

Tahani Komarica

Agencija za prevenciju korupcije i koordinaciju borbe protiv korupcije, Bosna i Hercegovina
ftahani.kolar@gmail.com, tahani.koomarica@apik.ba

Fenomenologija digitalne sreće

Sažetak

Pojam sreće nikad nije jednoznačno definiran. U ovom radu je dat kratak prikaz poimanja sreće sa filozofskog, ekonomskog, psihološkog i duhovnog aspekta. Rad eksplicira fenomenologiju digitalne sreće na poligonu digitalnih medija koje karakterizira permanentnost koja se postiže booster dozom medijskih sadržaja i manifestacijom iluzije iskustva kroz medijske narative. Digitalna sreća se pojavljuje u 6 tipoloških manifestacija: zadovoljstvo, iznenađenje, harmonija, zanos, oslobađanje potreba i želja i transcedencija. Tipologija manifestacija digitalne sreće je prikazana kroz upotrebu digitalnih medija i medijske narative.

Ključne riječi: fenomenologija, digitalna sreća, digitalni mediji, medijski narativi, iluzija.

UVOD

Čovjekova zadaća na Zemlji je oduvijek bila ovladavanje prirodom u svrhu opstanka među drugim bićima. Želja čovjeka za opstankom kulminira u 21. stoljeću kroz poboljšanje nesavršenih aspekata humanog bića i kreiranje posthumanog bića koje karakteriše „...nadilaženje granica koje definiraju manje poželjni aspekti ljudskog stanja.“ (Moore, 2013: 4). Opstanak čovjeka je prema tome uvjetovan povećanjem do izvrsnosti njegovih fizičkih, kognitivnih, ali i afektivnih sposobnosti, zaboravljajući da zadaća čovjeka nije svekoliko savršenstvo, već izvrsnost u domenu vlastitih ograničenja. Čovjeka je stoga, pogrešno definirati kao posthumano biće, već prije kao humano biće u tiraniji posthumanog doba.

Krvotok posthumanog doba je digitalizacija, koja omogućava čovjeku relativno nadilaženje njegovih kognitivnih granica u onom obimu koji mu je potreban kao pojedincu za opstanak, ali ne u apsolutizmu. Nadilaženje fizičkih granica je također relativno, jer život nije nadživio smrt. Nadilaženje fizičkih granica se ogleda u dodacima tijelu, zamjenom nefunkcionalnih dijelova tijela, i iluziji besmrtnosti. Digitalizacija je globalna pozorišna scena iluzije besmrtnosti koja koristi svoje digitalne alate za inkorporiranje zdravih životnih stilova, prevenirajući bolest koja je predvorje smrti, medicinske i digitalne estetizacije lica i tijela, prevenirajući starost koja je predvorje smrti, hologramskih tijela sa vještačkom inteligencijom koji su iluzija života nakon smrti. Nadilaženje afektivnih granica čovjeka u posthumanom dobu je možda i ponajmanje uspješno. Nesposobnost da se one nadiđu se ogleda u pokušajima spuštanja afekcije na niži nivo, onaj koji ne vodi oplemenjivanju duše u potrazi za srećom.

Posthumano doba samo po sebi nameće i poimanje sreće čovjeka kao humanog bića u krvotoku digitalizacije. Čovjek je u kontinuiranoj potrazi za srećom. S druge strane pojam sreće nije jasno definirala ni nauka ni filozofija. Danas govoriti o sreći znači posmatrati je kroz prizmu opskurnosti postmoderne. Ili je pak sreća oduvijek bila obojena opskurnošću pojedinca kroz sve tačke između nule i jedinice, između dobra i zla, između lijepog i ružnog, između idealnog i stvarnog? Je li sreća ostala utamničena negdje u Da Vincijskom sfumatu svakog pojedinca? Sreću zapravo, ne možemo razvrstati niti u biološki, niti u društveni, niti u tehnički konstrukt. Ona je negdje iznad biološko-društveno-tehničkog konstrukta, a vezana sa svakim.

RAZMATRANJA O SREĆI

Nauka nije uspjela definirati jednoznačno, jer ona „nije ni akademska kreacija, ni izum filozofa, već iskustvo koje se događa ljudskim bićima.“ (Mochon, 2018: 162). Joachim Weimann, Andreas Knabe i Ronnie Schob (2015) su pokušali izmjeriti sreću, kroz prizmu ekonomskog blagostanja. Rezultati njihovog rada pokazuju da ekonomsko blagostanje utječe na kvalitet života, u smislu zdravlja, obrazovanja, odjeće, hrane, pa čak i u društvenim odnosima povećava finansijsku sigurnost i utječe na dobrobiti koje društvo pruža svojim građanima. Međutim, ekonomsko blagostanje pokazuje

Easterlinov paradoks koji pokazuje da stalan ekonomski rast nije praćen povećanjem sreće. U svom radu došli su do zaključka da postoje najmanje dvije vrste sreće: kognitivno zadovoljstvo i afektivna sreća. Također, njihovi rezultati pokazuju da empirijska istraživanja sreće, u tom smislu, ne mogu koristiti normativni koncept.

Afektivna sreća je unutrašnji dio svakog pojedinca i nije je moguće objektivno izmjeriti, što upućuje na Aristotelovo poimanje sreće kao *eudaimonia* koja se sa grčkog najčešće prevodi kao sreća ili dobrobit, premda je doslovan prevod „stanje dobrog duha“. Aristotelova *eudaimonia* nije sredstvo za postizanje cilja, već je sama po sebi cilj, čovjekovo najviše dobro, životno djelovanje bića koje ima logos. Ako je *eudaimonia* stanje dobrog duha, za razumijevanje sreće je nužno onda i razumijevanje duše. Aristotelovo poimanje duše je njeno postojanje samo uz tijelo „...strast, blagost, strah, sažaljenje, hrabrost, a pored toga i radost, ljubav i mržnja – u zajednici sa tijelom, jer njima istovremeno i tijelo nešto trpi.“ (Blagojević, 2012: 12), čime zapravo objašnjava psihosomatske procese. Kant definira sreću kao pojam koji je „toliko neodređen da iako svaki čovjek želi da ga postigne, on to nikada ne može reći definitivno šta je to što on zaista želi...što je više kultivisan razum se namjerno primjenjuje na uživanje u životu i sreću, utoliko više čovjek gubi istinsko zadovoljstvo“ (Kant, 2005: 11 prema Hockley i Fadina, 2015: 194). Kant sreću poistovjećuje sa ljudskim željama koje su promjenjive naravi i odgovaraju akutnoj sreći, te pravi nejasnu diferencijaciju između sreće, želje i zadovoljstva. Istočna filozofija o duši ima značajne razlike u odnosu na zapadnu. Ibn Sina dušu ne poima kao formu tijela „jer u tom slučaju morao bi da negira mogućnost da duša može postojati nezavisno od tijela“ (Halilović, 2013: 65). Ibn Arebi razlikuje dvije vrste dana fizički i duhovni koji leži unutar fizičkog „u toku kojeg intelekt prima svoje znanje, uvid dobija svoju kontemplaciju, a duh svoje tajne.“ (Fejzić-Čengić, 2021: 30), čime ukazuje na veze fizičkog i duhovnog, ali i na sveprožimajući duh. Nauka nema odgovor o supstanciji duše koja je poligon za sreću, niti o njenom porijeklu u odnosu na čovjeku do sada poznate supstancije. Filozofi različito poimaju njenu opstojnost sa ili bez tijela, ali je i jedni i drugi vide kao poligon za afektivnu sferu čovjeka, pa time i sreću. Duša još uvijek nije razvrstana ni u biološku, ni u društvenu ni u tehnološku formu. Pripada i imanentnom i transcendentnom, možda prije svega ontološkom, a vezana za epistemološko. Stoga malo znamo o duši i malo znamo o sreći.

Iz svega ranije navedenog sreću nije bilo moguće definirati kao pojam. Mnogo obuhvatnije poimanje sreće je fenomenološko. Baruh de Spinoza (1970) u 3. dijelu Etike „O porijeklu i prirodi afekata“ razmatra puteve i fragmente sreće kroz pojmove veselosti, ljubavi, žudnje, zloradosti i druge, videći je kao određen proces ljudskog duha. Radost definira kao „Stanje trpljenja kojim duh prelazi većem savršenstvu“ (Spinoza, 1970: 112). Ovaj put transcendencije ka većem savršenstvu prema Spinozi ima dvije razine jačina volje „kojom se svako trudi da održi svoje biće, po samoj zapovijesti uma“ (Spinoza, 1970: 156) što je Abraham Maslow nazvao samokatalizacijom i druga razina – plemenitost koju definira kao „žudnju, kojom se svako trudi da, prema samoj zapovijesti razuma, pomaže druge ljude, i da ih vezuje za sebe prijateljstvom“ (Spinoza, 1970: 156) ili ono što je Abraham Maslow nazvao transcendencijom, što ćemo vidjeti u nastavku rada. Eugen M. DeRobertis (2016) razmatra

način na koji je Stepen Strasser pokušao da objasni sreću u njenoj univerzalnoj suštini. Uvidio je da iskustveni fenomeni sreće ne dijele nužno eidose sreće: zadovoljstvo, uživanje, radost i spokoj. Sreću eksplicira u 6 različitih oblika: 1) sreća kao zadovoljstvo, pronalaženje mira u prilagođavanju svakodnevnom životu, 2) sreća kao sreća, koja se ogleda u slučajnosti, trijumfu i češća je među onima koji posjeduju avanturistički duh i posmatraju život kao igru potrošnje, 3) sreća kao harmonija, u Aristotelovom smislu svojevrsna integracija ličnosti u kojoj logos utječe na promjenu, 4) sreća kao zanos, ogleda se u tome da se gube granice ega i čovjek nije sam sebi fokus, 5) sreća kao oslobođenje, u smislu oslobođenja od potreba i želja, ponajviše nalikuje nirvani i poricanju smrti i 6) sreća kao transcendiranje anticipacije, ogleda se u traženju beskonačnog zadovoljstva samim životom kao takvim „pojedinač je izvučen iz sebe, ali je spriječen od potpunog gubitka sebe zbog odgovornosti, posvećenosti i predane svrhe“ (DeRobertis, 2016: 83).

Potruga za srećom je oduvijek bila interesno polje psihologije. Sama riječ psihologija dolazi iz grčkog jezika psycho = duša, logos = nauka, razmišljanje, mišljenje. I psihologija prepoznaje dušu kao poligon za sreću. Iako se od 1879. godine razvilo više pravaca u psihologiji, za potrebe ovog rada ćemo se osvrnuti na humanističku psihologiju Abrahama Maslowa koja istražuje domete viših ljudskih potreba. Premda bi možda ispravniji naziv bio transhumanistička psihologija. Maslow je konceptualizaciju sreće zasnovao na ispunjenju ljudskih potreba koje su „organizovane u hijerarhiji prepotencije.“ (Maslow, 1943: 375 prema Koltko-Rivera, 2006:303). Ljudske potrebe je razvrstao hijerarhijski od najnižih do najviših: 1) fiziološke potrebe, zadovoljenje osnovnih životnih potreba, 2) potrebe za sigurnosti, 3) potrebe za pripadanjem i ljubavlju, 4) potrebe za poštovanjem i 5) potreba za samoaktualizacijom, odnosno ispunjenje ličnog potencijala. Sve do Maslow-ovih posljednjih radova njegovu psihologiju možemo nazivati humanističkom. Međutim, u periodu između 1950.-1960. tih Maslow počinje da sumnja u da je samoaktualizacija konačna potreba dovoljna za doseganje sreće, jer samoaktualizacija nije mogla jasno obuhvatiti vrhunska iskustva koja imaju pojedinci imaju. Pojedinci su na pitanja o ličnom zadovoljstvu davali odgovore „u terminima konačnih istina“ (Koltko-Rivera, 2006: 305) u koje se razvrstava i sreća. Maslow uvodi i šestu ljudsku potrebu kao najsavršeniji oblik bića koju naziva samotranscedencija „potpuno razvijeno i veoma sretno ljudsko biće koje radi u najboljim uslovima ima tendencije da bude motivisano vrijednostima koje prevazilaze njegovo sopstvo“ (Maslow, 1969a: 3, prema Koltko-Rivera, 2006: 306). Uočio je da se samotranscedirajuće ličnosti „često bave služenjem drugima“ (Koltko-Rivera, 2006: 306). Smrt ga je prekinula prije nego je uspostavio kompletnu teoriju transhumanističke ili transpersonalne psihologije. Ipak, evidentno je da je Maslow sa psihološkog aspekta dao novi uvid u doseganje sreće sa motivacijom koja spaja ono izvana i iznutra.

Sufizam razvrstava 7 stepena duše (Čajlaković, 2009: 50-55) kroz koje prolazi u dosezanju najvišeg stanja ljudskog bića i konačne apsolutne sreće: 1) Nefs-i Emmare, manifestacija niskih želja, kontrolira naša osjetila, kretnje i razum, ego kao najniži stepen ljudskog bića, 2) Nefs-i Levvame, kada čovjek postane svjestan svojih radnji i pokušava da se suprotstavi niskim tjelesnim željama, 3) Nefs-i Mulbime, nadahnutu duša, 4) Nefs-i Mutmeinne, čovjek na ovom stepenu prestaje sebe

pravdati i nalazi smiraj u predanosti i prepuštanju Gospodaru, 5) Nefs-i Radijje, prihvaćanja svih dešavanja bilo dobrih ili loših, zadovoljan je svime kroz samospoznaju, 6) Nefs-i Mardijje, čovjek je u stanju stalne ravnoteže, njime je njegov Gospodar zadovoljan i 7) Nefs-i Kamile – dosezanje potpune čistoće i sklada, sreću doživljava u dobru drugih, a patnju doživljava kad druge vidi na stranputici.

Od filozofije, preko psihologije, fenomenologije, ekonomije i duhovnosti sufizma jasno je da je čovjek u konstantnoj potrazi za srećom koju najlakše i najčešće doživljava na nivou akutne sreće, fragmentiranih dijelova dana ili čak života, u pokušaju samoostvarenja sopstva u i nad izvanjskim. Zatvoren ključevima vlastitog ega, samobitnosti postojanja i stanja akutne sreće kratak je i brz put ka nezadovoljstvu, brigama, anksioznosti, poremećenoj higijeni življenja, što rezultira osjećajem hronične nesreće. I tako ciklično, iznova i iznova, kreće u potragu za srećom, možda drugim redoslijedom, od zadovoljenja potreba za hranom, opsesivne kupovine, trenutnog ushićenja, aplauza publike, brige o drugima zbog smanjenja osjećaja krivice i ponovnog pada. Hronična sreća kao dugotrajna blagodat neovisna o vanjskim okolnostima mu ostaje zaključana, a ipak sve vrijeme ključ drži u vlastitim rukama, na unutrašnjem tankom mostu u prelasku između ego-centrizma ka očišćenom altruizmu, Strasserovoj transcedenciji anticipacije, Maslow-ovom samotranscedencijom ili sufijskom dosezanju Nefs-i Kamila. Nije li čovjek oduvijek u procesu transhumanizacije osobnog razvitka u pokušaju da nađe sreću? Kognicijom nadomješta fizička ograničenja, kreira tehnologiju, upotrebom tehnologije razvija kogniciju? Nije li humano biće u cikličnom procesu transhumanizma između intrizičnog i ekstrizičnog? Nije li čovjek toliko napredovao da je produžio um digitalizacijom, unaprijedio tijelo vještačkim produžecima? Da li je čovjek toliko napredovao da je hroničnu sreću umjesto transcedencijom postigao digitalizacijom?

DIGITALNA SREĆA

Potruga za srećom humanog bića je zapravo potraga za hroničnom, dugotrajnom srećom koja se odigrava na platformi duše težeći ka transcedenciji u jednoću. Digitalnu sreću karakteriše iluzija hroničnosti koju je preciznije nazvati permanentnošću ostvarenu *booster dozom* medija koji su postali „životni stav, način percipiranja i fiziologija društva“ (Šarčević, 1988: 414). Efemernost digitalnih medija je paradoks vječnosti koji između nestajanja i postojanja stavlja znak jednakosti. Digitalni medij postaje ovaploćenje efemerne vječnosti kroz „skup međusobno povezanih čvorova. Čvor je tačka u kojoj kriva samu sebe presijeca. Mreža nema centar samo čvorove.“ (Castells, 2004: 3)

Humano biće u posthumanom dobu dobija novu platformu za ostvarivanje sreće, mrežu, koja transcendentira svijest stvarnosti i pretvara je u „jednu novu, artifičijelno očulotvorenu stvarnost“ (Vuksanović, 2008:43), koju možemo nazvati digitalna sreća. Temelj digitalne sreće se nalazi u samom spektaklu koji je „alfa i omega odvajanja“ (Debor, 2006: 9), odvajanja čovjeka od sebe čime mu se ukida mogućnost transcendentnog sjedinjenja u jednoću. Transcendiranje u jednoću je

supstituirano „logikom identičnosti“ (Šarčević, 1988: 34). Spektakl prerasta u simulakrum koji poriče stvarno i postaje stvarniji od stvarnosti. Nekadašnji Da Vincijev sfumato sada slika sama dromologija mreže sa svojim nevjerovatnim ubrzanjem koja se otjelotvoruje u pseudoakciji na užtrb akcije. Fenomen „zbijenosti vremena“ (Virilio, 2000: 123) mijenja iskonske oblike sreće u sve što želim mora biti odmah. Algoritmi digitalizacije pretiču i čovjekovu težnju za nadom, za željom, ispunjavajući je prije nego što stigne biti poželjena, stvarajući kontinuiran niz zadovoljenja nepoželjenog, stvarajući permanentnu sreću koja je ništa drugo do iluzija hronične sreće. Permanentna sreća se u posthumanom dobu ostvaruje digitalnom estetizacijom koja presvlači predvorja smrti brisanjem znakova starosti i bolesti, nasmiješenim licima namještenim za pažljivo biran kadar iluzije sreće, nijemim emotikonima u „teroru reprezentacije“ (Šarčević, 1988: 40).

Efektima digitalne tehnologije na sreću se bavio Francisko Mochon (2018) u svom radu *Happiness and Technology: Special Consideration of Digital Technology and Internet*. Identificirao je pozitivne efekte i to: 1) poboljšanje ekonomskog rasta kroz olakšanu potrošnju, 2) obogaćivanje komunikacije, 3) promjenu prirode zarađivanja prevazilazeći ograničenja mjesta i prostora i 4) produženje ljudskog života kroz napredak u sferi zdravstva. Od negativnih efekata je izdvojio: 1) manipulacija ljudima u smislu poimanja čovjeka kao sirovine za tehničke operacije i 2) osjećaj izoliranosti iz čega proizlaze depresija i usamljenost. Odnosi pozitivnih i negativnih efekata tehnologije na sreću su višestruko isprepleteni. Easterlinov paradox opovrgava mogućnost dosezanja hronične sreće kroz ekonomski razvoj, a time i razvoj medicine i zdravstvenih usluga. Komunikacija posredovana digitalnim medijima se pokazuje kao mač sa dvije oštrice što i sam Machon priznaje kao odnos koji je „prilično složen“ (Machon, 2018: 164).

FENOMENOLOGIJA DIGITALNE SREĆE

Do danas postoje mnoge kritičari i pobornici utjecaja digitalnih tehnologija na život čovjeka, pa time i na sreću. Fenomenologiju digitalne sreće možemo posmatrati kroz Strasserov fenomenološki pristup koji nastoji da fenomen sreće predstavi kao iskustvenu cjelinu. Poligon digitalne sreće su digitalni mediji koje karakterizira permanentnost koja se postiže booster dozom medijskih sadržaja i njihovi narativi koji proizvode manifestacije iluzije iskustva. Tipološke manifestacije Strasserove fenomenologije sreće ćemo dopuniti obrazloženjima Maslow-ljevih otkrića i duhovnih učenja u svrhu obuhvatnijeg uvida u svaki pojedinačni manifestni oblik.

1. Zadovoljstvo, prvi stepen sreće. Evidentno da nije moguće zadovoljenje određenih fizioloških potreba kao što su glad ili žeđ, dok su zadovoljavanja ekscitatornih potreba široko omogućena „Ekscitatorni nivoi moraju biti izbalansirani i održavani da bi došlo do uživanja“ (Vorderer i Hartmann, 2020: 539). Mediji nedvojbeno utječu na „senzornu stimulaciju i iscrpljenje fizioloških resursa“ (Vorderer i Hartmann, 2020: 539), visoko estetizovani, cjenovno pristupačni, što izaziva iluziju zadovoljstva.

2. Digitalnu sreću kao slučajnost pronalazimo u momentima saznanja na koja slučajno nailazimo na mreži „interes ili radoznalost je srodna emocija u korištenju zabavnih medija“ (Vorderer i Hartmann, 2020: 540) ili iznenadnoj pobjedi u nekoj video igri. Medijski sadržaji nude mnoge narative koji mogu izazvati interesovanje korisnika. Do osjećaja sreće dolazi kada postoji „zagonetna nepodudarnost koja se iznenada rješava.“ (Vorderer i Hartmann, 2020: 541). Druga strana kovanice može pokazivati izuzetnu frustriranost i veliki utrošak vremena da pronađemo potrebno sakriveno u hyperlinkovima, reklamama i ostalim distraktorima pažnje, ili u nemogućnosti prelaska u naredni nivo video-igre. Medijski narativi mogu potaknuti i negativne emocije kao što su ljutnja, strah, užas, koje se manifestuju kao svojevrsna katarza „vrsta dnevnog pročišćenja, sedmičnog ili periodičnog pročišćenja, čišćenja, na način prividnog uklanjanja, otklanjanja, udaljavanja od izvora prethodnih oneslobođavanja.“ (Fejzić-Čengić, 2009: 151). Katarzična iskustva prožimaju mnoge filmske žanrove: horore u kojima se doživljava i preživljava strah, akcijske filmove u kojima gledalac doživljava i preživljava heroizam, romantične filmove u kojima gledalac doživljava i preživljava ljubav, u vlastitoj afekciji odvojeno od vlastitog života.
3. Digitalna sreća kao harmonija se ispoljava u regulaciji raspoloženja i samospoznaji. Samospoznaja, ili po Maslowu samoaktualizacija, se ostvaruje pripadanju izabranim društvenim grupama u kojima doživljavamo poštovanje od drugih pripadnika grupe kroz razmjenu iskustava, lajkova i različitih digitalnih alata potvrđivanja naše vrijednosti ili fizičkog izgleda, kao i prilika za pronalaženje ljubavnog partnera kojeg u realnom životu ne bismo imali priliku sresti zbog geografskih i vremenskih ograničenja. Druga strana medalje je potencijal razvoja digitalnog narcisa, fokusiranje na vrijednosti kako nešto izgleda, a ne kakvo jeste. Digitalna narcisoidnost može imati negativne efekte na introverte koji nisu skloni da se samoprezentuju, te može razviti osjećaje niže vrijednosti. Korisnici digitalnih medija se prilagođavaju samom mediju koji ima mogućnost visoke estetizacije, pa čak i „estetizovano nasilje“ (Vuksanović, 2008: 34) ili na primjer estetizacija samoubistva u filmu „What dreams may come“ snimljenom 1998. godine u režiji Vincenta Warda. Korisnici preuzimaju ovu logiku samog funkcioniranja digitalnih medija što ukazuje na invertirani determinizam Harolda Innisa „da su tehnološke promjene pokrenute i afektovane društvenim strategijama i izborima“ (Katz i dr. 2003: 171), pa i sami sve i uljepšavaju, svi su vedri, veseli, nasmijani, putuju, uživaju u životu. Korištenje, posebno društvenih mreža, „je iskustveni fenomen u kojem se potrošači identifikuju sa karakteristikama drugih u virtuelnom prostoru“ (Berezan i dr., 2018: 456), te se time fokus čovjeka pomjera sa onoga što ima i jeste, na ono što nema i nije. Društveni mediji „mogu pokrenuti procese društvenog poređenja naviše, što rezultira zavišću, pa čak i depresivnim simptomima“ (Steers i dr., 2014, prema Marengo i dr., 2021: 7). Prema istraživanjima Berezan i dr. (2018: 455-46) samoaktualizacija u društvenim medijima je najviše izražena kod generacije milenijaca, dok su prethodne generacije više otporne na ovakve narative. Ukoliko emocija narušava unutrašnji balans, čovjek po svojoj prirodi teži

da ga dovede u ravnotežu, a „efikasna strategija je...promjena referentnog okvira tj. načina prijema.“ (Cantor, 2002, Cupshik i Kemp, 2000. prema Vorderer i Hartmann, 2020: 543). Promjena referentnog okvira može se ostvariti „distanciranjem od medijskog okruženja“ (Vorderer i Hartmann, 2020: 543), ali i prelaskom na druge medijske sadržaje ili tipove medijskih sadržaja.

4. Digitalna sreća kao zanos, nadahnuće, se možda ponajbolje očituje u igranju igara. Primjer ovakve zanesenosti izlaže Siva Vadiyanathan (2016) kroz svoje iskustvo tokom prekookenaskog leta. Primijetio je da pedesetak putnika zuri u svoje telefone igrajući igru Candy Crash Saga koju je lansirao facebook, ali je aktivna i na drugim platformama van facebook-a. Uočio je da „ljudi bulje u svoje monitore, otvorenih usta, diskonektovani od svog neposrednog okruženja... Njihova lica su bila mirna i položaji tijela stabilni.“ (Vadiyanathan, 2016: 32), što ponajviše liči na čovjeka koji se prepustio molitvi ili meditaciji. Uočio je da je ta slika djeluje narkotično „Bili su fokusirani, a ne obamrli.“ (Vadiyanathan, 2016:32). Svi su, bez obzira na godine starosti, igrali istu igru, a ne neku drugu i okarakterisao to kao „uživanje, što možda nije prava riječ. Bili su uronjeni u iskustvo igre. Ali niko nije skakao od radosti.“ (Vadiyanathan, 2016: 32). Ova sposobnost unošenja čovjeka u digitalnu igru se slaže djelomično sa Strasserovim razmatranjem zanosa kao tipa sreće u kojoj čovjek nije sam sebi fokus, fokus mu je digitalna igra. Diskutabilno je da li ovakvo fokusiranje koje proizvodi neku vrstu zanosa ili nadahnuća može donijeti, čak i u iluziji, gubitak granica ega, jer igra Candy Crash Saga je kompetitivna i napredak je moguć tek savladavanjem prethodnog nivoa. Igra se također, može igrati i sa drugim igračima te ima polarizaciju na gubitak i pobjedu. S druge strane ipak nudi vrstu prepuštanja koja djelomično nalikuje sufijskoj formi Nefs-i Mutmeinne, kada čovjek prestaje tražiti opravdanja za sebe i nalazi smiraj u predanosti i prepuštanju Gospodaru, sa bitnom razlikom poimanja Gospodara u sufizmu i digitalno gospodara pažnje tu „Nisu bili sretni, ali im nije bilo ni neugodno.“ (Vadiyanathan, 2016: 32). Igra im je donijela zanos i prepuštenost koja im je olakšala putovanje i odsustvo od stvarnosti očitovanu i na njihovoj neverbalnoj komunikaciji.
5. Sreća kao oslobađanje od potreba i želja, po Strasseru je to ono stanje koje nalikuje nirvani i poricanju smrti zapravo je sveprožimajuća kreacija iluzije sreće u svijetu digitalnih medija. Oslobađanje potreba i želja se odigrava kroz filozofiju sadašnjeg trenutka, koja dokida prošlost kao nevažnu u ljudskoj sferi iskustava, ali dokida i budućnost, nemogućnost čovjeka da poželi želju, jer algoritmi nas poznaju bolje od nas samih, a čovjek postaje „savremeni mistik na putu postizanja gnostičke praznine“ (Alić, 2016: 101). Poricanje smrti se odigrava kroz zatvaranja vrata u predvorja smrti starosti i bolesti. Starost se prevenira hibridnim estetskim presvlačenjima. U stvarnom svijetu kroz kiborgizaciju „o čemu svjedoči sve veći broj proteza, silikonskih i ostalih vrsta implantata, koji se hirurškim putem ugrađuju u organizam ne samo iz zdravstvenih, nego i iz estetskih razloga.“ (Vuksanović, 2008: 56.), a u virtualnom svijetu upotrebom raznovrsnih aplikacija za uređivanje fotografija i videa koji pokazuju vječno

mlada lica. Ekranizacija vječne mladosti predstavljena je u narativu filma „In time“ iz 2011. godine u režiji Andrew Niccol-a u kojem je život konvertovan u valutu vremena, a starost je zaustavljena. Smrt, ako se desi, je smrt mladog fizičkog tijela. Drugi način poricanja smrti je u prevenciji bolesti kroz filozofije zdravih životnih stilova. Digitalni mediji nude alate za „mjerenje, praćenje, nadzor i regulaciju tijela i aspekte svakodnevnog života i ponašanja, uključujući i spavanje“ (Rich i dr., 2020: 35). Postoje i pokušaji održavanja iluzije živog i nakon fizičke smrti kroz hologram spojen sa vještačkom inteligencijom koji ima sposobnost imitacije interakcije i nakon smrti.³² Digitalno oslobađanje od potreba i želja kroz prihvaćanje svih dešavanja bilo dobrih ili loših ne dovodi do stepena sreće duše koju sufizam naziva Nefs-i Radijje. Digitalna sreća kao oslobađanje od potreba i želja je reverzibilan proces, ostvaruje se poricanjem, bježi od svega što smatra lošim i potencijalno nesretnim, ignorišući činjenicu da život još uvijek nije nadživio smrt.

6. Digitalna sreća kao transcedencija bi trebala da ponudi apsolut sreće koji se ogleda u negubitku sebe kroz odgovornost, posvećenost, predanost služenja drugima. Sreća čovjeka u ovom smislu prevazilazi svoje sopstvo, te je čovjek iznutra integrisan u stalnoj ravnoteži svih elemenata i sebe i drugih, a svijet doživljava jedinstven i nepodijeljen. Digitalna ostvarenja kroz filmove, TV serije i Reality Show-e koja su objedinili Luke Hockley i Nadi Fadina (2015) u *The Happiness Illusion – How the media sold us a fairytale* razotkrivaju iluziju sreće u digitalnoj transcedenciji koja je upakovana u bajke „par excellence modernog doba i nikome nije u interesu da je razotkriva“ (Hockley i Fadina, 2015: 3). Transcedencija u jednoći sebe sa drugima u ostvarenjima filmske industrije nudi se u iluziji brisanja dihotomije spola kroz negubitak svog rodnog ja ka apsolutnoj integraciji roda u bezrodnom apsolutu. Brisanje rodne dihotomije se ostvaruje kroz „oslobođenje od društvenih ograničenja“ (Hockley i Fadina, 2015: 16) u pregovarajućim formama muškosti agresivnog ega koja se ispoljava u saosjećanju ili u formi žena ratnica. Digitalna transcedencija se odvija u prikazu androginih identiteta „kao idealnog jedinstva suprotnosti“ (Hockley i Fadina, 2015: 66). Iluzorno prekrajanje, stapanje, brisanje i građenje identiteta kulminira na društvenim mrežama. Aleksander Bard i Jan Sonderqvist (2003) ovu novu formu identiteta nazivaju dividuitetima. Navode da će novo doba dovesti do nove paradigme identiteta koji više neće biti baziran na ostvarenju čovjeka, već „postojat će mogućnost izbora između nekoliko različitih identiteta,..., čiji se stil prilagođava situaciji i kontekstu.“ (Bard i Sonderqvist, 2003:188). Druga dimenzija digitalne transcedencije se odvija na prihvatanju dihotomije suprotnosti dobra i zla kroz „integraciju razumijevanja“ (Hockley i Fadina, 2015: 8). Čovjek vođen željom za ostvarivanjem sreće kroz udoban i lagan život živi u nadi da će je moći kupiti. Globalni trgovački centar omogućava kupovinu svega i svačega, ali je činjenica da ne dovodi do unutrašnje transformacije koja će nas učiniti boljim. Samotransformacija je sveti Gral koji nije na prodaju, već je unutar našeg bića. Drugi dio knjige se bavi potragom za srećom kroz potrebu čovjeka da „pronade

32 Digital Immortality, Dostupno na: <https://www.dw.com/en/digital-immortality/a-57935457> Preuzeto: 04.03.2022.

stabilnog, starijeg, mudrijeg mentora...da nas vodi kroz zamke života“ (Hockley i Fadina, 2015: 112), kojemu je u realnosti paralelan duhovni učitelj, šejh, mudrac. Digitalni duhovni vodič se ostvaruje kroz medijske narative različitih arhetipova terapeuta koji pacijenta vode do smislenog života. Za stvaranje iluzije transcedencije je slikovita predstava digitalnog terapeuta nazvan Ljubavnik u smislu „dijeljenja emotivnih iskustava na vrlo intimnom nivou“ (Hockley i Fadina, 2015: 119) koji pokazuje rušenje granice između postizanja cilja kroz terapiju i terapije koja sama sebi postaje cilj. Narativ Ljubavnika iluzorno prezentira sjedinjenje u apsolutu ljubavi spuštajući apsolut ljubavi na razinu tjelesnosti. Medijski narativi psihoterapije u dosezanju digitalne sreće „nije dosezanje iluzornog stanja sreće, već oslobađanje sebe iz stiska unutrašnje tjeskobe i nemira koji živi u nesvjesnom“ (Hockley i Fadina, 2015: 139). Iluzija transcedencije kao krajnjeg dometa digitalne sreće se obezbjeđuje i pacijentu i terapeutu koji prolaze apsolutnu integraciju kroz procese koji ih vode „da postanu potpuno ljudi i da dijele u miru i um i samoljublje.“ (Hockley i Fadina, 2015: 139). Treći dio knjige se bavi Reality TV show-ima prezentirajući javna putovanja u intimno središte sebe. Imaju za cilj prikaz samotransformacije kroz izvanjsko. Ovakvi arhetipski narativi o „transformaciji, žrtvovanju i blagoslovu, nemaju mnogo veze sa širenjem naše svijesti.“ (Hockley i Fadina, 2015: 174). Društvene mreže su poligon pseudobrige o drugima, pseudoaltruizma, pseudoaktivizma kroz dijeljenje raznih apela za pomoć, koji čini da se osjećamo boljim ljudima i stvara lažno brisanje granica ega, bez stvarne aktivnosti.

Digitalna sreća nije još uvijek dosegla iluziju stalne ravnoteže niti potpune čistoće i sklada, kao krajnjih stepena duše koja se čista vraća svome Gospodaru iz jednog jednostavnog razloga. Sreća je fenomen apsoluta, a ne solipsizma. Potraga za srećom je izgubljena bitka od onog trenutka kad ju je čovjek skinuo sa platforme duše i postavio na platformu digitalizacije i postao „bogalj na štakama tehnike“ (Fejzić-Čengiđ, 2018: 17). Potraga za srećom je aktivnost tijela, uma i duha, u nadkonstruktu biologije, društva i tehnike. Nimalo slučajno, peta komunikacijska revolucija uslovljena tehnološkim razvojem interneta dovodi do razvoja novog pravca u psihologiji, pozitivne psihologije. Kao grana psihologija razvija u kasnim 90-tim godinama 20. vijeka, koje se hronološki podudaraju sa sveopćom digitalizacijom „širi tehnike i slogane kroz koje bi ljudi mogli poboljšati svoju sreću svakodnevnog života, često učeći ih da blokiraju beskorisne misli i sjećanja.“ (Davis, 2015: 11) čime odbacuje prihvaćanje svih nužnosti života. Kulminacija blokade izražavanja negativnih emocija se odigrava na društvenim mrežama, a „posljedice su katastrofalne.“ (Freitas, 2017:252). Digitalizacija u svojoj estetskoj i tehnološkoj osebnosti može ponuditi samo skromno doživljavanje, proživljavanje i preživljanje kroz pseudoaktivnosti permanencije mrežnih čvorova.

Zaključak

Čovjekova stalna težnja je dosezanje sreće. Sreća je pojam koji su dotakli, ali nikad jednoznačno definirali ni filozofi ni naučnici. Najbliže do sada obuhvatanje značenja sreće je kroz fenomenologiju i duhovnost. Sreća je nadkonstrukt biološko-društveno-tehničkog konstrukta, a vezana sa svakim, objedinjuje imanentno i transcendentno. Sreća se očituje tri osnovna oblika trajanja: aktuni, hronični i permanentni. Akutna i hronična sreća spadaju u domen prostorno-vremenskog realiteta ljudskog djelovanja na sebe i okolinu, te se odigrava na platformi duše koja teži trajnoj vječnosti. Permanentna sreća spada u domen bezprostornog i bezvremenskog virtuelnog svijeta pseudodjelovanja i odigrava se na platformi digitalizacije. Permanentnost ostvaruje digitalnom logikom čvorišta ili petlji koje kreiraju efemernu vječnost.

Fenomenologija digitalne sreće pokazuje određene afektivne sličnosti sa stvarnom srećom, ali ona ipak ostaje na razini fenomenološkog solipsizma i iluzorne transcendencije medijskih narativa. Nemogućnost prelaska granice ka fenomenu apsoluta ograničena je samom logikom digitalne tehnologije. Logiku digitalne tehnologije karakteriziraju: efemernost, estetizacija, fluidnost, spektakl kao čin odvajanja sebe od sebe i sebe od svega ostalog, nijema komunikacija, permanentna kompetetivnost, distrakcija fokusa iz čega proizlazi katarzično prekrivanje emotivnog konflikta i u konačnici njegovo poricanje. Katarzično prekrivanje i poricanje umjesto dosezanja sreće vode u suprotnom pravcu. Digitalno okruženje komunicira sreću invalidnošću fizioloških potreba svedenih na sliku i pogled, na distrakciju pažnje i katarzična iskustva kroz medijske narative van čovjeka, vodi gradnji digitalnog narcisa i/ili urušavanju samopouzdanja, zanos u molitvi digitalnom gospodarstvu pažnje, poricanje smrti u kontinuumu nepoželjenih želja, iluzornu transcendenciju amputiranog sopstva. Ovime je onemogućena unutrašnja transformacija zasnovana na djelanju i prihvatanju prelazeći stepen po stepen, od samospoznaje sebe u sebi, svega u sebi i sebe u svemu. Unutrašnja transformacija rezultira razrješenjem emotivnog konflikta i ispunjenjenja apsoluta u transcendenciji ka jednoći.

Literatura:

Alić, Sead (2016): „Globalni ekran“, u: *Logos – centar za kulturu i edukaciju*, Vol.4, br. 1, str. 95-118, Tuzla.

Bard, Alexander i Sonderqvist, Jan (2003): *Netokracija*, Differo, Zagreb

Berezan, Orije i dr. (2018): *The Pursuit of Virtual Happiness – Exploring the Social Media Experience across Generations*, u: *Journal of Business Research* 89, str. 455-461

Blagojević, Slobodan (prev.) (2012): *O duši – Parva Naturalia*, Paideia, Beograd

Castells, Manuel (2004): *The Network Society*, Eward Elgar Publishing, Cheltenham, UK

- Čajlaković, Mustafa (ur.) (2009): Sedam mekama tarikata, u: *Tarikatski časopis Kemlamu 'l Šifa*, godina VI, br. 20, str. 50-55, Tekija Mesudija, Kaćuni
- Davis, William, (2015): *The Happiness Industry – How the Government and Big Business Sold Us Well-Being*, Verso, London i New York
- Debor, Gi (2006): *Društvo spektakla*, Porodična biblioteka, Beograd
- DeRobertis, Eugene M. (2016): The Phenomenology of Happiness- Stephen Strasser`s Eidetic Expliation, u: *The Humanistic Psychologist*, 44 (1), str. 72-88. Dostupno na : <https://doi.org/10.1037/hum0000012> Preuzeto: 01.03.2022.
- Fejzić-Čengić, Fahira (2009): *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini*, Connectum, Sarajevo
- Fejzić-Čengić, Fahira (2018): *Kao ribe u vodi*, Dobra knjiga, Sarajevo
- Fejzić-Čengić, Fahira (ur.) (2021): *Muhjuddin Ibn Arebi – Evrad*, Dobra knjiga, Sarajevo
- Freitas, Donna (2017): *The Happiness Effect – How social Media is driving a Generation to Appear Perfect at any cost*, Oxford University Press, Oxford
- Halilović, Tehran (2013): Razvoj nauke o duši u Ibn Sininjoj filozofiji, u: *Centar za religijske nauke "Kom"*, vol. II (1), str. 59-76, Beograd
- Hockley, Luke i Fadina Nadi (ur.) (2015): *The Happiness Illusion – How the media sold us a fairytale*, Routledge Taylor and Francis, London i New York
- Katz, Elihu i dr. (ur.) (2003): *Canonic Texts in Media Research – Are Thre any? Should There Be? How About These?*, Polity Press, UK
- Koltko-Rivera, E. Mark (2006): Rediscovering the Later Version of Maslow`s Hierarchy of Needs: Self- Transcedence and Opportunities for Theory, Research, and Unification, u: *Review of General Psychology*, Vol. 10, No. 4., str. 302-317, DOI: 10.1037/1089-2680.10.4.302
- Marengo, Davide i dr. (2021): Examing the links between active Facebook use, received likes, self-esteem and happiness – A study using objective social media data, u: *Telematics and Informatics* 58, (2021) 101523
- Mochon, Francisco (2018): Happiness and Technology: Special Consideration of Digital Technology and Internet, u: *International Journal of Interactiv Multimedia and Internet*, Vol.5 No. 3, Universidad Nacional de Educacion a Distancia – Uned (Spain), str. 162- 168.
- More, Max (2013a), The Philosophy of Transhumanism, u: More, Max i Vita-More, Natasha (ur.), *The Transhumanist Reader: Classical and Contemporary Essays on the Science, Technology, and Philosophy of the Human Future*, Wiley-Blackwell, Chichester 2013.
- Rich, Ema i dr. (2020): *Digital Health Generation – Young People`s Use of Healthy Lifestyle Technologies*, University of Bath, Bath, UK, str. 3–18.

- Spinoza, de Baruh (1970): *Etika – geometrijskim redom izložena u pet dijelova podijeljena*, Kultura, Beograd
- Šarčević, Abdulah (1988): *Čovjek i moderni svijet – humana conditio – moć uma i neuma u povijesti i društvu*, Svjetlost OOUR Izdavačka djelatnost, Sarajevo
- Vaidyanathan, Siva (2016): *Antisocial Media – How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*, Oxford University Press, New York
- Virilio, Pol (2000): *Informatička bomba*, Svetovi, Novi Sad
- Vorederer, Peter i Hartmann, Tilo (2020): *Entertainment and Enjoyment as Media Effects*, u: Jennings, Bryant i Oliver, Mary Beth (ur.) (2020): *Media effects – Advanced Theory and Research*, str. 532-550, Routledge Taylor and Francis Group, New York and London.
- Vuksanović, Divna (2008): *Filozofija medija: ontologija, estetika, kritika*, Čigoja štampa, Beograd
- Weimann, Joachim, Knabe Andreas and Schob, Ronnie (2015): *Measuring Happiness – The Economics of Well-Being*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England

Web izvori:

Deutsche Welle, *Digital Immortality*, Dostupno na: <https://www.dw.com/en/digital-immortality/a-57935457> Preuzeto: 04.03.2022.

Phenomenology of Digital Happiness

Abstract

The concept of happiness is never unambiguously defined. This paper gives a brief overview of the happiness concept from the philosophical, economic, psychological and spritual aspects. The paper explains the phenomenon of digital happiness on a polygon of digital media, which is characterized by permanence achieved by a booster dose of media content and the manifestation of experience illusion through media narrative. Digital happiness appears in 6 typological manifestations: pleasure, surprise, harmony, ecstasy, liberation of needs and desires and transcendence. The tipologycal manifestations of digital happiness is presented through the use of digital media and media narratives.

Key words: *phenomenology, digital happiness, digital media, media narratives, illusion.*



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.