

*Katarina Kacer*

# SAJBERPSIHOLOGIJA

Prevela  
Dušica Milojković

■ Laguna ■

---

---

# Sadržaj

<b>Uvod</b>	<b>11</b>
<b>1. Internet kao novi koordinatni sistem našeg delovanja</b>	<b>15</b>
<i>Svest: Šta za nas znači stalna promena perspektive između stvarnog života i sajberprostora</i>	20
<i>Pogrešni koloseci: Kako dolazi do digitalnih grešaka u opažanju, naivnosti na internetu i virtuelnog nametanja tuđih odluka?</i>	32
<i>Privatnost: Zašto u digitalnom domenu tako teško razdvajamo intimnu i javnu sferu?</i>	36
<i>Osećaj vremena: Šta se događa kad nas interaktivno opažanje vremena vara, a ritam interneta postaje droga?</i>	58
<i>Opažanje sebe: Šta se događa kad duh i telo najednom deluju u različitim prostorima?</i>	81

<b>2. Dejstva interneta</b>	<b>87</b>
<b>Šta se na internetu događa s našim osećanjima, mišljenjem i ponašanjem</b>	<b>87</b>
<i>Nedostatak empatije i surovost: Kako dolazi do gubitka ljudskih osećanja na mreži i do ismevanja u javnom i privatnom diskursu?</i>	89
<i>Virtuelni voajerizam: Zašto na internetu tako lako postajemo gledaoci i nezainteresovani posmatrači</i>	119
<i>Mišljenje i zaboravljanje: Kad Gugl postane naše novo pamćenje</i>	129
<i>U glibu Vikipedije i sličnog: Zašto se od interneta možemo razboleti i zamoriti mozak</i>	158
<i>Pohlepa i novac: Efekti interneta koji nas čine sve pohlepnijim i dovode nas u zabludu</i>	173
<i>Medij razotkrivanja: Zašto internet vodi u rastrzanost između morala, kršenja zakona i virtuelnog junaštva</i>	189
<i>Inflacija vizuelnih vesti: Kad rat više nije baš tako loš. Između emotivne otupelosti, građana-novinara i društvene politike</i>	202
<b>3. Internet kao virtuelna pozornica</b>	<b>237</b>
<i>Onlajn identitet i svakodnevno ja: Kako sajberprostor postaje idealno mesto za samoprikazivanje i inscenaciju sopstvenog lika</i>	239
<i>Pratim se, dakle postojim: Kako sujeta, opsednutost sobom i ego-kultura na internetu mogu da nas izmanipulišu</i>	283
<i>Život na mreži između mašte i stvarnosti: Zašto društvene mreže mogu da nam zamagle pogled</i>	302

<i>Zajedno a ipak sami: Zašto društvene mreže mogu da stvore iluziju zajedništva</i>	312
<i>Ekonomija ljubavi: Šta se događa kad internet ekonomija zavlada osećanjima?</i>	319
<b>4. Putevi koji vode iz zamki interneta</b>	<b>333</b>
<i>Kako postati sposoban sajbernaut</i>	333
<i>Opstanak u džungli interneta: Kako novi modeli mišljenja i strategije savladavanja problema mogu da nam pomognu da izbegnemo osećaj nemoći</i>	336
<i>Na internetu ne morate da se osećate društveno neuspešnim: Kako da naučimo da razlikujemo iluziju od stvarnosti</i>	341
<i>Voajerizam i samokritika: Zašto nam je potrebna nova medijska etika</i>	348
<i>Postavimo znake zaustavljanja kao branu od razularenosti: Ono što nacionalna politika i zakoni ne mogu da ostvare, moramo preuzeti na sebe</i>	354
<i>Od ljudi koje određuje internet do interneta koji određuju ljudi: Kako treba da izgleda naša digitalna budućnost?</i>	359
<b>Napomene</b>	<b>371</b>
<b>Literatura</b>	<b>407</b>
<b>O autorki</b>	<b>417</b>

## Uvod

Internet kakav danas poznajemo i koristimo daleko je odmakao od svojih početaka. U međuvremenu je postao gotovo neodvojiv od našeg svakodnevnog života i postupaka. Bilo da još pre doručka proveravamo da li nam je stigao mejl, da na *Jutjubu* gledamo kako se priprema najnovije vegan-sko jelo, da preko *Votsapa* odgovaramo prijateljici, da čitamo objave na *Tviteru*, ili da na brzinu pregledamo najnovije vesti na aplikaciji svog omiljenog lista. Mnogo toga se događa čak i bez našeg učešća, naizgled sasvim automatski: već po samom tonu poruke čujemo na kojoj aplikaciji se upravo nešto dešava! Internet je takoreći potpuno integrisan u naše postupke i delovanje. Ono što je Amerikanac Tim Berners Li 1990. razvio kao sredstvo za bržu razmenu podataka među istraživačima u CERN-u, evropskom Centru za nuklearna istraživanja u Ženevi, i što je bilo zamišljeno samo kao međunarodna autostrada podataka i medij za razmenu informacija, tokom poslednjih deset godina sve više postaje pravi životni prostor za već gotovo dve i po milijarde ljudi.

Sve više nas uopšte se i ne skida s interneta – zahvaljujući fiksnoj ceni nezavisnoj od korišćenja (fletrejt). U Nemačkoj je 2013. već bilo dvadeset miliona stalnih korisnika starijih od četrnaest godina!<sup>1</sup> Posledica je neprestana veza između našeg života sada i ovde, između roditeljstva, partnerstva, profesije, karijere i obaveza u domaćinstvu, i virtuelnih oblasti koje nas interesuju i kojima se bavimo.

Svi se gotovo svakodnevno krećemo u tom polju napetosti i sami sebe sve više doživljavamo u jednom potpuno novom koordinatnom sistemu, sačinjenom od našeg sveta koji je moguće i fizički doživeti, u koji dospevamo rođenjem, i prostora virtuelnih doživljaja. Ti novi digitalni svetovi veoma su se promenili proteklih godina: pretvorili su se u prostore u kojima se odvija društveni život.

Ali šta za nas znači kad se naš prvobitni koordinatni sistem menja i kad se realnom svetu, koji se može fizički doživeti i upoznati, pridružuju svetovi novih doživljaja? I to takvi koji se ne mogu direktno telesno i prostorno shvatiti i iskusiti, već je to moguće samo vizuelnim opažanjem, preko pogleda usmerenog na ekran?

Danas moramo da se nosimo s daleko više izvora opažanja nego ranije generacije. Već smo veoma daleko i od osamdesetih godina, kad je privatni televizor slavljen kao inovacija, a na ulicama su još stajale telefonske govornice. Ne živimo više u jednom, već u mnogim svetovima doživljaja, to jest, da tako kažemo, na različitim kolosecima opažanja i šinama svesti. A naši postupci se više ne rukovode samo našim fizički doživljenim okruženjem. Kao orijentir sve više koristimo virtuelne prostore delovanja, bilo da su u pitanju društvene mreže, igre na internetu, savetodavne platforme ili digitalni prijatelji i poznanici.

To znači da te različite svetove i ravni opažanja moramo da obradimo s gledišta informacione tehnologije, i to kako stalnu promenu perspektive između virtuelnih prostora i našeg fizički doživljenog sveta, tako i činjenicu da na internetu možemo da delujemo anonimno, lišeni tela i bez pravog fizičkog prisustva.

Šta, međutim, za nas znači ako gotovo uopšte više ne pravimo svesne pauze u svom prisustvu na mreži, ako smo stalno na internetu i po ceo dan prelazimo iz jednog prostora doživljaja u drugi? Što više koristimo sajberprostor, utoliko važnije postaje pitanje o posledicama tih virtuelnih, medijskih promena po naš doživljaj sebe samih, po naš privatni život i partnerske odnose, vaspitanje naše dece, ali i po profesionalnu svakodnevicu i opšte društveno određenje.

Jesmo li uopšte još u stanju da napravimo jasnu razliku između različitih polja delatnosti u onlajn i oflajn svetu? Zbog čega nam je, recimo, toliko teško da na internetu odvojimo privatnu sferu od javne? Da li se u varljivu sigurnost uljuljukujemo zato što verujemo da svoju intimu uopšte ne delimo sa svima, već „samo“ s prijateljima s *Fejsbuka* koje smo sami odabrali? I kako dolazi do toga da doživljaj vremena na internetu uspeva da nas zavara i da nam ritam interneta postane čak i neka vrsta droge? Navikavamo li se, uz to, na nasilje i smrt? Samo zato što ceo svet ratova, sukoba i nasilnih dela tako lepo staje na naš mali ekran? Ili pak internet može čak i da nam pomogne da prevladamo životne krize? Da li se naši problemi u komunikaciji s drugim ljudima na internetu možda mogu rešiti bolje nego licem u lice? I možemo li preko mreže da steknemo čak i veću samouverenost i društvene veštine?

Internet je postao jedan nov koordinatni sistem našeg delovanja, koji se ugurao kraj našeg realnog svakodnevnog

života kao da je to nešto što se podrazumeva. Ako neprestano prelazimo iz realnog života u sajberprostor i obratno, to može dovesti do istinskog rasipanja pažnje i difuznog opažanja. I tu nije baš lako održati dobar pregled.

Pritom upravo psihološke osobenosti sveta interneta, aspekt anonimnosti i fizičko odsustvo, presudno utiču na naše opažanje, ali i ponašanje. Time što se krećemo na jednoj virtualnoj pozornici a pritom ne moramo realno da delujemo, nastaje jedan sasvim nov odnos prema sopstvenom postupanju. Da bismo sprečili da prečesto upadamo u zamke interneta, moramo postati svesni kako se neprestana promena perspektive između realne svakodnevice i virtuelnog životnog prostora odražava na identitet, osećanja i ponašanje. Sve veće rasipanje pažnje – zbog sve veće mnogostrukosti, količine i stepena interaktivnosti, brzine promena perspektive, bestelesnosti i fizičke anonimnosti na mreži – vodi tome da sve češće podležemo i digitalnim greškama u opažanju. Opažanje prostora i osećaj vremena se menjaju, a ako ne pazimo – postoji i opasnost da se različiti realni i digitalni prostori doživljaju međusobno pomešaju. Na osnovu razmatranja psihologije interneta, ovde bih želela da ukažem šta na internetu može da navede naš mozak na pogrešan put, da nam naškodi, pa čak i da nas otera u bolest; istovremeno bih, međutim, želela da podsetim i na put koji nam može omogućiti da postanemo kompetentni sajbernauti, sposobni putnici u sajbersvetu.

## 1. Internet kao novi koordinatni sistem našeg delovanja

Ako razmislimo o tome koji su nam mobilni uređaji i alati za komunikaciju uopšte bili na raspolaganju na početku novog milenijuma, brzo ćemo postati svesni da tada još uvek nije postojalo gotovo ništa od onog što takozvani digitalni urođenici (engl. *digital natives*), generacije koje su odrasle s digitalnim svetom, danas doživljaju kao potpuno normalno.

Razmišljate li danas uopšte još o tome koje ste tehnologije proteklih godina uključili u ličnu svakodnevicu, svoj poslovni svet ili porodični život? Da li vam je uopšte poznat pojam *Netskejp navigator*? To je 1996. bio vodeći internet pretraživač. Sećate li se kada ste poslali svoj prvi mejl?

Društvene mreže kao što su *Fejsbuk*, *Twitter* i *Votsap*, mreže za šerovanje fotografija kao što su *Instagram*, *Snepčet*, *Slingshot*, kao i smartfoni, ajfoni i tableti u međuvremenu su postali naši svakodnevni pratioci. Pritom na tržište ogromnom brzinom neprestano stižu i nove komunikacione tehnologije,

koje su danas više od čistog hardvera. Na planeti, recimo, već ima ukupno više od tri milijarde smartfona. Statistički gledano, dakle, njima raspolaže već polovina svetskog stanovništva. A time raspolaže i mogućnošću da mobilno doživi svetsku mrežu – i to iz sopstvenog džepa!

Kako će uticaj interneta i pratećih pojava na naš život i dalje jačati, možemo da vidimo u rodnoj zemlji *Majkrosofta*, *Epla* i *Gugla*. Tamo su već i deca mlađa od osam godina daleko ispred nas: još 2013. godine pet odsto dece stare od nula (!) do osam godina u SAD imalo je pristup mobilnom internetu, šezdeset tri odsto njih imalo je smartfon, a trideset osam odsto dece mlađe od dve godine koristilo je mobilne uređaje. Poređenja radi: kod nas u Nemačkoj 2014. samo je dvanaest odsto dece mlađe od devet godina posedovalo smartfon (KIM, 2014).

Internet je postao realni svet u kome ljudi žive, deluju, reaguju i sami proizvode nove sadržaje. Tog razvoja niko ne ostaje pošteđen, bilo da je u pitanju preduzeće ili pojedinac, star ili mlad. Pritom je potpuno svejedno da li internet sami koristimo ili ne. Od njega se ne može pobeći. Svakodnevno se, naime, iznova suočavamo s njegovim posledicama, svuda srećemo ljude koji deluju u virtuelnom svetu – u školi, na poslu, na odmoru, u autobusu i vozu, u kupovini, kod lekara, na benzinskoj pumpi.

Jedno je, međutim, zajedničko svim korisnicima interneta: oni ne žive samo u svojim različitim onlajn svetovima već istovremeno i u svom stvarnom životu – u partnerskim odnosima, porodici, komšiluku i na poslu.

Internet nam daje jedan potpuno nov vremenski ritam, koji ima dalekosežne posledice: praktično dvadesetčetvorčasovnu dostupnost, koja tek retko dopušta da se potpuno isključimo. Za mnoge je u međuvremenu počelo da se

podrazumeva da, pored svog poslovnog *Autluka*, na kompjuteru drže otvoren i *Fejsbuk* ili *Votsap*, a pritom povremeno pogledaju još i mobilni telefon. Doduše, neka preduzeća, recimo *Folksvagen*, već prekidaju poplavu mejlova i svojim zaposlenima dopuštaju da provedu vikend bez elektronske pošte – bar kad je reč o poslu. Smartfon kraj uzglavlja, međutim, predstavlja normalnu stvar i u mnogim nemačkim spavaćim sobama: mnogi se ne skidaju s mreže ni u krevetu.

U raspravama često čujem istu žalbu: da, internet ima mnoge prednosti, ali stalna dostupnost i obaveza da na sve odgovorim ide mi na živce. Svakog dana naprosto ima toliko toga da veliki deo uopšte više ne mogu ni da pročitam – samo preletim pogledom, ali pritom se mnogo i izgubi, i već mi se dešavalo da previdim važne detalje. Ni mladi u stalnoj priključenosti na internet ne vide uvek samo prednosti, mnogima je *Fejsbuka* i *Tvitera* već preko glave. S druge strane, mnogi se osećaju upravo prinuđenim da *Fejsbuk* koriste – iz straha da će nešto propustiti i biti odsečeni od sveta.

Kroz ovo stapanje stvarnosti i digitalnih životnih prostora nastaje jedna nova, virtualizovana stvarnost, za koju su neophodna nova posmatranja i psihološki pristupi.

Očigledno je da danas živimo na više nivoa svesti i opažanja: fizičkom doživljaju našeg okruženja, kao što su porodica i prijatelji u stanu, ili profesionalno okruženje s kolegama, pretpostavljenima i klijentima, zahvaljujući korišćenju interneta pridružuje se i bezbroj novih, virtuelnih izvora opažanja. Bilo da pretražujemo na *Guglu*, da uspostavljamo kontakte i predstavljamo se preko *Fejsbuka* ili *Singa\**, da razmenjujemo fotografije preko *Snepčeta*, *Instagrama* i sličnog, da kupujemo

\* *Xing*, profesionalno orijentisana društvena mreža popularna u Evropi, do 2006. nosila je naziv *Opened Business Club*. (Prim. prev.)

preko *Amazona* ili *Zalandoa*, da čitamo *FAZ* i druge novine na internetu, komuniciramo preko *Votsapa* ili koristimo *Smarthoum*, na primer da bismo uključili grejanje ili svetlo u svom stanu: na našim ekranima, smartfonima ili tabletima neprestano se otvaraju novi vizuelni prozori.

Mi se, dakle, pre svega krećemo u svom prvom svetu, koji nam je materijalno opipljiv neposrednim dodirrom, i tu stičemo iskustva. Pored ovog prvobitnog iskustva sveta, međutim, ubacuje se i bezbroj drugih područja svesti i opažanja, koja nastaju mnogostrukom upotrebom interneta i smartfona. Naša svest mora da se nosi i s njima. Te različite ravni svesti mogu da se predstavljaju kao svojevrsni sistem železničkih koloseka: danas, međutim, za razliku od perioda pre samo nekoliko godina, više ne putujemo samo po jednim šinama, u jednom određenom pravcu. Pre bi se moglo reći da neprestano menjamo skretnice i postavljamo smernice za svoju digitalnu vožnju. Pravac kretanja našeg opažanja neprestano se menja, to jest menja se uvek kad s jednog onlajn prozora prelazimo na drugi – a sve to se i dalje dešava brzinom ekspresnih vozova.

Ovo umnožavanje i usložnjavanje mnoštva novih informacija i sadržaja, kao i ta brzina, pred naš mozak postavljaju izuzetno velike zahteve. Sve te izvore opažanja, naime, ne moramo samo istovremeno da obradimo već moramo i da neprestano prelazimo s jednih na druge i to sve bržim tempom – jer internet operiše milisekundama.

Moglo bi se reći da se nalazimo u nekoj vrsti neprestanog sajber zaokreta – s delom svesti u sadašnjosti i realnom prostoru, a drugim delom u našim virtuelnim prostorima delovanja. Šta se pritom dešava s nama, našom pažnjom, osećanjima i postupcima?

Time što neprestano krstarimo između svog realnog okruženja i virtuelnog prostora nastaju brojna i promenljiva unakrsna dejstva na naše procese opažanja, recepciju i pamćenje. Menja nam se i opažanje vremena i prostora. A u posledice opsesije da se neprestano bude na mreži spadaju, između ostalog, i gubitak kontrole, preopterećenost, lutanje pažnje i neusredsređenost, odvratanje pažnje od onog što je suštinsko i važno, osećaj da smo zalutali u virtuelnom lavirintu, ili pak strah da nešto propuštamo.



## Svest

### Šta za nas znači stalna promena perspektive između stvarnog života i sajberprostora

Jeste li već primetili da ste prilikom nekog razgovora bili odsutni jer ste pazili da li vam smartfon vibrira, ili vam stiže poruka? A ako je vibrirao, da li ste zbog toga postali samo još nepažljiviji?

Četrdeset odsto Amerikanaca koristi smartfone dok su s drugim ljudima, dakle s prijateljima u kafiću, ili kod kuće večeraju s porodicom – mobilni internet je, dakle, uvek prisutan.<sup>2</sup> To nam je svima poznato: prijatelji koji uveče u kafani svaki čas bacaju pogled na svoj smartfon, pa uvek imamo osećaj da nisu zaista prisutni, ili parovi koji, doduše, sede zajedno za istim stolom, ali su oboje zaokupljeni samo nečim na internetu i ne progovaraju jedno s drugim ni reč.

Ako nam je smartfon neprestano uključen i povezan s internetom, biće nam znatno teže da se usredsredimo na druge stvari. Između ostalog i zato što se uvek bojimo da

---

ćemo nešto propustiti. Pažnja nam se premešta, a svesno usmeravanje neprestanog menjanja perspektive sa života na internetu na stvarni svet predstavlja nam problem. Na celokupno naše svakodnevno okruženje, na naš rad ili aktivnosti, uključujući i one koje obavljamo s drugima, utiče činjenica da li smo na internetu ili ne.

Zbog čega je to tako?

Za naše realno opažanje normalna je situacija u kojoj se bavimo jednom stvari, jednim predmetom ili jednom delatnošću, i usredsređeni smo na to. Taj nivo opažanja važi za svet u kom se fizički krećemo. Ako idete u samoposlugu, verovatno imate spisak za kupovinu, na papiru ili u glavi (ili možda na smartfonu?), i taj spisak ćete proveriti pre nego što odete do kase. Dok se krećete kraj polica s izloženom robom, nalazite se, dakle, u jednoj sasvim određenoj ravni opažanja, u situaciji kupovine.

Šta se, međutim, dešava ako vam se iznenada oglasi smartfon? Da li odmah pre svega pomišljate na ono što se upravo događa na internetu, na *Instagramu*, *Fejsbuku* ili *Votsapu*? Nije li vam se već dešavalo da u samoposluzi zbog toga zaboravite nešto da kupite, ili da uzmete pogrešnu robu s police? A možda ste doživeli i da neko zaokupljen telefonom zadržava red na kasi, ili pak da se neko ubaci preko reda ispred osobe čiju je pažnju iznenada skrenuo smartfon?

Polako shvatamo da nam sve teže pada da se istovremeno usredsredimo na različite realne i medijske situacije i prozore opažanja. To nas naprosto preopterećuje i izlaže nas stresu.

Doduše, neprestano se govori o medijskom multitaskingu (Vega, 2009) i o novim sposobnostima koje bi trebalo da nastanu upravo zahvaljujući korišćenju internet tehnologije. Tvrdi se da pre svega deca i mladi često imaju bolju sposobnost da istovremeno obavljaju različite zadatke (multitasking)

nego odrasli (Grady, Springer, Hongwanshku et al., 2006; Hamilton, 2008). Taj utisak, međutim, nastaje samo stoga što mladi u celini češće obavljaju više zadataka istovremeno nego stariji medijski korisnici; u međuvremenu je ustanovljeno da gotovo trećina učenika starih između dvanaest i osamnaest godina svoje vreme provodi u multitaskingu (vidi i Carrier, Cheever, Rosen, Benitez & Chang, 2009; Rideout, Foehr & Roberts, 2010). Stoga upravo od dece i mladih očekujemo da lakše i bolje usvoje određene sposobnosti ako uče u situacijama koje podrazumevaju određeni multitasking, to jest istovremeno obavljanje različitih zadataka.

Međutim: internet se razvija ogromnom brzinom, a naš mozak je već hiljadama godina isti. Petnaest ili dvadeset godina interneta tu ama baš ništa ne menja. Može li mozak uopšte da postigne ono što internet pretpostavlja? Ne zavodi li nas možda naše verovanje da smo sposobni za medijski multitasking na potpuno pogrešan kolosek?

Već sedamdesetih godina, dakle mnogo pre početka ere interneta, istraživanja su pokazala da istovremeno bavljenje različitim predmetima, situacijama, pojmovima itd., dakle takozvani multitasking, nepovoljno utiče na brzinu usvajanja informacija i kvalitet sećanja, dakle da su pamćenje i reprodukcija znatno lošiji nego ako se predmetima, vezama ili odnosima pozabavimo pojedinačno, jednim za drugim. Naše opažanje nedvosmisleno bolje obrađuje informacije ukoliko one slede uzastopno, jedna za drugom, ili ako pratimo neki tok radnje (Posner & Boies, 1971).

Multitasking, dakle, ograničava našu kognitivnu kontrolu. U socijalnoj psihologiji to proučavanje granica ljudskih sposobnosti za obradu informacija u principu ne predstavlja ništa novo. Već šezdesetih godina dvadesetog veka eksperimenti su pokazali (Chery, 1953; Broadbent, 1958; Norman, 1968)

da eksperimentalni subjekti kojima se istovremeno nude dve različite informacije s dve strane zapravo mogu zaista da se usredsrede samo na jedan izvor opažanja i da mogu da reprodukuju samo sadržaje tog izvora. Na internetu se to još više potencira: čim se pored naše aktuelne ravni opažanja, dakle našeg okruženja u kome se upravo telesno nalazimo, ugura još jedna ili čak više virtuelnih ravni, to jest prostora opažanja, prinuđeni smo da se istovremeno nosimo s više stvari. Ne moramo, naime, da se bavimo samo svojim fizičkim okruženjem, npr. da pazimo da na odgovarajućoj stanici izađemo iz autobusa ili metroa, već moramo da pazimo i na ono što radimo na internetu. Da konkretnom primaocu pošaljemo mejl određenog sadržaja, da kliknemo na odgovarajuće uslove isporuke za knjigu koju smo upravo kupili na *Amazonu*, ili da unesemo pravi datum za rezervaciju avionske karte koju upravo obavljamo.

Nove studije koje su proučavale kako studenti na kolegijama koriste laptop za vreme predavanja nedvosmisleno pokazuju da onima koji na raspolaganju imaju laptop pažnju u velikoj meri odvrćaju mejlovi, instant poruke i drugo što se na internetu nudi. Oni nisu u stanju da stvarno prate predavanje, najvećim delom ne mogu da se sete njegovog sadržaja, a beleške koje tokom predavanja prave nepotpune su i obiluju greškama (Hembrooke i Gay, 2003; Sana, Weston & Wisehart, 2013; Junco & Cotten, 2010).

Podela pažnje na različite informacione kanale, dakle, pomućuje nam pogled i ne samo što nam smanjuje pamćenje uopšte već nam otežava i razumevanje onoga što smo upamtili (Naveh-Benjamin, Craik, Guez & Krueger, 2000).

Ne samo da se slabije sećamo onoga što smo videli ili čuli već imamo problema i sa sređivanjem i razmatranjem tih informacija. Tako, na primer, ne možemo više da kažemo u

kom kontekstu smo čuli neki pojam ili videli neku fotografiju. I trend emitera vesti da na donjem rubu ekrana puštaju takozvani kajron, koji bi trebalo da poveća obilje ponude informacija, zapravo ima suprotne posledice: prijem informacija koje spiker u programu nudi na taj način se znatno smanjuje (Bergen, Grimes i Poter, 2005). Slično se dešava i kad nam slike ili reklame iskaču preko čitavog ekrana, ili kad nam signal na desktop kompjuteru javlja „imaš nov zahtev za prijatelja na *Fejsbuku*“, ili „učitavaju se nove fotografije“.

Ako međusobno kombinujemo različite medijske aktivnosti, dakle, to može dovesti do gubitka informacija i slabijeg razumevanja<sup>3</sup>.

Sukobi u domenu pažnje ne nastaju, međutim, samo zbog mnoštva podataka već i ako istovremeno poklanjamo pažnju izvorima informacija s potpuno različitim sadržajima, koji se međusobno ne slažu. Upravo različitost informacija vodi do izuzetno velikog iskrivljavanja opažanja (Bergen, Grimes i Potter, 2005).

Čim počnemo simultano da obavljamo različite stvari na internetu, da na mreži zadovoljavamo svoje potrebe ili osećanja, za nas nastaju teškoće. Ako, dakle, hoćemo da znamo šta naši prijatelji trenutno rade, ali se istovremeno bavimo i prispelim mejlovima i unosima na društvenim mrežama, bilo privatno ili poslovno, svojom omiljenom onlajn igrom, sajtovima za kupovinu i aplikacijama za self-treking, to ima ogromno nepovoljno dejstvo na našu sposobnost opažanja. Značajan faktor pritom predstavlja i raznovrsnost.

Ako se, naprotiv, bavimo jednom jedinom vizuelnom aktivnošću, drugi čulni organi, kao što je sluh, mogu nesmetano da primaju podatke. Ako radimo domaći zadatak, učimo za ispit ili sastavljamo protokol za sastanak, a pritom istovremeno slušamo muziku, to nam veoma malo odvraća

pažnju i vrlo dobro možemo da se usredsredimo na ono što nam je zapravo glavna aktivnost (Pool, Koolstra, & Van der Voort 2003). To se, međutim, menja čim se glavnoj aktivnosti pridruže i druge koje nas vizuelno zaokupljaju, npr. ako se bavimo različitim onlajn prozorima koje smo istovremeno otvorili na svom ekranu, ili različitim aplikacijama na svom smartfonu.

Drugim rečima, što više onlajn prozora otvaramo, što više stvari želimo da obradimo gotovo istovremeno, postaje nam sve teže da pritom ne grešimo.

Sposobnost koncentracije nestaje zbog odvratanja pažnje.

Upravo oni koji se bave izrazitim medijskim multitaskingom, koji su stalno na internetu na svom laptopu, tabletu i smartfonu, a sve te uređaje istovremeno koriste u različite svrhe, mnogo su podložniji efektima odvratanja pažnje iz okruženja (Ophor, Nass i Wagner, 2009). Pritom se smanjuje i sposobnost filtriranja i razlikovanja šta je važno, a šta potpuno beznačajno, šta je uzgredna informacija, a šta su ključni iskazi (Vega, 2009). U principu se više pamte upravo nebitne informacije. Naša sposobnost da kontrolišemo sopstveni um, tvrde istraživači sa Univerziteta Stanford, takvim korišćenjem medija stavlja se van snage (Ophor, Nass i Wagner, 2009): čovek pokušava da obuhvati što više informacija, ali mu to jednostavno ne uspeva.

Multidimenzionalnost i raznovrsnost opažanja čine nas nervoznim.

Pritom naš mozak neprestano traga za strukturama. On želi da sortira podatke i informacije koji mu pristižu kako bi mogao da razjasni ili predvidi određene odnose i zbivanja. To čini i zato da bi zadržao osećaj kontrole nad sadašnjom situacijom, kako bismo se osećali sposobno da delujemo i reagujemo (vidi pod *Kontrola postupaka*)<sup>4</sup>. Mnogo multitaskinga

na različitim medijima, međutim, sprečava nas upravo u tome. Što smo većem medijskom odvratanju pažnje izloženi i što nam je pažnja više podeljena na različite izvore informacija, utoliko slabije uspevamo da obradimo podatke. Mozgovi osoba koje žongliraju visokom tehnologijom ne funkcionišu onako kako bi trebalo i kako bi moglo, tvrdi proučavalac saznajnih sposobnosti Antoni Vagner s Univerziteta Stanford. Oni ne samo da manje i sporije shvataju i lošije pamte (imaju lošiju fluidnu inteligenciju)<sup>5</sup> već pokazuju i veću impulsivnost (Minear et al., 2013). Mnogi koji žongliraju visokom tehnologijom, ili u velikoj meri upražnjavaju multitasking na različitim medijima i uređajima, dakle, slabije pamte, teže shvataju i emotivno su razdražljiviji i impulsivniji.

Multitasking ponašanje pritom ne pogađa samo obradu informacija i sposobnost pamćenja. Izgleda da je kod onih koji stalno istovremeno obavljaju različite zadatke na većem broju medija otežano upravo smenjivanje različitih medijskih zadataka, tj. smanjena je sposobnost da s jedne ravni opažanja pređu na drugu. I to uprkos činjenici da su baš u tome toliko iskusni. Saznanja o ovoj temi, međutim, nisu baš sasvim nedvosmislena. Tako, recimo, nasuprot zaključcima do kojih su došli stručnjaci sa Univerziteta Stanford, druge studije ne pokazuju negativne posledice po sposobnost da se savlada smenjivanje različitih zadataka (Alzahabi i Becker).

Jedno je, međutim, jasno: multitasking može nepovoljno da deluje na brzinu, kvalitet i ostvarivanje zadataka koje treba istovremeno obaviti (Rubinstein, Meyer i Evans, 2001; Iqbal i Horvitz, 2007). Produktivnost i rezultati mogu da budu znatno lošiji. Da li će to zaista biti slučaj zavisi, međutim, i od toga koje aktivnosti hoćemo simultano da obavimo.

Tako je, na primer, socijalni psiholog Hans Jirgen Ejzenk još osamdesetih godina ustanovio da jednostavne aktivnosti

sasvim uspešno mogu da se obavljaju i istovremeno. To važi i za rutinske radnje. Ali što zadaci postaju složeniji, utoliko nam je teže da ih obavljamo istovremeno a da krajnji rezultat zbog toga ne trpi. Studije to pokazuju upravo kod dece i mladih koji u multitasking situacijama pokušavaju da rade svoje domaće zadatke. Ovo odvratanje pažnje je toliko da im je za izradu domaćih zadataka potrebno mnogo više vremena, a zadaci su im pritom i puni grešaka (Roberts, Foehr & Rideout, 2005). Efekat odvratanja pažnje povećava naročito medijski multitasking s razmenom poruka u realnom vremenu, koja umanjuje sposobnost da se domaći zadaci uopšte završe (Junco & Cotton, 2011; Levine, Waite & Bowman, 2007).

Istraživači iz Jute pozabavili su se pak vožnjom automobila. Hteli su da ustanove da li smo u stanju da ispravno obavljamo i druge aktivnosti dok sedimo za upravljačem automobila. Saznanja do kojih su došli neće vas zapanjiti: ko vozi automobil i istovremeno telefonira ima znatno duže vreme reagovanja i u opasnoj situaciji kočii znatno sporije od onoga ko je u potpunosti usredsređen na vožnju. Samo 2,5 odsto ispitanika bilo je u stanju da bez ikakvih ograničenja vozi automobil i telefonira, ili da tokom vožnje obavlja i druge stvari (Watson i Strayer, 2010). Multitaskeri na našim drumovima, dakle, predstavljaju nedvosmisleno opasnost.

U principu samo dva odsto (!) ljudi poseduje sposobnost istinskog medijskog multitaskinga, to jest mogu se okarakterisati kao takozvani supermultitaskeri. Ako bi nas pitali, većina bi, međutim, smatrala da smo baš dobri u multitaskingingu (Loria, 2014), mada u stvari gotovo niko nije u stanju da istovremeno koristi više medija za različite zadatke a da pritom ne pravi mnogo grešaka (Loria, 2014). Pritom podležemo takozvanoj atributivnoj grešci, to jest pripisujemo sebi

sposobnosti koje zapravo uopšte nemamo. Može se govoriti i o iluziji kontrole. U principu precenjujemo svoje mogućnosti da određujemo situacije i da ih držimo pod kontrolom. To se naziva predrasudom preteranog samopouzdanja (engl. *over-confidence bias*). To činimo iz sasvim određenog razloga: takav stav nas čini samopouzdanijim, sposobnijim za delovanje i olakšava nam donošenje odluka.

Naša je sposobnost da usredsredimo pažnju, dakle, takva da okolnosti možemo svesno da doživljavamo i obrađujemo uglavnom selektivno i jednodimenzionalno, bilo da se radi o razgovorima, kupovini, poslovnim situacijama ili drugim društvenim interakcijama. Čim se uključe drugi izvori opažanja, mozak počinje da štrajkuje.

Stoga medijski multitasking ne ostaje bez problematičnih posledica. Multitasking kao pojam s gledišta psihologije ponašanja uopšte nije održiv jer skoro niko to stvarno ne može.

Multitaskingom se, pritom, ne bave svi u istoj meri. Tendencija da obavljamo više zadataka u isto vreme zavisi, naime, i od individualnih činilaca. Lične promenljive, kao što je npr. svojstvo traženja podsticajnih doživljaja (engl. *sensation seeking*), utiču na učestalost i intenzitet medijskog multitaskinga (Foehr, 2006; Jeong & Fishbein, 2007, 2009). Traženje podsticajnih doživljaja pritom posmatramo kao obeležje ličnosti, odnosno kao neku vrstu potrebe za uzbuđenjima koja nalazi izraz u pojačanom traženju rizika, novih čulnih iskustava, nekonformističkom životnom stilu, a time i u izbegavanju rutine ili dosade. Ljudi koji u principu vole da ulaze na nepoznat teren, upuštaju se u rizike, neprestano tragaaju za nečim novim, za uzbuđenjem i promenom, i nemaju mnogo kočnica da isprobaju nove stvari, skloniji su i medijskom multitaskingu.

Postoje i kulturne razlike. U SAD su, recimo, muškarci skloniji medijskom multitaskingu od žena, dok za Rusiju važi obrnuto. Pitanje je da li razlog leži u tome što svetom interneta u SAD, kao kolevci pionira interneta, s trustovima mozgov a kao što su *Gugl*, *Majkrosoft* i slični, sasvim nesumnjivo dominiraju muškarci, mada su u međuvremenu i žene dospele do rukovodećeg nivoa (setimo se samo Šeril Sandberg u *Fejsbuku*). Na ovo pitanje još nemamo odgovor, ali tema je u svakom slučaju zanimljiva za razmišljanje.

Način na koji uopšte obrađujemo informacije može zavisi i od naše ličnosti. Čini se, recimo, da oni koji u principu nisu baš skloni medijskom multitaskingu imaju jaču tendenciju ka opažanju odozgo naniže. Pod tim se podrazumeva obrada informacija koja se orijentiše prema već postojećim zapisima, šemama, stečenim iskustvima itd. koji su već kategorizovani i memorisani (Ophir et al., 2009). Ovaj proces obrade informacija olakšava nam odluke i postupke. Možemo brže da delujemo, bez potrebe da svakog trenutka razmišljamo i proveravamo napamet. Slabim medijskim multitaskerima (*low media multitasker*, LMM), dakle, lakše pada da se usredsrede na jednu oblast ili jednu aktivnost. Time su i otporniji na efekte koji odvrćaju pažnju.

Nasuprot tome, takozvani izraziti medijski multitaskeri (*high media multitasker*, HMM) doduše jače reaguju na spoljne irelevantne draži, koje nemaju ama baš nikakve veze s njihovom glavnom aktivnošću, ali zato su u celini skloniji da intenzivnom obradom informacija prepoznaju okolnosti uslovljene situacijom i da ih zapamte, dakle više koriste procese obrade podataka odozdo nagore (Ophir et al., 2009). Tek preko toga oni dolaze do čvrstih uverenja, predstava, vrednosnih sudova, ili šema i zapisa, a time i do boljeg pamćenja, koje se zatim ponovo može upotrebiti u vidu opažanja

odozgo nadole. Izraziti medijski multitaskeri bi, dakle, tu mogli biti u prednosti. Izraziti medijski multitaskeri, sem toga, pokušavaju i da se daleko jače usredsrede na glavni izvor i informacije koje se na njemu nude. Podrazumeva se da to može predstavljati i posledicu situacione uslovljenosti, to jest situacije koja upravo nameće multitasking: podrazumeva se da čovek tu mora da se usredsredi jer inače uopšte ne može ništa da postigne. To, međutim, ipak može imati negativnih posledica i može mentalno da nas preopteretiti (Minear et al., 2013).

Ali ko je tu bolje prošao?

Onaj ko spada u medijske supermultitaskere nedvosmisleno je u prednosti. Otrežnjujuća je samo činjenica da nas u toj grupi ima toliko malo. Takve osobe koje intenzivno obrađuju informacije mogu, međutim, time biti i negativno pogođene jer su njihovi procesi obrade zahtevniji i za njih im je potrebno više vremena. Donošenje odluke šta da se radi može duže da potraje. Slabim medijskim multitaskerima, međutim, može da se dogodi da zbog svoje orijentisanosti na već postojeće mentalne podatke mnoge nove situacije uopšte ne prepoznaju ispravno i da zbog toga možda češće donose pogrešne odluke.

Izgleda da je dejstvo odvratanja pažnje naročito jako kod korišćenja društvenih medija, bilo da su u pitanju društvene mreže, onlajn pričaonice, foto ili video-portali. Tu se, naime, ne odvija samo recepcija, kao recimo prilikom pretrage na *Guglu*, ili kad tražimo podatke na *Vikipediji*, čitamo novinske članke na internetu, dajemo svoju adresu kod onlajn kupovine, ili broj svog računara i lozinku prilikom rezervisanja avionske karte, već se tu proizvode ili razmenjuju i lični sadržaji. A upravo to društveno ponašanje, kako ga naziva Jirgen Habermas, utiče na način na koji opažamo sami sebe, svoje

postupke i svet oko nas. To potvrđuje i socijalni psiholog Kenet Gergen (*The Saturated Self*, 1991).

Isto važi i za situacije u kojima na internetu posmatramo lične, intimne sadržaje drugih ljudi, npr. ako gledamo njihove profile na *Fejsbuku*, fotografije koje objavljuju na *Instagramu*, ili se pak s njima direktno dopisujemo preko *Fejsbuka* ili *Votsapa*, ili četujemo preko MSN-a. Na mreži važi: što smo više lično angažovani u virtuelnom delovanju, što su veći naš medijski angažman, lična pogođenost i lično učešće, koji sadrže i neku emocionalnu vezu, utoliko nam upravo ta delatnost više odvraća pažnju.

Svoje medijsko angažovanje možemo da opišemo i kao stepen interaktivnosti. S tim ćemo se ponovo sresti kad se budemo bavili privatnošću i osećajem vremena.

Ponašanje koje se naziva medijskim multitaskingom, dakle, bez ikakve sumnje treba posmatrati kritički. Mi smo, međutim, ipak prinuđeni da ga uključimo u svakodnevne aktivnosti i moramo da razmišljamo i o tome u kojoj meri ćemo u budućnosti moći da razvijemo nove sposobnosti kako bismo s medijskim multitaskingom bolje izlazili na kraj.

Mada danas možemo da ustanovimo da se istovremeno bavljenje različitim medijskim aktivnostima negativno odražava na naše rezultate i učinak, ne može se isključiti ni mogućnost da u budućnosti to ipak donese neku prednost, ili da čak dovede i do pojave novih sposobnosti. Vremenski okvir u kome bi se razvile mogućnosti za prilagođavanje ili stekle nove sposobnosti dosad je bio vrlo uzak, jer ne smemo da zaboravimo da može da se govori tek o jednoj jedinoj pravoj internet generaciji. Treba, dakle, da sačekamo i da sebi i svojim mentalnim sposobnostima damo više vremena.