Јасна Ђорђевић, мастер*
 Факултет за културу и медије
 Универзитет „Дон Мезбич“
 Београд

„ТИРАНИЈА ИЗБОРА”: Како правити изборе у времену прездасићености информацијама?

Сажетак: Живимо у времену које обилује информацијама. Захваљујући савременој информационо-комуникационој технологији, сваковрсне информације из свих делова света су нам доступне на сваком кораку и у сваком тренутку, без обзира на то да ли смо на послу или у свом дому. Станје перманентне конектованости може да доведе до осећаја да се не можемо више одупрети информационим шоковима, нити их контролисати, чему је свакако допринела експанзија интернета и друштвених мрежа. Обиле информација и њихов непрекидни шок изазивају неколико крућних проблема на коћнићивном, афекћивном и коначивном нивоу. На коћнићивном плану, превише оћшерећују и превазилазе каћацићет пажње и адекватне обраде садржаја, што на афекћивном нивоу изазива стрес, фрустриацију, нестрћљивост и незадовољство, док на коначивном ућрожава сћособност одабира цићева, одлучивања, усмеравања воће и истрајности. У овом раду издвајамо пћшање које се односи на коћнићивну функцију: како вршићи селекцију, то јест које информације одабраћи и како их одабраћи. Из тоћа проистичу и пћшања која се тичу афекћивне и коначивне сфере: како се људи „боре” са мноштвом информација и како се осећају суочени са изазовом званим доношење одлука. У том оквиру ћемо настојаћи да оћправдамо синћаћу „ћиранија избора”, односно да ћокажемо да нас изложеност непрекидном проћоку различитих и фраћменћисаних информација наводи да констћанћно преисћићујемо да ли смо наћравили добар избор или не.

Кључне речи: ИНФОРМАЦИОНО-КОМУНИКАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ, ПРЕЗАСИћЕНОСТ ИНФОРМАЦИЈАМА, ХИПЕРКОМУНИКАЦИЈА, ИЗБОР, АНКСИОЗНОСТ,

* Контакт: j.djordjevic@naisbitt.edu.rs

Увод

Уколико на претраживачу Гугл (*Google*) укуцате енглеску синтагму „*information overload*” за мање од једне секунде добићете више од 3,680.000 резултата претраге и истог тренутка бити 'преплавлени' тим бројем информација. Ако томе додамо резултате истраживања који су показали да 60 процената људи који имају приступ рачунару своје имејлове проверава док је у купатилу, а 85 процената лаптоп носи и на одмор, онда овај податак нимало не чуди.

Живимо у ери интернета и друштвених мрежа која је у великој мери довела до 'преплавлености' информацијама. Без обзира на то где се налазимо и које је доба дана или ноћи, у сваком тренутку можемо сазнати најновије вести из целог света, што нас доводи до стања перманентне конектованости. Управо ово стање наводи нас да осећамо да се више не можемо одупрети информационим токовима, нити их контролисати, што изазива крупне проблеме на когнитивном, афективном и конативном нивоу.

Пре свега, обиље информација и њихов непрекидни ток превише оптерећују и превазилазе капацитет пажње и адекватне обраде садржаја на когнитивном нивоу, што на афективном нивоу изазива стрес, фрустрацију, нестрпљивост и незадовољство, док на конативном угрожава способност одабира циљева, одлучивања, усмеравања воље и истрајности. Човек, суочен са огромним протоком информација, осећа својеврсну 'панику' проузроковану управо енормним бројем информација, али још више слободом избора.

Још је Рамоне (*Ignacio Ramonet*) истицао да „људи никада нису имали приступ већем броју информација, али то не значи да су боље информисани” (Миливојевић, Драговић и Борисављевић, 2013: 221). Томе у прилог говори и податак који је показао да је људски род у протеклих 10 година створио више информација него у периоду који датира од настанка човечанства до тада.

Обиље информација нас, с друге стране, доводи у ситуацију у којој више не можемо да им се одупремо, а самим тим и у стање константне презасићености. Наш ум не може поднети толику количину података јер, како истиче Данијел Левитин (*Daniel Levitin*), људски мозак може да обради три до четири информације одједном. Уколико број информација пређе ову границу, наше расуђивање је много лошије, губимо ток мисли, а самим тим и контролу над њиховом обрадом.¹

¹ Подаци преузети са линка <http://www.forbes.com/sites/laurashin/2014/11/14/10-steps-to-conquering-information-overload/#ba94bb124fef>. Приступљено 1.2.2017.

Једна од основних одлика (пост)модерног доба постала је брзина. А тамо где постоји технолошка брзина и убрзање, настаје и „психолошко очекивање брзине” и нетолеранција према онима или ономе што реагује спорије од технологијом омогућене брзине реакције (Миливојевић, Драговић и Борисављевић, 2013: 212). Поред тога, дијалектика убрзавања и сустизања у људима изазива озбиљну фрустрацију да се време неповратно губи, да се „у кашњењу нешто друго, важније, значајније или уносније пропушта”, па самим тим „савремени човек постаје талац једног суманутог и бесмисленог ритма у којем се попут Уробороса, митске змије која сама себи гута реп, полако и сам испљује” (Томић, 2008: 67).

Још једна од упечатљивих одлика модерног доба је и „терор инстанта” у свим аспектима живота. Он се огледа кроз константну нестрпљивост да се живот сведе на одмах и сада, без одлагања и одуговлачења. То има и своје друго лице – краткотрајност. Прихвата се само оно што је „ин” и у датом тренутку у тренду, а потискује све чему је „прошао рок”, било да су то међуљудски односи или роба. „Више” се поистовећује са „боље”, па мултипликовањем производа, услуга и прилика, појединац временом почиње да мултипликује себе, живећи више живота и играјући више улога (Миливојевић, 2013: 415).

Зато и не чуди што се у времену обиља могућности, од сваког од нас очекује да буде пријемчив на промене. Међутим, проблем настаје онда када треба донети одлуку за коју ћемо се од мноштва могућности на крају одлучити, јер баш у том тренутку долази до појаве осећања анксиозности у погледу исправности направљених избора. Тада говоримо о правој „тиранији избора”.

Стога у овом раду издвајамо питање које се односи на когнитивну функцију: како вршити селекцију, то јест које информације одабрати и како их одабрати. Из тога проистичу и питања која се тичу афективне и конативне сфере: како се људи боре са мноштвом информација и како се осећају суочени са изазовом званим доношење одлука. У том оквиру настојаћемо да оправдамо синтагму „тиранија избора”, односно да покажемо да нас изложеност непрекидном протоку различитих и фрагментисаних информација наводи да константно преиспитујемо да ли смо направили добар избор или не.

1. Обиље информација и хиперкомуникација

Синтагму „information overload” први пут је употребио амерички футуролог Алвин Тофлер (*Alvin Toffler*) 1970. године, предвидевши тада да ће драстичан пораст количине информација у будућности стварати проблеме људима. И сами смо сведоци да се ово његово предвиђање у међувремену обистинило.

Корен проблема огледа се управо у компјутерски посредованој комуникацији. И док компјутери у сваком тренутку могу обрадити и запамтити сву количину информација коју човек унесе, људски мозак информације не обрађује ни секунд брже него раније. С друге стране, од њега се очекује да непрестано усваја све што му се посредством брзих технологија пласира. Непрестани разговори мобилним телефоном, ’куцкање’ порука на Фејсбуку или некој другој платформи за дописивање, чак и у вожњи, постали су одраз (пост)модерног доба и савременог (хипер)конектованог човека. Тешко се одупиремо пориву да пре починка или чим отворимо очи, посегнемо за мобилним телефоном, а још више пориву да непрестано проверавамо шта је ново на друштвеним мрежама, чак иако смо то учинили пре само неколико секунди. Да ствар буде још гора, брзо заборављамо виђено или прочитано, а некад нам се чини као да за одређене информације чујемо први пут, иако смо им претходно посветили одређено време и пажњу.

У складу са тим можемо разликовати две генерације људи – генерацију која расте у медијски засићеном окружењу и генерацију која је одрасла у другачијим условима. Овом темом бавила се Кетрин Хејлс (*Katherine Hayles*), која је указала на разлику у когнитивним стиливима ових двеју генерација. Млади који су од малена користили електронске медије и одрастали у окружењу које је обиловало електронским медијама, тврди она, имају другачије „ожичене” мозгове. То је и те како очигледно у контрасту између „дубоке” и „лебдеће” пажње, који Хејлсова посебно истиче. Људи са „дубоком” пажњом одликују се способношћу да се усредсреде на једну ствар током дугог периода, не примећујући за то време спољне дражи које допиру до њих, „преферирајући један континуирани комуникациони ток : ‘Лебдећа’ пажња, с друге стране, одликује се брзом променом фокуса с једног на други задатак, преференцијом ка мноштву комуникационих токова, трагању за „високим нивоима стимулације и ниском толеранцијом на досаду” (Миливојевић, Драговић и Борисављевић, 2013: 214). „Лебдећа” пажња се, самим тим, може довести у везу са ургентношћу и истантизмом који је допринео томе да, с порастом броја информација опада способност да се те информације међусобно повезују и сагледају у целини. Уједно се губи способност хијерархизације информација на битне и небитне, јер све постаје подједнако битно и хитно.

Отуд и појава мултитаскинга, који је у последњих неколико година постао неопходна способност свих запослених. Послодавци запослене све више вреднују на основу тога колико су способни за мултитаскинг, не размишљајући притом о цени у виду већег броја грешака, пропус-та и повишеног стреса. Осим тога, како су својевремено истакли Смол и Ворган (*Gary Small & Gigi Vorgan*), интензивна и непрестана примена мултитаскинга може да угрози правилан равој и оптимално функцио-нисање фронталног кортекса, области мозга која омогућава апстрактно мишљење, заузимање шире перспективе и одлагање задовољења (Ми-ливојевић, Драговић и Борисављевић, 2013: 214). У прилог овој тврдњи говоре и бројна истраживања која су спроведена у Америци.

Једна студија Ројтерса показала је да две трећине менаџера верује да су обиље и презасићеност информацијама довели до умањења њиховог задовољства послом којим се баве, али и до нарушавања њихових личних односа. Једна трећина је чак истакла да је овакво стање озбиљно наруши-ло њихово здравље. Друго истраживање је открило да велики број мена-џера сматра да је већина информација које у току дана добију потпуно бескорисна.²

Несумњиво је да су нам последње две деценије донеле много више тех-нологије која штеди време, а да ипак, већина људи има много мање време-на него икада пре. Баш зато Томас Хилан Ериксен (*Thomas Hylland Eriksen*) с правом примећује да „изгледа као да постајемо робови оне технологије која је требало да нас ослободи” (Ериксен, 2003: 5). Осим тога, невероватна понуда информација, како додаје Ериксен, ипак није створила боље оба-вештено становништво већ „збуњеније становништво” (Исто).

И резултати истраживања која су се бавила хиперкомуникацијом и презасићеношћу информацијама јасно су показали да људи не могу да се снађу и изборе са њиховом количином и заступљеношћу, јер оне по-примају енормне размере. „Дошло је до неконтролисане пролиферације комуникације, раста њеног квантитета и дисперзије на рачун квалитета” (Миливојевић, Драговић и Борисављевић, 2013: 216), док је садашњост, разбијена на тренутке, а не трајање постала мерило свих ствари.

Код људи је због тога све приметнија потреба за непрестаним убр-зањем ритма и процеса рада, али и порив да се „тријумфује над временом” (Миливојевић, 2013: 414). То се може видети кроз жељу да се живот макси-мално искористи, да се реализује максималан број могућности, по цену исцрпљивања себе, а још важније, да се случајно нешто не пропусти, те да се не буде на губитку. Баш зато се може рећи да је „ургентност постала ментални оквир (*mindset*) нашег делања” (Исто, 410), сурогат смисла.

² Подаци су преузети са сајта <http://www.economist.com/node/18895468>. Приступље-но 4.2.2017.

И тврдња Липовецког (*Gilles Lipovetsky*) да „живимо по кратким програмима, у непрестаном мењању норми, у подстицању да живимо сад одмах” има смисла, јер се „садашњост уздигла као главна осовина друштвеног трајања” (Липовецки, 1992: 260).

Време више није наш савезник нити наш лек. Ни стрпљење више није наша врлина! „Оно што је тренутачност за машине и компјутере претвара се у ургентност за човека” (Миливојевић, 2013: 418).

Нажалост, све је више људи који су приморани да се прилагоде овим правилима модерног доба, а још више оних који су потпуно изгубљени у количини информација које свакодневно упијају на послу, код куће, на улици. Брзина живота и обиље информација довели су и до хиперкомуникације, јер људи овог доба не могу да дозволе себи да живе у неизвесности, немају стрпљења да чекају (у реду или на неку вест), а још мање имају стрпљења да до краја ишчитају информације које им се невероватном брзином пласирају и још их критички анализирају.

Ако томе додамо и све више неистинитих и непроверених информација, можемо закључити да хиперкомуникација доводи до комуникацијске ентропије и продубљивања неповерења према порукама и њиховим емитерима. То, пак, води у другу крајност – потпуну незаинтересованост и латаргичност примаоца порука. „Ништа нас се више озбиљно не тиче, ништа нас претерано не узбуђује, све примамо са равнодушношћу и блазираношћу карактеристичном за свако стање ситости” (Липовецки, 1992: 42).

И поверење у будућност се раплињава, те готово више нико не верује у светлу будућност и напредак. Људи хоће да живе одмах, овде и сада, а да притом вечно остану млади. „Више ниједна политичка идеологија није у стању да запали масе, постмодерно друштво више нема ни идоле ни табуе (...), више не постоји историјски пројекат кадар да мобилише, нас одсада одређује празнина” (Липовецки, 1987: 9). Међутим, ту равнодушност не можемо поистоветити са одсуством мотивације, већ с недовољном мотивацијом, односно с „емоционалном анемијом” како ју је називао Рисман (Липовецки, 1987: 39).

Кад мало боље сагледамо стање ствари, схватамо да нисмо равнодушни само према свету који нас окружује, већ и према самима себи. Још је Фром (*Erich Fromm*) говорио да смо постали „инструмент за циљеве изван нас самих” (1986: 224), те да смо стадо које верује да ће га пут који следи довести до циља, јер видимо да су и други на истом путу. „Ми у мраку и одржавамо своју храброст, јер чујемо да и сви други звижде као ми” (Исто, 225).

Неповерљиви, обасути информацијама, све више неспособни да се изборимо са њима, а уједно свакодневно подстицани да се прилагодимо новим околностима, да сами доносимо одлуке и правимо изборе, уто-

чиште и испуњење тражимо, и привидно га проналазимо, на погрешним местима, у комуникацији са погрешним људима, тамо где се оно не може наћи. А суштина је да ће људи „тражити рјешење и одговоре на сваком мјесту, осим на оном гдје се они могу наћи – у себи” (Исто).

Човек данашњице стога не схвата да му је потребно да само мало времена проведе у тишини, сам са собом, да треба да размишља о свету, да сањари. Нашем мозгу је потребан простор. Нашем мозгу је у овом обиљу информација потребна тишина!

2. „Тиранија избора” као неизбежност постмодерног доба

*Слобода је, изгледа, једина радост коју људи ујорно не захтевају;
дакако, када би је заиста желели, добили би је.*
(Боеси)

Ова мисао Етјена де ла Боесија (*Étienne de La Boétie*) можда најбоље осликава унутрашњу борбу човека данашњице. С једне стране, он је представљен као слободан, сам свој човек, који сам доноси одлуке, има своја права и живи онако како жели, док с друге стране, безуспешно покушава да се избори са свим (не)приликама које му та слобода доноси. Самим тим он подсвесно ствара своје забране али и непрестано трага за ауторитетима, али не јавним ауторитетима које не прихвата и одбацује, већ за оним много делотворнијим, анонимним, који му директно не издају наређења, али му свакако омогућавају да поступа онако како му се сугерише.

Отуда се може наћи оправдање за невероватну експанзију и популарност књига самопомоћи, али и читаву индустрију савета у самопомоћи које човека данашњице подстичу да буде бољи, паметнији, успешнији, zgodнији, самосвеснији.

С обзиром на то да живимо у атмосфери неизвесности, великих проблема, незапослености, слабе економске ситуације, отуђености међу људима, човек се, окружен средином коју карактерише постепено губљење моралности, налази у проблему. У том тренутку он се „обраћа књижи као најједноставнијем, али и најјефтинијем решењу, мислећи да ће сам решити проблем”.³ У ствари, тражећи помоћ у овим књигама и од њихових аутора, он бира „нове ауторитете којима ће препустити право да му ограничи избор” (Салецл, 2014: 15).

³ Преузето из интервјуа са психологом Мирјаном Вуксановић, објављеном на линку: <https://www.youtube.com/watch?v=9RazLyA1d7o>. Приступљено: 3.12.2017.

Захваљујући њима, у свести се ствара привид да сам човек доноси одлуке, да сам одређује како ће живети и суочавати се са свакодневним изазовима, а у ствари се непрестано ослања на друге људе, на оно што су они рекли или написали. Рената Салецл ову потребу посматра као подсвесну жељу да „нам се скине с плећа то бремене избора” (2014: 7).

Данашње потрошачко друштво од нас захтева да читав живот посматрамо као велику мешавину одлука и избора. „Опонашамо ово а не оно, од једног копирамо ово, од другог оно, наше позајмице више немају утврђеног порекла него се преузимају из безброј извора” (Липовецки, 1992: 269). Тако је и настао термин „тиранија избора”. Међутим, пре него што почнемо да говоримо о „тиранији избора”, не можемо да изоставимо једну од можда најбољих дефиниција речи „тиранија”, коју је дао социолог Ричард Сенет (*Richard Sennett*).

Једна од најстаријих употреба речи тиранија у политичкој мисли представљена је као синоним за суверенитет. „Кад се све ствари упућују на заједнички, суверени принцип или разум, тај принцип или особа тиранишу живот друштва”. У том случају, институција може управљати као једини „источник власти”, док веровање може служити као једини стандард по којем се мери стварност (Салецл, 2014: 10).

Данашње друштво само привидно слави избор и идеју да је он увек у интересу људи. Кажемо привидно, зато што се суштина проблема крије у количини доступног избора, али и у начину на који је он представљен. У томе је и сва „тиранија” информационог друштва, јер у њему постоји „мањак слободе од информација” (Ериксен, 2003: 28), али и у томе што има превише, а не премало информација. Самим тим постоји и „мањак слободе од информација” (Исто).

С друге стране, ако мало боље сагледамо речи које употребљавамо приликом доношења одлука и прављења избора, можемо приметити да су наши животни избори описани типично потрошачким појмовима. Тако „крећемо у потрагу за правим животом као што бисмо кренули по праву врсту зидних тапета или балзама за косу” (Салецл, 2014: 11). И док смо опседнути сопственим изборима, често ни не схватамо да они уопште нису наши, већ да на њих у великој мери утиче друштво у којем живимо.

Све те бујице информација, тврди Липовецки, имају „центрипетална дејства”, јер терају јединке да боље посматрају себе, да рационално управљају својим телом и лепотом, па и својим здрављем, те да „брижљивије бдију над собом” (Липовецки, 1992: 222). Чак и ако се чини да је избор сасвим лична ствар, начин на који га људи доносе суштински је повезан с начином на који граде односе с другима и како мисле да их други виде (Салецл, 2014: 44). Посматрајући друге и размишљајући о томе шта они виде у нама, ми покушавамо да сазнамо ко смо за њих али, пре свега, ко смо за себе саме.

Рената Салецл лепо примећује и наглашава да је „его (представа о самом себи) веома климава грађевина коју лако подривају несвесни пориви и жеље” (Салецл, 2014:48). И медији доприносе уређењу новог профила нарцистичког индивидуализма, па се „све мање оријентишемо према традиционалним знањима, а све више према елементима које смо овде-онде ухватили у медијима” (Липовецки, 1992: 224).

Мушкарцима и женама се, стога, непрестано говори да од себе треба да створе нешто јединствено, али им се истовремено дају тачна упутства „како та јединствена особа треба да изгледа, какву каријеру он или она треба да има и, нарочито, на коју славну личност он или она треба да личи” (Салецл, 2014: 47). Зато слобода избора изгледа лепо и привлачно у теорији. У пракси људи увек очекују да ће неко други направити избор уместо њих.

И наш однос према знању постаје све еластичнији – „знамо много што-шта, а готово ништа чврсто, прихваћено, организовано” (Липовецки, 1992: 225)

Страх од доношења одлуке и прављења избора не настаје само због огромног броја могућности, већ и због једног другог страха – страха од губитка. „Ризикујући, ми приписујемо већу тежину ономе што можемо изгубити него ономе што можемо добити” (Салецл, 2014: 111).

Када једном донесемо одлуку, у стању смо да је стотину пута преиспитамо, размишљајући и даље да ли смо кренули правим путем. „Ако узмеш – кајаћеш се, ако не узмеш – кајаћеш се”, дилема је са којом се сваки човек суочава када треба да направи избор!

Још један проблем (пост)модерног доба крије се и у чињеници да појединац мора да бира између две стазе које веома слично изгледају. Управо нас мале разлике у избору, које могу имати далекосежне последице, испуњавају стрепњом. Стога у својој свести човек ствара идеју „пута којим се ређе иде”, чиме се уноси елемент јунаштва у одлуку и сам след поступака који је претходио доношењу одлуке, а који је врло често начињен сасвим случајно (Салецл, 2014: 112).

Проблем се ту не завршава, јер се он неретко огледа и у немогућности да се направи било какав избор. Мноштво информација, од којих свака изгледа, ако не подједнако, онда барем приближно привлачно, али и стрепња због погрешног избора, чине да неодлучност појединца сваке следеће секунде бива све већа, а да самим тим и страх од могућег жаљења и разочарања буде већи. „Суочени с неодољивим мноштвом могућности, људи проналазе на хиљаде начина да избегну прављење избора” (Исто, 113). У том тренутку они се понашају попут робова, јер се држе неизвесности чак и по цену да буду заробљени у беди, јер је стрепњу од непознатог теже поднети него непредвиђене околности познатог. А одавно је

установљено да „у врло мало случајева људи знају шта желе, чак и када мисле да знају” (Пакард, 1994: 18).

Са стране психоанализе посматрано, са сваким избором који направимо ми прелазимо преко могућности да уопште не направимо избор, или да потпуно уништимо нашу способност избора. Баш зато изнад свих одлука које донесемо, пре свега стоји одлука о томе да ли да уопште наставимо да живимо. Када и та одлука буде донешена, наша патња са њом постаје избор који смо такође сами направили (Салецл, 2014: 116).

И старење и умирање се много теже доживљава и прихвата откако се проширила наша слобода избора. Ово је доба које промовише вечиту садашњост, па постаје готово немогуће изборити се са старењем и умирањем. Велику улогу у оваквом схватању играју и медији који непрестано промовишу слику „вечите младости”, представљајући старење као потпуно неприхватљиво, али и као ствар избора.

Вођени оним што се пропагира посредством медија, људи из дана у дан све више почињу да бирају „вечиту младост” као решење, трудећи се свим силама да прикрију знакове старења и да пронађу начин да одложе или чак спрече смрт, без обзира на то што је она неминовна. „Оригинални стил више није повластица раскоши”, а крајности су нестале и престале да се „охоло размећу својом невиђеном различитошћу” (Липовецки, 1992: 160).

Стога Рената Салецл на крају своје књиге поставља питање – да ли наше друштво, својим инсистирањем на избору и наводном контролом која уз то иде, на неки начин даје предност опсесивном односу према животу? И потпуно исправно закључује да је „инсистирање на избору у свакој области нашег живота подстакло опсесивну потребу за контролом и предвидљивошћу, као и паралишући страх од смрти и уништења” (Салецл, 2014: 128).

Свакодневно саветовање како да обликујемо своје тело, како да ограничимо своје жеље, како да живимо бољи живот, доводи до тога да осећамо више неизвесности него контроле. А као парадокс капиталистичке идеологије, проистиче веома мало простора за избор, те „изузетно контролисан појединац проналази веома мало задовољства у поигравању наводно неограниченим могућностима избора” (Исто).

Размишљати о избору и направити га, две су потпуно различите ствари – закључује Рената Салецл. Али она такође сматра да ми можемо прихватити или одбити тиранију избора, тако што ћемо најпре схватити шта нам се заправо нуди.

3. Како остати свој и одолети „тиранију избора”?

Ко год да тврди да је бити свој и остати свој у ово (пост)модерно доба лако, вара се. Утицај технологије на наш начин живота постао је немерљив. Зато се питања како остати свој у ово време обележено хиперкомуникацијом, али и како одолети „тиранију избора” сасвим логично намећу.

Још је Ђуро Шушњић у књизи „Рибари људских душа” говорио да „људско биће у савременом грађанском друштву подсећа на регрута који се не оставља на миру, који увек мора да нешто ради, чија пажња је увек усмерена на нешто спољашње” (Шушњић, 2008: 93). То је, сматра Шушњић, начин да човек престане да мисли о себи. То је начин да он постане унифициран.

Бујица информација која нас са свих страна обасипа почела је временом да ствара међупросторе. Резултат томе је ризик да „живот постане хистерична серија пренасељених тренутака, без неког пре и неког после, без неког овде и неког онде” (Ериксен, 2003: 11). Чак и то „овде и сада” постаје угрожено, јер следећи тренутак долази тако нагло да је тешко проценити овај тренутак, а камо ли га проживети. Стога када се човек нађе у улози пошилаоца схвата да му је најмање доступни ресурс пажња других. С друге стране, када се нађе у улози примаоца поруке, њему најмање доступан ресурс постаје повезано време (Ериксен, 2003: 12).

Наш век је, тврди с правом Шушњић, век „велике специјализације и малих људи; век бројних талената и ретких, ретких генија; век без синтезе и великог погледа на свет; век у коме су се последње пуне личности опростиле од великих пројеката” (Шушњић, 2008: 95). Најкраће речено, „ступили смо у доба експресног завођења” (Липовецки, 1992: 145).

Дошло је време несигурности, а са њим и време утицаја. Живимо у таквим друштвеним приликама да више не сусрећемо праве, аутентичне личности. Суочавамо се са људима који личе једни на друге, који изборе доносе на основу избора других, а све то да се не би разликовали, те самим тим и да не би били одбачени. А „укидање разлика једнако је духовној смрти” (Шушњић, 1997: 78).

(Пост)модерно доба донело нам је потпуно другачији поглед на свет. У њему преовладава масовна равнодушност, осећање досадног тапкања у месту и понављања, у коме се ново прихвата као већ застарело, а будућност не поистовећује са напретком, већ са неминовним назадовањем (Липовецки, 1987: 8).

Овакво осећање неизбежно обузима сваког појединца, који не може да се избори са собом, а највише са својим страховима. Његови страхови тичу се избора које је „приморан” да направи и одлука које треба да донесе, јер од њих зависи слика коју ће створити у свести других људи, односно слика коју ће имати о себи – да ли ће бити задовољан или не.

Нимало не чуди што се у данашње, типично потрошачко време, појединци брзо обогате, али се споро развијају у богате личности. Баш због тога „у материјално богатом друштву успевају духовно сиромашне личности, као што у материјално сиромашном друштву могу да израстају духовно богате личности” (Шушњић, 2008: 170). Постајемо осуђени на „бујање ситних и крупних разлика у мишљењу”, док наша свест бива понета процесом „интелектуалног мајсторисања по наруџбини” (Липовецки, 1992: 257).

Тешко је остати свој, а још теже издвојити се по својој аутентичности. Чак и ако неко успе у томе, врло брзо бива спутаваан и скрајнут. Потом почиње да сумња у себе, у изборе и одлуке које доноси, и да се прилагођава околностима, престајући да буде оно што заправо јесте. А оног тренутка када почне да губи себе, постаје само један од многих људи који беже у разоноду.

У овом тренутку се морамо опет вратити на Шушњића и његову констатацију да се варамо ако мислимо да се гомиле забављају из чисте разоноде. Реч је о привиду, јер када завиримо испод површине схватамо да је „потреба за разонодом израз дубље потребе да се побегне од себе, од стварности која нас постварује” (Шушњић, 2008: 192). То је заправо потреба за животом неког другог Ја, које почиње да живи тек у тренуцима када почне да заборавља своје свакодневно Ја. „Сви хоће да буду различити и тако сви постају слични” (Шушњић, 1997: 135), а поистовећивање са неким или нечим доводи до заборављања на себе и бежања од себе. Управо оног тренутка „када изгубимо право да будемо различити, ми губимо право да будемо слободни” (Исто, 83), а самим тим и право да сами одлучујемо о свом животу, да сами правимо изборе.

И осећања стида и срама су често повезана са нашим осећањем идентитета. Ми се заправо стидимо онога што би други људи, кроз наше изборе, могли сазнати о нама. Поред тога, „стид је подсећање на то да, по дефиницији, ми никад не можемо у потпуности испунити сопствена очекивања” (Салецл, 2014: 130). И у томе се крије сва „тиранија избора” – у очекивањима која себи намећемо, али и у очекивањима која други имају када смо ми у питању, а која код нас изазивају анксиозност. Не треба да нас чуди стварност у којој постаје мање битно ко је какав човек, а још мање какви су наши животни избори, јер су они одавно доведени у питање и готово да нас се више не тичу. Суштина се проналази у томе колико је неко „добар 'играч' у савременим и стално променљивим играма друштвеног комуницирања, подређеним вртоглавој промени модних трендова” (Томић, 2008: 156).

Тешко је отети се песимистичком тону: „Сада је све тако против човека, да се руга човеку. Он је на крају постао страшило за самог себе” (Шушњић, 1997: 166), немоћан да се избори са собом и са другима, а самим тим и са „тиранијом избора” која је захватила све сфере његовог бића, баш као што је захватила и све сфере (пост)модерног друштва.

Закључак

Чини се да се, више него икада раније, људи данас плаше својих одлука и избора. То се, наизглед парадоксално, манифестује оног тренутка када им је дата слобода да сами одлучују, јер баш тада на површину испливава њихова дезоријентисаност, несигурност, несталност, односно неаутентичност.

Живимо у времену хиперкомуникације у којем ни секунд, а камо ли сат или дан не можемо замислити без неког од уређаја првобитно намењених томе да нам олакшају свакодневницу. Готово да нема особе која нема најновији, или барем напреднији модел тзв. „паметног” телефона, а самим тим и приступ некој од многобројних друштвених мрежа и других апликација за читање и проналажење вести у сваком тренутку дана и ноћи.

Мобилни телефони су постали одраз нашег статуса у друштву и свакоме од нас се у сваком тренутку налазе на столу, у џепу или на неком другом доступном месту. Али, ту није крај! Осим мобилног телефона, у нашем окружењу се у већем делу дана мора наћи барем један укључени компјутер или лаптоп, што нас уводи у стање „преплављености” информационим дражима. Овоме је свакако претходио развој медија масовног комуницирања, док је своју пуну „дозу” медијских садржаја наша свакодневница добила настанком и развојем интернета. Од тог тренутка су нам до тада још увек недоступне или теже доступне информације непрекидно, у било које доба дана или ноћи, сервиране. Њихов број драстично расте, док сразмерно са порастом броја информација опада људска пажња. Тако смо и дошли до стања ствари у којем се читају само наслови и у зависности од наслова бира да ли ће се прочитати одређена вест. А када се одлучимо да је „прочитамо”, ми заправо летимично прелазимо преко ње, покушавајући да кроз неколико половишно прочитаних реченица схватимо у чему је суштина. Међутим, ни ту није крај наших дилемама.

Мноштво информација одвело нас је у другу крајност – немогућност да одаберемо оне које су релевантне и које ћемо издвојити као истините. Људи данас све теже раздвајају истину од неистине, те врло често као истините усвајају нетачне или непотпуне информације. Суочени са великим бројем неистинитих и непроверених информација, временом постају неверљиви према ономе што се пласира као истина.

Самим тим се и „тиранија избора” са којом се суочавамо у виртуелном свету сели у нашу свакодневницу, наводећи нас да сами ограничавамо своје изборе и поступамо као да нам је неко други поставио та ограничења. Избори које правимо често су ирационални, јер начин на који неко излази на крај с њима обично одражава дубљу психолошку струк-

туру. Међутим, колико год трауматичан некада био, избор представља суштинску људску способност, док чињеница да особа може направити избор отвара могућност промене (Салецл, 2014: 139).

Баш из тог разлога људи све чешће траже савет приликом избора, што нам само указује на важност умрежене подршке коју појединац има у друштву – било виртуелном или стварном. Отуда је и „осећање стида што смо сиромашни или кривице што се нисмо попели на више лествице економског успеха, заменило борбу против друштвене неправде. А стрепња да нису довољно добри примирила је људе, доводећи их до тога да не само раде дуже већ и да се подједнако труде око свог спољашњег изгледа” (Салецл, 2014: 139). Направити од себе лепотицу постало је „игра женствености, са архетипом женствености”, одраз испразности у којој једна до друге стоје жеља за допадањем и њени наговештаји из даљине (Липовецки, 1992: 132).

Стога не треба да нас чуди то што „идеологија избора иде руку под руку са идеологијом Новог доба која промовише живот у тренутку и прихватање ствари онаквим какве јесу” (Салецл, 2014: 140). Данас Ново волимо због њега самог, „оно више није класни изговор него вредност по себи” која, готово као по правилу, омогућује да истакнемо не само естетске, већ пре свега модерне, променљиве индивидуалности (Липовецки, 1992: 147).

На крају, не смемо дозволити да нестрпљење постане одраз нашег карактера. Оно никада није било савезник мудрих. Тога морамо бити свесни уколико не желимо да „кроз сопствене животе пролећемо брзометно, хаотично и бесмислено, као муве без главе” (Томић, 2008: 68), већ сталожено, потпуно свесни онога што нам се заправо нуди.

Литература:

- [1] Ериксен, Т. (2003): *Тиранија шренушка*; Београд: Библиотека XX век.
- [2] Липовецки, Ж. (1987): *Добра празнина – огледи о савременом индивидуализму*; Нови Сад: Књижевна заједница Новог Сада.
- [3] Липовецки, Ж. (1992): *Царство пролазно: мода и њена судбина у модерним друштвима*; Сремски Карловци-Нови Сад: Издавачка књижарница Зорана Стојановића.
- [4] Миливојевић, Т. (2013): *Болести убрзања времена*, часопис „Теме” бр. 1; Ниш: Универзитет у Нишу, стр. 405-420.
- [5] Миливојевић, Т, Драговић, К. и Борисављевић, Т. (2013): „Црне рупе хиперкомуникације: Кад брзина усиса комуникацију”, *Зборник радова са II Међународног научног скупа „Моћ комуникације 2013”*; Бања Лука: Паневропски универзитет „Аперсион”, стр. 211-234.
- [6] Пакард, В. (1994): *Скривени убеђивачи*, Београд: Досије.
- [7] Рељић, С. (2013): *Крива медија и медији кризе*; Београд: Службени гласник.
- [8] Салецл, Р. (2014): *Тиранија избора*; Београд: Архипелаг.
- [9] Томић, З. (2008): *News Age*; Београд: Службени гласник – Чигоја штампа.
- [10] Fromm, E. (1986): *Čovjek za sebe*; Zagreb: Naprijed.
- [11] Шушњић, Ђ. (1997): *Дијало и толеранција*; Београд: Чигоја штампа.
- [12] Шушњић, Ђ. (2008): *Рибари људских душа: Идеја манипулације и манипулација идејама*; Београд: Чигоја штампа.

Вебографија:

- [1] Hemp, P, „Death by Information Overload”. <https://hbr.org/2009/09/death-by-information-overload> (1.2.2017.)
- [2] 10 Steps To Conquering Information Overload. <http://www.forbes.com/sites/laurashin/2014/11/14/10-steps-to-conquering-information-overload/#2c6b369624fe> (1.2.2017.)
- [3] Understanding Information Overload. <http://www.infogineering.net/understanding-information-overload.htm> (4.2.2017.)
- [4] Too Much Information. <http://www.economist.com/node/18895468> (4.2.2017.)
- [5] Hypercommunication: How we live now. https://www.washingtonpost.com/news/achenblog/wp/2013/03/25/hypercommunication-how-we-live-now/?utm_term=.3b70e261cef2 (7.2.2017.)
- [6] Тако стоје ствари – Фокус група – Књиге самопомоћи – 23.11.2017. <https://www.youtube.com/watch?v=9RazLyA1d7o> (3.12.2017.)

Jasna Đorđević, MA
Faculty of Culture and Media
„John Naisbitt” University
Belgrade

“THE TYRANNY OF CHOICE”: *Making Choices* *in the Age of Information Overload*

Summary: We live in the epoch of information overload. Information technology has given us different kinds of information from all over the world. We can approach to them in every moment, no matter if we are at work or at home. The state of permanent connectivity can make us feel like we cannot resist or control flow of information. This feeling becomes bigger thanks to the internet and social media. Information overload and its continuous flow can make some difficulties on cognitive, affective and conative level. Cognitively, people are too disturbed and they cannot control their attention capacity, and that causes stress, frustration, impatience and dissatisfaction on affective level. When we talk about conative level, the ability to create goals, make decisions, direct the will and persistence are endangered. The main question of this work refers to cognitive function: how to select information, or what information to choose and how to do it? Following this, we have answer to the following questions: how do people get into “fight” with information overload and how do they feel when they are faced with the problem of making decision. In this frame, we will try to justify the phrase “tyranny of making choice” and to prove that information overload can take us to the place of reconsideration of our decisions, thinking if they’re right or not.

Keywords: INFORMATION-COMMUNICATION TECHNOLOGIES, INFORMATION OVERLOAD, HYPERCOMMUNICATION, CHOICES, ANXIETY.