,  
neka odmereno brz vas vodi put,  
sa neba, preko zemlje do u pako“  
Gete, *Faust*, stihovi 249–252<sup>15</sup>

## Medijsko ubistvo stvarnosti

„Ubistvo, koje prljavo je uvek,  
i onda kad je ono najbolje;  
al ovo je i dosad nečuveno,  
najgnusnije najneprirodnije.“  
Šekspir, *Hamlet*<sup>16</sup>

Nepostojanje odnosa sa realnošću – čist simulakrum – spada u postmodernu dobu dominacije medija. Unutar savremenog sveta nestaju svi referentni objekti, tako da nije moguće prosuditi šta je istina, a šta laž. Kada dođe do samog odsustva referentnog okvira, nije više moguće proizvesti realno. Tako Bodrijar u knjizi *Savršen zločin* dodatno objašnjava ovu dijagnozu savremene epohe: „priču o zločinu – o ubistvu realnosti. O istrebljenju iluzije sveta. Realno ne nestaje u iluziji, već iluzija nestaje u celokupnoj realnosti“<sup>17</sup>.

Naime, u kapitalističkom svetu masovni mediji ovladavaju predmetima, odnosno celokupnom stvarnošću, stvarajući od savremenog društva moćno potrošačko društvo u kojem je odnos između medijske simulacije realnosti i same realnosti kao takve temeljno promenjen. Živimo u postmodernom društvu u kojem simulacija realnosti zamenjuje samu realnost: „Simulacija nije više predstava neke teritorije, nekog referencijalnog bića, neke supstance. Ona je proizvodnja pomoću modela, nečeg stvarnog bez porekla i stvarnosti“<sup>18</sup>. Dakle, stvarnost se proizvodi polazeći od medijskih modela i polazeći od toga može da se reprodukuje bezbroj puta. To više nije stvarno, pošto ga više ne obavija imaginarno. To je nešto nadstvarno, hiperrealno, proizvedeno kombinovanjem medijskih modela.

Ovo stanje stvari Bodrijar naziva „stanje posle pirovanja. To je stanje ostvarene utopije, ostvarenosti svih uto-

12 Na početku filma *Matrix* (1999) glavni junak Neo sakriva novac u knjigu koja nosi naslov: *Simulakrum i simulacije*. Koautorke filma, Lana i Lili Vašovski su od Kijanua Rivsa, koji glumi lik Nea, tražile da pre snimanja pročita Bodrijarovo filozofsko delo *Simulakrum i simulacije*.

13 Hoking, Nav. delo, 34.

14 Nick Bostrom, „Are We Living in a Computer Simulation?“, *The Philosophical Quarterly* Volume 53, Issue 211 (April 2003): 243–255, <https://doi.org/10.1111/1467-9213.00309>.

15 Gete, Nav. delo, 36.

16 Vilijem Šekspir, *Hamlet* (Novi Sad: Školska knjiga, 2004), 49.

17 Žan Bodrijar, *Savršen zločin* (Beograd: Čigoja štampa, 1998), 8.

18 Žan Bodrijar, *Simulakrum i simulacija* (Novi Sad: Svetovi, 1991), 5.

pija<sup>19</sup> koje hiperrealizujemo kroz neodređenu simulaciju. Nalazimo se u logici simulacije koja nema nikakve veze sa logikom činjenica i nekim poretkom uzroka. Simulaciju karakteriše medijska precesija modela, svih modela nad najmanjom činjenicom. Činjenice više nemaju svoju putanju, one se sada rađaju na raskrsnici modela, stvarnost se proizvodi polazeći od modela i polazeći od toga može da se reprodukuje bezbroj puta. Razlika između stvarnosti i simulakruma<sup>20</sup> nestaje jer stvarnost menjaju znakovi stvarnosti. Tako Bodrijar definiše simulakrum kao kopiju kopije, koja je otrgnuta od stvarnosti, zamenjujući stvarnost: „Simulakrum nije nikad ono što prikriva istinu, nego istina prikriva da je nema“<sup>21</sup>.

Dakle, prema Bodrijaru, ne samo da je na horizontu medijske simulacije nestao savremeni svet, „nego se ne može postaviti ni pitanje njegovog postojanja“<sup>22</sup>. Stvarno više nikad neće imati priliku da se proizvede.<sup>23</sup> Otuda karakteristična histerija i našeg postindustrijskog kapitalističkog doba: histerija proizvodnje i reprodukcije stvarnog. Međutim, proizvodnja vrednosti, robe, proizvodnja srećnog doba političke ekonomije više nema nikakav smisao jer celokupno savremeno kapitalističko društvo nastoji neprekidno da vaskrsava stvarno koje mu izmiče.

## Slika sveta informacionih tehnologija

„Što nestade za mene stvarnost biva.“  
Gete, *Faust*, stih 33<sup>24</sup>

U svom delu *Simulakrum i simulacije* Bodrijar nam približava na koji način u savremenom svetu masovni mediji,

kompjuterizacija, informacione tehnologije, kibernetički modeli, industrija zabave stvaraju modele stvarnosti bez realnog porekla: stvaraju hiperrealnost, simulacrum: „Modeli (...) su sama anticipacija stvarnog“<sup>25</sup>.

Savremeni globalni mediji, definišući svet u kojem živimo, ukinuli su realnost stvarajući hiperrealnost koja, svedena na niz slika, nema svoj oslonac u realnosti, stvarnost i istina se sada određuju unutar medija u kojima još jedino postoje: „Više ne postoji realnost koju posmatramo sa televizije, realnost je samo niz slika sa televizijskog ekrana“<sup>26</sup>.

Dakle, ekspanzivnim razvojem dominantnih i sveprisutnih informacionih tehnologija čovek gubi kontakt sa realnošću, a sama medijska slika više ne predstavlja realno jer je ona sama to realno, ona je njegova virtuelna realnost: „Televizijske slike se predstavljaju kao metajezik jednog odsutnog sveta“<sup>27</sup>. Te slike još samo informaciona tehnologija povezuje kao „razvejane delove stvarnog“<sup>28</sup>. Funkcija masovnih medija i jeste da neutralizuju jedinstveni događajni karakter sveta zamenjujući ga višestrukim univerzumom medija. Iza potrošnje televizijskih slika nazire se imperijalizam sistema učenja, naime, postojaće samo ono što se može pročitati u medijima. Mediji tako ukidaju istinu zbunjujućeg, konfliktnog sveta namećući unutrašnju koherenciju sistema čitanja, „a sama supstancija fragmentiranog, filtriranog sveta – ponovno protumačenog prema jednom istovremeno tehničkom (...) kodu – jeste ono što konzumiramo“<sup>29</sup>.

Postmoderna stvarnost je, dakle, zamenjena znacima stvarnog, a medijske slike u sistemu smrti stvarnosti imaju funkciju da onemoguće stvarnosti da se ikada više proizvede.<sup>30</sup>

19 Žan Bodrijar, *Prozirnost zla* (Novi Sad: Svetovi, 1994), 9.

20 Bodrijar, *Simulakrum i simulacija*, 4.

21 Ibid.

22 Bodrijar, *Savršen zločin*, 8.

23 Bodrijar, *Simulakrum i simulacija*, 6–7.

24 Gete, *Nav. delo*, 32.

25 Bodrijar, *Simulakrum i simulacija*, 123.

26 Ibid.

27 Bodrijar, *Potrošačko društvo*, 151.

28 Bodrijar, *Savršen zločin*, 14.

29 Bodrijar, *Potrošačko društvo*, 152.

30 „To nadstvarno je već zaštićeno od imaginarnog ostavljajući još jedino orbitalnom vraćanju modela i simuliranom stvaranju rizika“. –Bodrijar, *Simulakrum i simulacija*, 6–7.

## Rat kao medijski spektakl

“Rat se pretvorio u film, film se pretvorio u rat, oboje se sustižu u svom zajedničkom prelivanju za tehniku.”

Bodrijar, *Simulakrum i simulacije*<sup>31</sup>

Govoreći o filmu *Apokalipsa sad* – delo reditelja Frensiša Forda Kopole (Francis Ford Coppola), Bodrijar tvrdi da je Vijetnamski rat kao proboj, kao tehnološka i psihodelična fantazija, rat kao niz specijalnih efekata, postao poput filma pre nego što je i sam film snimljen. Tako su mediji koji su izveštavali o ratu u Vijetnamu služili samo da bi održali iluziju nekakve ratne stvarnosti, neke objektivnosti činjenica, odnosno, kako to Bodrijar i piše: „oficijelni scenario, informacije postoje samo da bi održali iluziju nekakve događajnosti”<sup>32</sup>.

Istina vijetnamskog rata jeste da je bio okončan mnogo pre nego što se završio, da je rat bio završen usred samog rata te da možda nikada nije ni započeo, jer je ukinut u tehnološkom tekstu, a za građane Amerike je on pre svega bio jedno eksperimentalno polje, odnosno teren za isprobavanje vojnog arsenala, metoda i sila.<sup>33</sup>

## Zalivski rat se nije ni dogodio

„Neznanje je moć.”

Orvel, 1984<sup>34</sup>

S obzirom na to da mediji sanjaju o tome da izazovu događaj samim svojim prisustvom, u skladu sa logikom simulakruma, i kasnijem Zalivskom ratu iz 1991. godine prethodio je model s kojim je njegovo odvijanje samo koincidiralo, oduzimajući smisao ratnim dešavanjima.<sup>35</sup> Zalivski rat, poput rata u Vijetnamu, nije bio događaj, dakle

nije se ni dogodio jer u njemu nije bilo ničeg neočekivanog. Unapred je programiran u centrima moći poput kompjuterske igrice: „Ovaj rat je bespolan, hirurški rat, War processing, u kojem protivnik predstavlja samo metu na kompjuteru”<sup>36</sup>.

Događanja u Zalivskom ratu nisu ni postojala, pošto događaj uključuje neizvesnost i spontanost. Pobjeda Amerikanaca unapred je bila osigurana, unapred je bila isprogramirana i tako nikada nećemo ni saznati kako bi izgledao da je uopšte postojao. Rat je bio hiperrealan, simulakrum koji se konvencionalno nikada nije ni dogodio.

Čak i kada su ljudi maglovito svesni kako su zarobljeni u ovom zasićenju i razočaranju slika, oni omalovažavaju ovu obmanu i ostaju „fascinirani očiglednošću montaže ovog rata koji nam se posvuda ubrizgava – kroz oči, kroz čula, kroz diskurs”<sup>37</sup>. Bodrijar u prilog ovome navodi i da su novinari iz studija CNN uključivali novinare koji direktno izveštavaju sa ratom zahvaćenog područja da bi se videlo kako novinari sa ratom zahvaćenog područja gledaju vesti medijske kuće CNN da bi tek tada mogli da izveštavaju o trenutnim ratnim dešavanjima. Ovo je moment apsurdnosti u kojem dolazi do odvajanja od stvarnosti i produkcije simulakruma u kojem vest stvara vest. Vest medijske kuće CNN izvor je druge vesti. CNN produkuje realnost Zalivskog rata kako za gledaoce, tako i za ratne izveštače koji bi trebalo da izveštavaju o dešavanjima sa ratom zahvaćenih područja. Dakle simulakrum, hiperrealnost američke medijske kuće, pokrio je realnost Zalivskog rata.

Ispod medijske precesije modela realnosti u Zalivskom ratu, tom forumu rata, sve je bilo sakriveno. Svaka informacija je bila blokirana u pustinji, cenzurisane su slike i samo je funkcionisala televizija kao medijum, pružajući napokon sliku potpuno čiste televizije.

31 Bodrijar, *Simulakrum i simulacija*, 59.

32 Bodrijar dalje piše: „rat to je mir, govorio je Orvel. I tu se dva diferencijalna pola uvlače jedan u drugi, ili se uzajamno recikliraju – to je simultanost protivrečnosti koje je u isti mah parodija i kraj svake dijalektike”. –Bodrijar, *Simulakrum i simulacija*, 41.

33 Bodrijar, *Simulakrum i simulacija*, 59.

34 Džordž Orvel, Nav. delo, 5.

35 „Takva je logika simulakruma, to više nije božanska predodređenost, nego precesija modela, ali ona je isto tako neumitna. Upravo zato događaji i više nemaju smisla: ne zato što su sami po sebi beznačajni, nego što im je prethodio model s kojim njihovo odvijanje samo koincidira”. –Bodrijar, *Simulakrum i simulacija*, 56.

36 Bodrijar, *Rat se nije ni dogodio*, 464.

37 Ibid., 468.



## Novi svetski poredak

„U svakom datom trenutku postoji pravovernost, skup ideja za koje se pretpostavlja da će ih svi ljudi koji pravilno razmišljaju prihvatiti bez ikakvih pitanja.”

Orvel, *Životinjska farma*<sup>38</sup>

Zalivski rat u Iraku koji Bodrijar još naziva „tehnička varka”, „tehnološka mistifikacija”, „kolektivno priviđenje savremene istorije” predstavlja javnu kampanju.<sup>39</sup> Danas gledaoci koji robuju informaciji zauzimaju mesto rezervne armije svih globalnih mistifikacija. I u *Novom svetskom poretku*, smatra Bodrijar, nema govora da rat iskoči iz programiranog odvijanja: „Dokinuto je svako odstupanje od programa, svaka improvizacija. Ovdje, u prvom odbijanju neprijatelja, u ovom eksperimentalnom zatvoru rata testirana je buduća valjanost, za čitavu planetu, ovog tipa zagušljive, virtuelne i u svom odvijanju neumitne predstave. Iz ove perspektive rat se ne može dogoditi. Za rat nema više ništa prostora nego li za bilo koji prohtjev živog oblika”<sup>40</sup>. Otuda je potpuno idiotski biti za ili protiv rata, ukoliko se za trenutak ne zapitamo o njegovoj verodostojnosti i njegovom koeficijentu realnosti. Rat svoje pustošenje zapravo izvodi kroz podvalu hiperrealnosti i simulakruma, kroz čitavu mentalnu strategiju odvratanja koje se odigrava u slikama, u anticipaciji virtuelnog u realnom.

Dakle, u našem tehnološkom dobu osnovna funkcija informacije je obmana. Nije više ni važno to o čemu nas informacija „informiše”, nije važno njeno „pokrivanje” događaja. Uloga savremenih medija je u mentalnom odvratanju (konsenzus o očiglednosti koji pothranjuje irealnost rata jačaju njegov blef nesvesnom podvalom) koji, poput totalne mašine koja funkcioniše u našim glavama, ima zadatak da nas namesti za prihvatanje svih tehnološki

produkovanih modela realnosti: „za bezuslovan prijem simulakruma na valovima – takva je nadopuna bezuslovnog simulakruma na terenu, uništiti svaku razumljivost događaja” iz čega „proishodi zagušljiva atmosfera obmane i gluposti”<sup>41</sup>.

## Rat u službi očuvanja kapitalizma

„I svet je onda tamnica.”

Šekspir, *Hamlet*<sup>42</sup>

U knjizi *Potrošačko društvo* Bodrijar nas podseća da se kapitalistički sistem tradicionalno i snažno okretao ratu za pomoć kako bi u situacijama ekonomske krize preživio i regenerisao se, dok su u današnje vreme funkcije i mehanizmi rata uključeni u ekonomski sistem, ali i mehanizme svakodnevnog života: „Rat održava kapitalistički sistem, a sada je deo života ekonomije.”<sup>43</sup>

Takođe, radi održavanja spokoja ostvarenog našom udaljenošću od realnog sveta konzumacijom slika, zvukova, poruka putem prakse masovne komunikacije, potrebna je vrtoglavica realnosti i istorije. Da bi se spokoj svakodnevnog života u potrošačkom kapitalističkom društvu uzvisio, neophodno je neprestano konzumiranje nasilja „servisiranih na sobnoj temperaturi”. Dakle, potrošnja maksimalnim isključenjem realnog, društvenog, istorijskog sveta pravi maksimalnu indikaciju sigurnosti. Čudesna sigurnost moćnog potrošačkog društva, simboli, slika, znak, poruka – sve ono što konzumiramo putem medija – jeste naš spokoj zapečaćen našom udaljenošću od sveta.

Spektakularna dramatizacija masovnih medija (katastrofe, ratovi, stradanja kao udarna vest) neophodno je da bi se stvorio utisak da je spokoj privatne sfere neprestano ugrožen. Neophodno je da oko te čuvane zone privatnosti

38 Džordž Orvel, *Životinjska farma* (Beograd: Laguna, 2023), 144.

39 Sličnu ulogu medija, ali uratu u Vijetnamu naglašava i Hana Arent u svojoj knjizi *Istina i laž u politici* (Beograd: Filip Višnjić, 1994).

40 Ibid.

41 Bodrijar, *Rat se nije ni dogodio*, 468.

42 Šekspir, *Hamlet*, 72.

43 Bodrijar, *Potrošačko društvo*, 25. Sa ovim Bodrijarovim uvidima slaže se i Naomi Klajn koja piše da je nakon terorističkog napada na Ameriku američka administracija, da bi progurala svoju neoliberalnu viziju sveta, „u kojoj bi sve od vođenja rata do reagovanja u vanrednim situacijama bio poslovni poduhvat koji treba da donese profit”. – Naomi Klajn, *Doktrina šoka* (Beograd: Samizdat B92, 2007), 337.

bujaju znaci propasti kako bi svakodnevica povratila uzvišenost koje je zapravo lišena. Upravo u tome se i ostvaruje tajni dogovor između naše privatne svakodnevne realnosti i masovnih medija.

Međutim, ako se strategija kapitalističkog sistema sastoji u mentalnom zastrašivanju i večitoj simulaciji katastrofe, onda bi jedini način suprotstavljanja tom inscensiranom modelu realnosti bila stvarna katastrofa. Prema Bodrijaru, terorizam izaziva stvarno i opipljivo nasilje protiv nevidljivog nasilja bezbednosti. Ceo jedan svet koji smo smatrali stvarnim, savremenim, koji je dostigao izvestan istorijski razvoj, doveden je u pitanje 11. 9. 2001. godine terorističkim napadom na Ameriku. Bodrijar ovaj teroristički napad naziva *događaj*, suprotno medijskom spektaklu jer tek sada prati jednu istorijsku realnost, ali ne onu koju nam mediji obično serviraju kao realnost.

## Vrli novi svet potrošača

„Nesvesno funkcioniše kao fabrika, a ne kao teatar.”

Žil Delez i Feliks Gatari

Treba se ovde podsetiti na osamnaestovekovne ekonomske mislioce poput Adama Smita (Adam Smith), utemeljivača neoklasične ekonomske teorije, koji u svom magnum opus *Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda*<sup>44</sup> tvrdi da se ekonomski akteri na slobodnom tržištu međusobno usklađuju i, s obzirom na to, treba racionalnim pojedincima prepustiti da, bez uplitanja države, sami odluče šta će raditi jer je to najbolji način upravljanja tržišnom privredom. Međutim, kako je to primetio Herbert Sajmon (Herbert Simon): „Svet je isuviše složen da bi ga naša ograničena inteligencija mogla spoznati”<sup>45</sup>. Ovde se nanovo treba podsetiti i na Kejnza (John Maynard Keynes) koji objašnjava logiku donošenja investicionih odluka „racionalnih pojedinaca”. Naime, prema Kejnzu, razumni ljudi,

svesni toga da je njihova individualna procena bezvredna, nastoje da se oslone na procene ostatka koji je, kako oni smatraju, možda bolje informisan: „Tačnije mi nastojimo da se povinujemo ponašanju većine to jest proseku”<sup>46</sup>. Neoliberalnom mantrom o racionalnim tržišnim akterima i Orvel bi bio zadivljen, tvrdi Čomski (Noam Chomsky). Naime, živimo u fikciji da je tržište divno jer nam govore da se sastoji od informisanih potrošača koji donose racionalne odluke: „Ali samo upalite televizor i pogledajte reklame: nastoje li one da obaveste potrošače koji će onda donositi racionalne odluke? Ili ga samo zavode?” pita se Čomski<sup>47</sup>. Prema Gatariju (Felix Guattari), kapitalistički sistem ne samo da interveniše u svetu, već i prodire u nas na nesvesnom nivou koji komunicira sa „ključnim komponentama integrisanog svetskog kapitalizma sa neviđenom i neistraženom invazivnošću”<sup>48</sup>. I Walter Benjamin povlači analogiju između potisnute mašte i kapitala „kojem pakao nesvesnog mora plaćati kamatu”<sup>49</sup>.

„Reklamiranje je možda najupadljiviji masovni medij našeg doba”<sup>50</sup> smatra Bodrijar. Lukavstvo reklamiranja upravo je u tome što cilja na svakoga u njegovom odnosu prema drugima, odnosno u njegovim prohtevima za reifikovanim društvenim prestižom. Reklamiranje se ne obraća izdvojenom pojedincu, već ljudskim bićima u njihovim diferencijalnim odnosima. Govoreći tako o društvenoj logici potrošnje, i Bodrijar ističe da ona nije vođena logikom zadovoljstva racionalnog potrošača, već proizvodnje i manipulacije društvenim označiteljima. Tako se sam proces potrošnje može posmatrati kao proces klasifikacije i društvene diferencijacije u kom su znakovi/predmeti uređeni kao statusne vrednosti u hijerarhiji. Otuda se potrošnja može podvrgnuti strateškoj analizi koja utvrđuje njenu *specifičnu važnost u raspodeli statusnih vrednosti*. Namesto da homogenizuje društveno telo, potrošnja naglašava njegove socijalne razlike i potrošača pokorava društvenom kodu.

44 Adam Smit, *Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda* (Beograd: Kultura, 1970),

45 Ha Džun Čang, *23 stvari koje vam ne kažu o kapitalizmu* (Beograd: Mali vrt, 2013), 326.

46 Yohn M. Keynes, “The general Theory of Employment: Summary“, *Quarterly Journal of Economics* (February, 1937): 209–223.

47 Noam Čomski, „Intervju“, <https://pescanik.net/author/noam-comski/>, pristupljeno 5. 11. 2024.

48 Feliks Gatari, „Integrirani svetski kapitalizam i molekularna revolucija“, <https://atking-smith.com/wp-content/uploads/2016/10/integrated-world-capitalism-and-molecular-revolution.pdf>, pristupljeno 2. 3. 2025.

49 Walter Benjamin, „Kapitalizam kao religija“, <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/walter-benjamin-kapitalizam-kao-religija>, pristupljeno 2. 3. 2025.

50 Bodrijar, *Potrošačko društvo*, 153.

## Brendirani svet

„Slika je skoro stvarni čovek  
Pošto nepoštenje i priroda čoveka  
Posluju jedno s drugim, on je često  
Pod maskom; a ovi crteži su ono  
Što kažu, Vaše delo mi se sviđa.”  
Šekspir, *Timon Atinjanin*, I čin, scena I<sup>51</sup>

Prava poruka, videli smo, koju masovni mediji prenose jeste ograničavajući obrazac znakova koji se dekodira i konzumira u dubini nesvesnog. Sadržaj medija je „jedna određena vizija sveta”<sup>52</sup>. Mediji nam, nakon rasparčavanja realnog, nameću čitav jedan sistem tumačenja sveta prenoseći naredbodavnu poruku o potrošnji „pogrešnog tumačenja sveta (...) informacije kao robe, veličanje sadržaja kao znaka”<sup>53</sup>. Dakle, nikada ne konzumiramo predmet sam po sebi (u njegovoj upotrebnoj vrednosti), već uvek manipuliramo predmetima kao znakovima koji nas ističu u društvu – ili tako što nas povezuju sa našom sopstvenom društvenom grupom ili tako što nas izdvajaju iz naše grupe kroz reference na grupu višeg/superiornijeg statusa. Naime, sami predmeti kupovine po svom broju, nepotrebnosti, suvišnosti, po svojoj igri mode i svemu onome što prevazilazi njihovu jednostavnu funkciju, tek oponašaju društvenu suštinu: status u društvu – osnovnu zamisao po kojoj se orijentiše čitava dinamika društvene i potrošačke mobilnosti. Društveni status stimuliše čitav taj pomamni i pomahnitali svet tričarija, gadžeta, fetiša. Moćne korporacije upravo podstiču nezadržive želje potrošača koji kupovinom predmeta uspostavljaju nove društvene hijerarhije koje zamenjuju određenost starih društvenih klasa. Tako i Naomi Klajn piše: „Znaci Lacosta i Pol konjanik imali su isti socijalni efekat kao i da na odeći i dalje stoji ceduljica sa cenom: svako je znao koliko je neko ko nosi takve stvari spreman da plati za modu”<sup>54</sup>.

Kapitalistička logika personalizacije zapravo ukida individualnost, homogenizuje osobe i proizvode u hijerarhi-

ji, uspostavljajući vladavinu diferencijacije. Postmoderna kapitalistička proizvodnja nije proizvodnja dobara, već proizvodnja društvenih odnosa i razlika među ljudima. Ovaj oblik segregacije uopšte nije beznačajan u demokratskim društvima. Stoga Bodrijar i piše da je *Doba potrošnje*, kao kulminacija čitavog procesa ubrzane produktivnosti u cilju povećanja kapitala, takođe i doba radikalnog otuđenja savremenog čoveka. Logika robe upravlja čitavom kulturom, ljudskim odnosima – sve do ljudskih fantazija i naših individualnih nagona. Sve potpada pod logiku potrošnje i ne samo u smislu da se sve objektivizuje i manipuliše u cilju profita, već u dubljem smislu da je sve potpalo pod konzumabilne modele, a potrošnja se uspostavlja kao moćan element društvene kontrole.

Otuda Branko Milanović i može da zaključi da se izuzetan uspeh kapitalizma i ogleda u tome što je svoje sopstvene ciljeve uspešno usadio u svakog pojedinca. Navodeći globalno čovečanstvo da ciljeve kapitalizma prihvati kao sopstvene, dominantne društvene vrednosti tako su usklađene sa njegovim ekonomskim i političkim ciljevima. Globalno čovečanstvo spremno saučestvuje u komodifikaciji, upravo zahvaljujući procesu socijalizacije u kapitalističkim društvima koji ljude pretvara u kapitalističke računarske mašine „obdarene potrebama bez granica”. Milanović u tom smislu i piše da nam kapitalistički način proizvodnje više nije ni potreban da bismo živeli u kapitalizmu jer je svako od nas „mali centar kapitalističke proizvodnje”<sup>55</sup>. Širenje komodifikacije i na prostor privatne sfere jeste proces u kojem ljudi učestvuju svojom slobodnom voljom. Naime, želju, kao unutrašnje načelo kapitalističkog sistema, Delez (Gilles Deleuze) otkriva u samoj osnovi kapitalističke proizvodnje<sup>56</sup>. U svojoj prirodi želje se oslanjaju na potrebe, a kapitalizam podupire i same želje zadovaljava, ali ih i proizvodi. Kapitalizam je upravo represivan u tom smislu što nekontrolisano nameće i nagomilava želje.

51 Viljem Šekspir, *Timon Atenjanin* (Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1970).

52 Bodrijar, *Potrošačko društvo*, 150.

53 Ibid.

54 Naomi Klajn, *No logo* (Beograd: Samizdat B92, 2007), 56.

55 Branko Milanović, *Kapitalizam, sam* (Novi Sad: Akademska knjiga, 2021), 235.

56 Žil Delez i Kler Parne, *Dijalozi* (Beograd: Fedon, 2009), 124.



## Zaključak

„Ima u tome nečeg što je natprirodno, kad bi samo filozofija mogla da iščačka šta je to.”  
Šekspir, *Hamlet*<sup>57</sup>

Šta se sada otkriva iza Potemkinovih kulisa globalnog sela? Da li i u novom tehnofeudalnom svetu Bodrijarov uvid da „postoji samo izlog – centralno mesto potrošnje u kom se pojedinac više ne odražava”<sup>58</sup> ima svoju potvrdu?

Možemo reći da informacione tehnologije i dalje imaju značajan uticaj na kapitalistički ekonomski sistem tako što kreiraju širok spektar tražnje za predmetima. Na kompjuterskoj mreži nema pretvaranja da postoji zid između uvoznika i reklame, kao u štampanim medijima. Na webu jezik marketinga postigao je blaženstvo – reklama bez reklame, internet verzije medijskih kuća. Stvarajući tekstualni ambijent „koji će poslužiti kao topli reklamni dom za određenu robnu marku”<sup>59</sup> internet verzije medijskih kuća obavljaju čiste reklamne poruke. Mnogi mediji, dakle, koriste internet za agresivno potiranje granice između uvoznika i reklame, jer u virtuelnom svetu klikom miša poručujete proizvode o kojima čitate.

Dalje, zamenom industrijskog društva epohe Moderne, postindustrijskim sajber društvom uspostavljena je, videli smo prema Bodrijaru, dominacija znakova i kodova jer se, kako to pokazuje Naomi Klajn, potrošna roba prepoznaje preko brendova (znakova) tako da savremeni potrošač kupuje zapravo brendove, odnosno, „Brend možemo smatrati glavnim smislom postojanja savremene korporacije”<sup>60</sup>. Dakle, korporativnom kapitalizmu ono što mi smatramo predmetom proizvodnje služi samo kao materijal za popunjavanje onoga što realno proizvodi, a to je brend.

Međutim, istražujući uticaj tehnološke revolucije na ekonomiju, politiku i društvo u kojem su podaci postali najskuplja roba, jer „oni koji poseduju informacije, poseduju budućnost”<sup>61</sup>, Šošana Zubof odlazi dalje od Bodrijara i otkriva

nastanak novog oblika kapitalizma: nadzornog kapitalizma – u kojem korisnici tehnološkog univerzuma više nisu samo klijenti, odnosno potrošači, nego sirovina za prikupljanje podataka i transformaciju ličnih misli radi sticanja što većeg profita vlasnicima kapitala. Nastojeći da objasni značenje sintagme nadzorni kapitalizam, Šošana Zubof smatra da je reč o transformisanom kapitalističkom poretku koji je nastao otkrićem bihevioralnog viška 2001–2002. godine i koji prisvaja ljudska iskustva na računarskoj mreži kao besplatnu sirovinu za prikrivenu poslovnu praksu iskopavanja naših podataka sa interneta radi predviđanja našeg ponašanja i u vezi sa tim prodaje proizvoda, pri čemu se u ruke vlasnika internet kompanija sliva neviđena koncentracija bogatstva, znanja i moći. Ova neobuzdana mutacija kapitalizma, opasnija po čoveka nego prethodni oblici, svojom parazitskom logikom proizvodnje dobara i usluga podređena je novoj globalnoj arhitekturi za modifikaciju ljudskog ponašanja i nametanje novog globalnog poretka zasnovanog na potpunoj izvesnosti. Nadzorna privreda, osim što nastoji da zagospodari društvom, ukida demokratiju i ljudima oduzima njihova osnovna prava ugrožavajući ljudski suverenitet, tako da nadzorni kapitalizam treba posmatrati „kao duboku antidemokratsku društvenu silu”<sup>62</sup>.

Dakle, Šošana Zubof nam otkriva da se iza globalne internet arhitekture skrivaju interesi tehnoloških moćnika: „Jedinstveni ekonomski imperativi nadzornog kapitalizma jesu lutkari koji krišom usmeravaju mašine šta da rade”<sup>63</sup>. Naime, znanje, vlast i moć su u rukama nadzornih kapitalista za koje su korisnici interneta prirodni resursi ljudskog porekla.

I tako hrlimo u tehnološku budućnost u kojoj će, prema Naomi Klajn, „svaki naš pokret, svaka reč, svaki odnos biti podložan praćenju i analizi u do sada neviđenoj saradnji između države i tehnoloških giganata”<sup>64</sup> i u kojoj demokratija posrće pod bogatstvom i moći šačice neodgovornih tehnoloških korporacija.

57 Šekspir, Nav. delo, 78.

58 Bodrijar, *Potrošačko društvo*, 247.

59 Klajn, *No logo*, 72.

60 Ibid., 29.

61 Harari, Nav. delo, 21.

62 Šošana Zubof, *Doba nadzornog kapitalizma* (Beograd: CLIO, 2020), 539.

63 Ibid., 27.

64 Klajn, „Kako velike tehnološke firme planiraju da profitiraju od pandemije“.

## Literatura i izvori:

- Arent, Hana. *Istina i laž u politici*. Beograd: Filip Višnjić, 1994.
- Benjamin, Walter. „Kapitalizam kao religija”. <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/walter-benjamin-kapitalizam-kao-religija>. Pristupljeno 2. 3. 2025.
- Bodrijar, Žan. *Simulakrum i simulacija*. Novi Sad: Svetovi, 1991.
- Bodrijar, Žan. *Prozirnost zla*. Novi Sad: Svetovi, 1994.
- Bodrijar, Žan. „Rat u zalivu se nije dogodio”. Zbornik radova: *Evropski diskurs rata, Beogradski krug* br. 1–2 (1995).
- Bodrijar, Žan. *Savršen zločin*. Beograd: Čigoja štampa, 1998.
- Bodrijar, Žan. *Pakt o lucidnosti*. Beograd: Arhipelag, 2009.
- Bodrijar, Žan. *Potrošačko društvo*. Beograd: Darma, 2023.
- Bodrijar, Žan. „Zalivski rat se nije dogodio”, Intervju. <https://atorwit-hme.blogspot.com>. Pristupljeno 6. 1. 2024.
- Bostrom, Nick. “Are We Living in a Computer Simulation?”. *The Philosophical Quarterly* Volume 53, Issue 211 (April 2003): 243–255. <https://doi.org/10.1111/1467-9213.00309>.
- Čang, Džun Ha. *23 stvari koje vam ne kažu o kapitalizmu*. Beograd: Mali vrt, 2013.
- Čomski, Noam. „Intervju”. <https://pescanik.net/author/noam-comski/>. Pristupljeno 5. 11. 2024.
- Delez, Žil i Kler Parne. *Dijalozi*. Beograd: Fedon, 2009.
- Gatari, Feliks. „Integrirani svetski kapitalizam i molekularna revolucija”. <https://atkingsmith.com/wp-content/uploads/2016/10/integrated-world-capitalism-and-molecular-revolution.pdf>. Pristupljeno 2. 3. 2025.
- Gete, Johan Volfgang. *Faust*. Beograd: Prosveta, 2005.
- Harari, Juval Noa. *21 lekcija za 21. Vek*. Beograd: Laguna, 2019.
- Hoking, Stiven. *Velika zamisao*. Beograd: Alnari, 2011.
- Keynes, M. Yohn. “The general Theory of Employment: Summary”. *Quarterly Journal of Economics* (February 1937): 209–223.
- Klajn, Naomi. *Doktrina šoka*. Beograd: Samizdat B92, 2007.
- Klajn, Naomi. *No logo*. Beograd: Samizdat B92, 2007.
- Klein, Naomi. „Kako velike tehnološke firme planiraju da profitiraju od pandemije”. <https://pescanik.net/kako-velike-tehnoloske-firme-planirajudaprofitiraju-od-pandemije>. Pristupljeno 2. 1. 2024.
- Milanović, Branko. *Kapitalizam, sam*. Novi Sad: Akademski knjiga, 2021.
- Orvel, Džordž. *1984*. Beograd: BIGZ, 1984.
- Orvel, Džordž. *Životinjska farma*. Beograd: Laguna, 2023.
- Smit, Adam. *Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda*. Beograd: Kultura, 1970.
- Šekspir, Vilijem. *Hamlet*. Novi Sad: Školska knjiga, 2004.
- Šekspir, Viljem. *Timon Atenjanin*. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, 1970.
- Zubof, Šošana. *Doba nadzornog kapitalizma*. Beograd: CLIO, 2020.
- Žižek, Slavoj. *Kao lopov u sred bela dana*. Beograd: Laguna, 2019.

## THE MURDER OF REALITY

### Edi Daruši

Zrenjanin Grammar School, Zrenjanin, Serbia  
[edidarusi@gmail.com](mailto:edidarusi@gmail.com)

According to the insights of Jean Baudrillard from the 1980s, the post-industrial society in which we live today has become a simulacrum; that is, the entirety of reality at this stage of capitalist development has assumed a hyperreal character, rendering the distinction between the real and the illusory increasingly difficult to sustain. The ontological distinction characteristic of the modern epoch, between the real and the hyperreal, the actual and the simulated, the symbol and value, is eroded under the prevailing dominance of corporate media. Within the capitalist framework, as argued by postmodern theorists, mass media come to dominate not only objects, but reality as a whole, transforming contemporary society into a powerful consumer society. In such a society, the very process of consumption can be understood as a mechanism of classification and social differentiation, wherein signs and objects are organized as markers of status within a hierarchical social order. However, in examining the impact of contemporary technological revolutions on the economy, politics, and society, recent scholars point to the emergence of a new form of capitalism: surveillance capitalism. In this system, users of the technological universe are no longer customers, but rather raw material for data extraction and the transformation of personal experience into predictive assets. In an effort to clarify the meaning of the term, Shoshana Zuboff defines surveillance capitalism as a transformed capitalist order that emerged with the discovery of behavioral surplus in 2001–2002. This system appropriates human experience within digital networks as free raw material for covert commercial practices of data extraction, aimed at predicting behavior and facilitating targeted product sales. As a result, an unprecedented concentration of wealth, knowledge, and power accumulates in the hands of owners of internet corporations. This unrestrained mutation of capitalism, no less dangerous to humanity than its previous forms, operates through a parasitic logic of production, subordinated to a new global architecture designed to modify human behavior and impose a new global order grounded in total certainty. Beyond its aspiration to dominate society, the surveillance economy undermines democracy and deprives individuals of their fundamental rights, thereby threatening human sovereignty. Consequently, surveillance capitalism should be understood as a profoundly anti-democratic social force.

**Keywords:** simulacrum, media, social differentiation, consumer society, internet, behavioral surplus, surveillance capitalism