DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.4304645
Originalni naučni rad
Primljen 16. oktobra 2020. Prihvaćen 13. novembra 2020.

Ana M. Đorđević

VIRTUELNA LJUBAV

SAŽETAK
Osnovni fokus predstojećeg rada je fenomen virtuelne ljubavi, čije će se specifičnosti sagledavati kroz prizmu istorijske analize relevantnih društvenih reprezentacija i odlika, i nastanka i razvoja virtuelnih realnosti. Osnovni teorijski okvir rada predstavlja kulturno-istorijska psihologija, koja psihološke fenomene pozicionira u istorijske tokove kulturne i društvene transformacije, na čijim se epohalnim pragovima konstituišu novi oblici subjektivnosti. U prvom delu rada razmatraće se virtuelna realnost kao vrsta „intencionalnog sveta", koja je generički određena interaktivnošću. U drugom delu rada, ljubav će biti razmatrana kao istorijski fenomen, čije su psihološke, socijalne i šire društvene odlike smatrane kulturno specifičnim, i biće dat prikaz različitih istorijskih formi ljubavi u dominantnom Zapadnom društvu. Na kraju, biće data analiza načina na koje možemo razumeti pojedine, pre svega relacione, odlike virtuelne ljubavi. Ključni aspekti virtuelne ljubavi, sagledani u odnosu između Ja i Drugi, pojedinca i društva, virtuelnog i aktuelnog, razmatraće se kao inherentno konfliktni.

KLJUČNE REČI
ljubav, virtuelna realnost, kulturno-istorijska psihologija, kritička teorija

Uvod

U ovom radu razmatraćemo pojavu ljubavi koju danas nazivamo romantičnom, kao pre svega psiho-istorijski fenomen. Konkretno, fokusiraćemo se na istorijski specifičan oblik ljubavi koji nalazimo u savremenom dominantno zapadnjačkom društvu – virtuelnu ljubav. Osnovne odlike ove vrste ljubavi nalazimo na preseku između kulturnih reprezentacija moderne romantične ljubavi i virtuelnih prostora kao medijuma kroz koje se ona transformiše. Njih, ipak, ne možemo razumeti bez shvatanja društvene uslovljenosti nastanka i razvoja ljudske subjektivnosti, i načina na koje posebne forme društvenosti doprinose razumevanju sebe i svojih osećanja kod savremenog čoveka.

U prvom delu rada biće predstavljena teoretizacija i istorizacija virtuelnih prostora; zatim ćemo, u drugom delu, dati pregled kulturno-istorijske promene pojave ljubavi, koja svoju posebnost u savremenom društvu

Ana M. Đorđević, Institut za filozofiju i društvenu teoriju, Univerzitet u Beogradu: ana.djordjevic@instifdt.bg.ac.rs

duguje podjednako zôvu romantičarskih ideala koliko i bazične čulstvenosti. Ona, međutim, neće promaći oku kritike onog društva koje takvu ljubav podržava i održava, a sa njome i samog sebe – naime, potrošačkog društva. Najzad, ključni aspekat rada biće posvećen promišljanju virtuelne ljubavi kao mesta bekstva, i mesta sve veće čežnje, u vreme slobode, i u vreme vrhunca njene iluzornosti.

Virtuelna realnost kao intencionalni svet

Ljudi kao intencionalna bića žive u svetovima koje su sami stvorili, koje nazivamo artificijelnima, ali koji su i sami intencionalni u smislu da ne postoje odvojeno od individue i grupe već su realni, faktički samo ako postoje ljudi i zajednice koje svojim namerama, svrhama i značenjima daju smisao tim svetovima, utiču na njih i istima bivaju oblikovani (Shweder 1991: 75). Jedan takav svet je virtuelni, koji doslovno postoji kao artificijelna realnost ili njen mimezis. Pod virtuelnim obično se smatra nešto što je veštački, kreirano, ne-stvarno, ne-realno, a koje je pak itekako realno ako za realno prihvatimo i psihološko i socijalno. Virtuelni prostor kreirali su upravo *ljudi*, koji ga svojom agensnošću oblikuju po merama svojih potreba i koji je uslovljen, ali ne i određen tehnološkim inovacijama, već upravo ljudskom subjektivnošću i socijalnim interakcijama koje se u njemu odvijaju. Ovim interakcijama, koje su transformisane novom vrstom kulturne realnosti i oruđa koji se u njoj koriste, oblikuje se i ljudska svest i subjektivnost na sasvim specifičan način (Vigotski 1996: 111-112). To što ovaj svet nije aktuelni, ne znači da nije realni, jer on postoji – u psihološkom smislu. Tradicionalne fizičke veličine poput prostora i vremena ovde se transformišu u psihološke, te u okviru socijalnih interakcija dobijaju novi smisao. Osnovno sredstvo bivstvovanja u virtuelnom je jezik, kroz koji se kreiraju novi zajednički, deljeni svetovi, preoblikuju ljudski odnosi i ljudska psiha zajedno sa njima (Terkl 2011: 241).

Virtuelna realnost kroz istoriju društva i subjektivnosti

Od preteča virtuelne realnosti (prva je telegraf) u XIX veku pa do njenih savremenih oblika postojala je težnja da se putem umrežavanja ljudi prevaziđu vremenska i prostorna ograničenja, ostvari komunikacija na daljinu, uspostavi sinhronicitet u pogledu slanja i primanja poruke; dolazi do svojevrsne homogenizacije vremena i prostora (Holmes 2001: 3). Sa industrijalizacijom i urbanizacijom društva s kraja XIX veka dolazi do naglih tehnoloških promena koje donose nove vidove komunikacije, putovanja, razonode i samim tim nove virtuelne prostore – od železnice, preko tržnih centara, do bioskopa, televizije. Svim ovim inovacijama zajedničko

je određeno dešavanje, kretanje koje prati čovek koji je, međutim, pasivan. Kapitalističko društvo, tržišna razmena i potrošački mentalitet postaju stecište otuđivanja pojedinaca koji obitavaju u svetu neprekidnog promicanja slika, mesta, novih i novih proizvoda kojima se obećava zadovoljenje svih potreba i ispunjenje sreće, a zapravo stvara nikad dostižna iluzija (Horkheimer & Adorno 1989: 145). Virtuelne realnosti postaju mesto bekstva.

U savremenom, postmodernom društvu razvijaju se drugačije teorije subjektivnosti i ideje o višestrukom, relacionom sopstvu koji više ne postoji kao dosledna jedinka izdvojena od drugih već samo u saodnošenju sa drugima (Jovanović 1997: 95). Kroz transformaciju društva menja se pojedinac i njegova „esencija" sada postoji samo kao refleksija u socijalnom ogledalu, kao socijalna tvorevina iznikla iz interakcije (Mead 1934: 156-157; Stojnov 2005: 292). U savremenom društvu nastaju i novi vidovi distrakcije – internet i digitalni mediji, posredstvom kojih se obavlja veliki deo ljudskih interakcija putem kojih nastaju višestruki identiteti. Može se reći da živimo u društvu fluidnih identiteta koji se uvek iznova konstruišu i dekonstruišu, u „identitetskim radionicama" onlajn sveta (Terkl 2011: 36).

Interaktivnost kao posebna odlika virtuelne realnosti

Virtuelne realnosti potpuno zaokupljuju pojedinca sadržajem koji je zanimljiv, stimulativan i koji mu pruža sigurnost i izolovanost kojoj savremeni čovek teži odnosno na koju je prinuđen. U svim virtuelnim realnostima prisutna je imanentna imaginativnost, mogućnost zamišljanja, uživljavanja u nju „kao da" je stvarna; to je zapravo realnost koja ima karakter igre i avanture, istraživanja života, njegovog oprobavanja koje ne ostavlja posledice koje bi takva vrsta oprobavanja izazvala u aktuelnoj realnosti (Ben-Ze'ev 2004: 20). Međutim, posebno je zanimljivo zapaziti da razvoj preteča i rudimentarnijih oblika virtuelne realnosti ovaploćuju težnju pojedinca da komunicira sa drugim ljudima i to ne samo kad su u pitanju telegraf i telefon koji su komunikacijom određeni. Uzmimo za primer železnicu: dok promiču pejzaži, u zatvorenoj kabini vagona ljudi jedni s drugima govore, dele životne priče, ponekad i najličnije tajne. Radi se o dobro poznatom fenomenu „stranca u vozu" kome se govori ono što se svim drugima ćuti, baš zato što je stranac, u čemu se ogleda tenzija između anonimnosti i privatnosti i imanentna potreba ljudi da komuniciraju jedni s drugima, pa makar to bili potpuni stranci. U sličnom obliku, stranac u vozu se sreće na internetu. Potom, sledi primer bioskopa: ljudi odlaze u bioskop da gledaju film, ali je dobro poznato da je odlazak u bioskop vrsta socijalne aktivnosti putem koje se ljudi druže, upoznaju kroz komentarisanje i zbližavaju. Parovi su česti posetioci bioskopa (savremeni bioskopi imaju

posebna mesta za parove), što se ne može tumačiti time da su oni veći ljubitelji filmske umetnosti, već pre svedoči o socijalnom karakteru odlaska u bioskop i deljenju iskustva gledanja filma. Upravo ovaj aspekat deljenja, saodnošenja ljudi ugrađen je u savremene oblike virtuelne realnosti, prepoznat kao potreba da se sopstveno mišljenje podeli sa drugima, slobodno izrazi, da se komunicira i ostvari odnos sa drugom stranom zasnovan na sličnim vrednostima i interesovanjima. Interaktivnost je ono što internet kao virtuelnu realnost razlikuje od drugih imaginativnih realnosti (Ben-Ze'ev 2004: 2).[1] Umrežavanjem nastaju velike globalne mreže ljudi širom sveta, o čemu se tako često govori kao o „globalnom selu" (McLuhan 2008: 86). Upravo zbog interaktivnosti u virtuelnom prostoru i mogućnosti upoznavanja ljudi sa najrazličitijih delova planete, zbližavanja sa njima i postizanja bliskosti putem pisane komunikacije, mnogi korisnici dožive iskustvo ljubavi za koje imamo osnova da verujemo da je drugačije nego „ljubav uživo".

Ljubavi kroz istoriju društva

Kao i svi drugi psihološki fenomeni, emocije se prepliću sa kulturnim delatnostima i socijalnim praksama datog istorijskog perioda (Ratner 2000: 6). Osećanja oblikuju kulturne fenomene i iste reflektuju. Emocionalni faktori deluju kao opšti, strukturalni faktori koji određuju čitave nizove istorijskih događaja, koji povratno oblikuju emocionalnu klimu u datoj kulturnoj epohi (Barbu 1960: 43).

Emocije predstavljaju stanje neravnoteže izazvano određenim događajima; one su dinamički faktor koji mobilišuće deluje na pojedince da nešto preduzmu kako bi povratili ravnotežu i stoga dovode do novih događaja (Ben-Ze'ev 2004: 63). Isto se dešava na nivou kolektiva gde govorimo o kolektivnoj emocionalnoj klimi, specifičnom nestabilnom mentalnom setu jedne grupe ljudi u datom istorijskom periodu koji usmerava ponašanje ljudi ka istorijskim događajima (revolucijama, ratovima itd.) (Barbu 1960: 54-55). Da bismo ispravno protumačili kvalitet emocije, ne možemo o njoj govoriti odvojeno od događaja i socijalnog konteksta u okviru kog se odigrala i odvojeno od tumačenja, značenja koje se tom događaju pripisuje od strane ljudi. Ta tumačenja i značenja, uverenja, sudovi i vrednosti spregnuta su sa kulturnim delatnostima i socijalnim odnosima koji se u okviru njih odvijaju (Vigotski 1996: 114-115; Ratner 2000: 9). Sama priroda osećajnosti se menja u odnosu na kulturu u kojoj se odvija, pa tako možemo govoriti i o više i manje osećajnim narodima i istorijskim periodima (npr.

1 Neke druge odlike virtuelnog prostora razmatraću kroz transformaciju ljubavnih odnosa na internetu.

sredjevekovno hrišćanstvo) (Barbu 1960: 60). Kvalitet emocije razlikuje se kod društava koja nazivamo kolektivističkim i onih koje zovemo individualističkim (Dion & Dion 1996: 13). Tamo gde prvenstvo ima pojedinac, koji je sâm odgovoran za svoju sudbinu, drugačije će se tumačiti osećanje krivice (kao inherentno pojedincu), nego u društvima koja poštuju primat kolektiva i krivica ne postoji kao takva, već se događaji tumače dejstvom sudbine (Ratner 2000: 10-11). Kulturni koncepti kojima se društvo služi fundamentalno menjaju karakter emocija: različite ideje o znanju, prirodi, ponosu, pobedi, sudbini, socijalnom dobru čine sáme emocije različitim.

Kvalitet ljubavi[2] takođe se menja u zavisnosti od toga kakvo značenje se u kulturi pridaje pojmovima ličnosti, privatnosti, javnog života, religije, čulnog zadovoljstva. Istorijski najpoznatiji oblici ljubavi koji predstavljaju dve različite ideje ljubavi su eros, koji potiče iz helenističke Grčke, i agape, koji potiče iz primitivnog hrišćanstva (Watson 1953: VIII). Iako i ova dva fundamentalna motiva ljubavi imaju sopstvene istorije, pa u ponekim tumačenjima distinkcija između njih postaje maglovitija,[3] njihova dominantna značenja zaživljavaju u gotovo suprotnim formama. Eros je apetitivno, na želji zasnovano stremljenje ka zadovoljstvu koje je pobuđeno privlačnim kvalitetima objekta na koji je usmereno, dok je agape karakterisano (na)puštanjem svih spoljašnjih stremljenja i prepuštanjem volji i ljubavi Boga (Watson 1953: VIII). Ono je, dakle, nezavisno i „ravnodušno prema vrednosti" (Watson 1953: XIX). Zbog toga, predstojeća razmatranja ljubavi imaju više zajedničkog sa na-objekat-usmerenim erosom, koji vrhunac svog ostvarenja doživljava u doba modèrne, podržan psihoanalitičkim diskursom kao *princip zadovoljstva*.

U zapadnim zemljama kroz istoriju se uočavaju bar tri vrste ljubavi u sadašnjem romantičnom smislu (Ratner 2000: 12). Prva je *viteška ljubav* koja potiče iz aristokratskih krugova srednjeg veka i predstavlja intenzivnu odanost između viteza i žene udate u plemićkoj porodici. Ova ljubav, dakle, počiva na prevari, tajna je i veoma sporadična, aseksualna, zasnovana na čežnji ljubavnika koja se, međutim, nikada neće ostvariti i koja kao takva samo intenzivira ljubav. Viteška ljubav zasnovana je na apstrakcijama ideala viteza i plemićke dame, kao i dobroti, poštenju, skromnosti, odanosti, velikodušnosti, koji se ne vole kao osobine ličnosti ljubavnika, već se ljubavnik obožava kao ovaploćenje ovih ideala. U osnovi duhovna, moralna, viteška ljubav činila je ljubavnike boljim osobama kroz posvećenost ljubavi

2 Govorimo o polnoj ljubavi koja tek kroz istoriju dobija dominantni kvalitet romantične ljubavi (kome se kasnije pridružuje kvalitet heteroseksualnog i monogamnog) (Frojd 1973: 311).

3 Primera radi, i platonovsko shvatanje erosa i agape prema shvatanju Tome Akvinskog konvergiraju ka ljubavi prema Bogu.

i sublimiranje čulnih zadovoljstava (Jovanović 1997: 48). Druga ljubav nastaje u doba severnoameričkog kolonijalizma, između pada feudalizma i uspostavljanja industrijskog kapitalizma (Ratner 2000: 12). Podsetimo se, ovo je period prosvetiteljstva kada se individua odvaja od ideala i postaje racionalna, ekonomska u težnji ka ličnom savršenstvu. *Kolonijalna ljubav* počiva na racionalnom prijateljstvu koje se razvija sa postepenim upoznavanjem sa karakterom i delima osobe. Ona je rezervisana i racionalna poput čoveka ovog doba. Ličnija je od viteške ljubavi, ali je slično njoj oplemenjena kroz dugotrajnu brigu i posvećenost drugom. *Moderna romantična ljubav* uspostavlja se početkom XX veka sa učvršćivanjem kapitalističke ekonomije (Ratner 2000: 12). Po prvi put u istoriji ljubav je strastvena, romantična, čulna, spontana, neodoljiva; ona nastaje naglo najpre pod uticajem fizičke privlačnosti, a potom se održava upoznavanjem sa ličnim idiosinkratičnim osobinama osobe, kao što su humor, inteligencija, dinamičnost, interesovanja. Dominira mišljenje da je osoba nepotpuna sve dok ne upozna „pravu ljubav" sa kojom će se stopiti u eufričnom osećanju intimne privlačnosti. Svetovi ljubavnika se prepliću kroz međusobno upoznavanje u vrtoglavoj sreći koja je uvek lična (Ratner 2000: 13). Prema Ratneru (Ratner 2000), distinktivne odlike moderne romantične ljubavi čine uverenja o tome da je osoba nepotpuna i nesigurna i potrebna joj je srodna duša da bi bila potpuna; da ljubav može da prevaziđe sve probleme i usreći ljude; da ona uključuje deljenje intimnih misli i osećanja; da je potreban stalni intimni kontakt da bi ljubav opstala; da osoba odgovara u potpunosti samo ponekim ljudima na svetu; da ljubav podstiču idiosinkratične lične osobine a ne moralni karakter; da je romantična ljubav kompletna kompatibilnost idiosinkratičnih ličnih osobina, posebno, neobično osećanje prema jedinstvenom pojedincu; da je zaljubljivanje u kompatibilnu osobu momentalno; da je ljubav senzualna, čulna, privlačnost lična i subjektivna i ne bazira se na racionalnim razlozima. Sva navedena uverenja kulturni su koncepti o ljubavi koji oblikuju ljubav modernog pojedinca, odnosno čija ljubav odražava date kulturne koncepte. Ovi koncepti određuju ne samo kvalitet osećanja ljubavi, već i njegov intenzitet, trajnost, prikladno ponašanje, kontekst u kome se ljubav dešava, i na koji način se ljubav komunicira voljenom biću, kako se ona pokazuje privatno i javno. Sve ove prakse kulturno su određene i zavise od društvenog sistema i delatnosti u datom periodu. Romantična ljubav među feudalnom aristokratijom odslikava aristokratske socijalne odnose (Ratner 2000: 15): ljubav trubadura se takođe posmatrala kroz feudalne odnose. Moderna ljubav nastaje u buržoaskoj klasi koja se angažuje u novim ekonomskim poslovima – individualizovana ekonomija ponavlja se u individualizovanoj ljubavi. Njena čulnost, strastvenost, jednom rečju hedonistički karakter, javlja se zajedno sa potrošačkim mentalitetom

XX veka – intenzivne spontane, čulne, hedonističke potrebe za robom javljaju se istovremeno sa ljubavlju sličnog kvaliteta. U ovom periodu ljudi su otuđeni podelom rada i očajni u potrazi za svojom drugom polovinom, koju je jako teško naći budući da individualni putevi razvoja treba da se poklope. Otud uverenje da je ljubav pojava koja se dešava samo čudom, na neki magičan način. U privatnom svetu porodice koja se suprotstavlja društvu i štiti interese pojedinca rađa se romantična ljubav koja isto tako štiti lične interese (Jovanović 1997: 52). Ljudi kreiraju novu formu ljubavi kao ideal koji ih lično ispunjava (Ratner 2000: 16).

Ljubav nije samo filogenetski, već i ontološki kulturno posredovana. Kultura nema ulogu samo u istorijskoj promeni karaktera ljubavi, već i u razvoju (ljubavnih) osećanja kod svakog čoveka. Određenim oblicima socijalizacije, u dete se usađuju za dato vreme aktuelne kulturne reprezentacije ljubavi i obrasci ljubavnih odnosa, koji posreduju intimna ljubavna osećanja. Savremeni Zapadnjaci socijalizuju svoju decu da budu ekspresivni, da izražavaju svoje emocije i budu introspektivni, što je u skladu sa njihovim individualističkim karakterom (Ratner 2000: 23). Devojčice se socijalizuju da budu više emotivne od dečaka, koji se odgajaju da budu pragmatični. Vaspitanje i obrazovanje odvijaju se u aktivnom sadejstvu sredine i pojedinaca, pa se mladi ljudi sámi identifikuju sa idealnom ljubavlju o kojoj slušaju i čitaju. Njihovi opisi ljubavi, ali i osećanja, su takvi da odgovaraju kulturnim konceptima ljubavi. Tako se njihova iskustva oblikuju interakcijama sa sredinom kroz odrastanje i različita iskustva dovode do različitih kvaliteta, intenziteta, izraza emocije.

Ljubav na internetu

Videli smo da ljubav u smislu savremene moderne romantične ljubavi koja je velikim delom zasnovana na čulnom zadovoljstvu nije uvek bila takva. Da bi se ljubav održala onda kada su ljubavnici bili razdvojeni, moralo se pribegavati brojnim sredstvima, oruđima ljubavi. Tako se vekovima unazad, a naročito tokom rata u dugim periodima razdvojenosti, ljudi zaljubljuju preko pisama (Ben-Ze'ev 2004: 7). Ljubavno pismo, pisana reč postaje jedino sredstvo izražavanja ljubavi kroz koje se projavljuje ličnost voljene osobe. Zbog toga danas izjavljivanje ljubavi u tradicionalnoj formi ljubavnog pisma deluje pompezno, preterano, preplavljujuće. Ali ne smemo zanemariti – nekada je tako bilo jedino moguće. Pismo kao sredstvo „konzumiranja" ljubavi veoma je lično i piše se u posebnom stanju nadahnutosti. Međutim, dok pismo dođe (ako dođe) do odgovarajuće osobe, osećanje bi se moglo promeniti. Ipak, ovo se najverovatnije nije dešavalo, jer je sama ljubav bila prilagođena miljeu u kom se odvijala – nije bila plahovita,

burna, strastvena, već dugotrajni sentiment koji se zasnivao na iščekivanju koje ga je pojačavalo.

Sa dolaskom telefona, virtuelne realnosti u kojoj ljubavnici ovog puta komuniciraju usmeno, ljubav se izjavljuje još intimnije, jer je glas kao posed pojedinca njegov ličniji marker od rukopisa. Osim toga, komunikacija telefonom je kontinuirana i sinhrona – odigrava se istovremeno kao komunikacija uživo (Ben-Ze'ev 2004: 10). To može otežati dolaženje do prave reči i stvoriti neprijatnost jer druga strana čeka. U periodu nastanka telefona tokom industrijske revolucije nastaju i prevozna sredstva, pa se barijere ne ukidaju samo u vremenskom smislu, već i u prostornom (Holmes 2001: 12). Novi virtuelni prostori predstavljaju medijume kroz koje se proširuju psihičke i fizičke mogućnosti čoveka (Holmes 2001: 13), odnosno ostvarivanje ljubavi biva olakšano. Postepeno, sa ovakvim okolnostima i vladajućim uređenjem društva zasnovanom na robnoj razmeni i individualističkoj kapitalističkoj ekonomiji, pojavljuje se svest o duhovnim i fizičkim potrebama pojedinca. Ljubav postaje lična i čulna (Ratner 2000: 12). Novu pojavu moderne ljubavi Zigmunt Bauman naziva *fluidnom ljubavi* koja obitava u vremenu koje karakteriše ambivalencija između želje da se romantični odnos učvrsti i da ostane labav (Bauman 2009: 7-8). Kratkotrajne kontakte između ljudi, ostvarivane za potrebe fluidnog modernog života koji se brzo menja, naziva *virtuelne veze*, u koje se lako ulazi i izlazi (Bauman 2009: 10).

Postavlja se pitanje šta nam pojavljivanje ljubavi na internetu može reći o savremenoj ljubavi i savremenom čoveku.

U modernom zapadnom društvu potrošački mentalitet i racionalna ekonomija dovedeni su do krajnjih granica. Vlada kult masa koji se tumači potrebama pojedinaca koji je čine, a koja se svakom od njih nameće kao neminovnost od koje je slabiji (Horkheimer & Adorno 1989: 130). Govori se u terminima kupoprodaje (biznisa); vrednosti i ljudski odnosi se mere novcem i vremenom. Osoba je otuđena od drugih i otuđena od sebe same usled zapostavljanja i poricanja svojih potreba i prihvatanja potreba koje joj se nameću (potrebe mase). Propagira se sloboda pojedinca koja mu se veoma lukavo uskraćuje i tako manipuliše ljudskom voljom koja je stavljena u službu društvenih trendova. U takvom svetu pojedinac biva prognan u eskapizam, u različite oblike odricanja od stvarnosti i traženje zamene za zadovoljenje potreba, pa i u neurozu (Frojd 1973: 275-276, 287). Najnoviji mehanizmi privlačenja pojedinaca odbeglih od teškoća života ugrađeni su u vidove poricanja realnosti i njene artefakte – virtuelne realnosti. Na njima se ponuda-potražnja nastavlja, obojena duginim bojama. Međutim, za pojavu kvaliteta duge nepohodni su i kiša i sunce. Čovek u virtuelnoj realnosti kreira jednu sasvim novu, svoju i naizgled slobodnu realnost u kojoj

nalazi prostor da se izrazi, ispuni svoje težnje i želje, krijući se iza anonimnosti i tako se dovijajući društvu od kog, međutim, ni tamo nije skriven.

Virtuelna realnost romantične odnose pomera iz bliskosti i konkretnog, u udaljenost i imaginaciju, zbog čega se govori i o fleksibilnoj, manje obavezujućoj – *virtuelnoj bliskosti* (Bauman 2009: 51). U svetu informacionih tehnologija naročito se vrednuju brzina i efikasnost koje stavljaju pretežak zahtev pred pojedinca u pogledu traženja partnera (Ben-Ze'ev 2004: 50). Prava ljubav, spoj dve idealno odgovarajuće polovine, deluje nedostižna u svetu brzih i naglih promena. Ovakav životni zadatak iziskuje posvećenost za koju se nema vremena, pa je prava ljubav oličena u „princu na belom konju" jednako daleka od nas koliko i bajka od stvarnosti. Zato ostaje samo čekanje i vrtoglavo brzo življenje u međuvremenu.

Preovlađujući ideal romantične ljubavi u modernom društvu je ona ljubav koja počinje intenzivnom strašću (Ben-Ze'ev 2004: 167). Za nju se ne pripremamo i ne znamo kada će doći, ali se ona ipak desi nekom magijom, naletimo na nju i upustimo se u strast s nadom da ništa neće poći naopako. Čak i kada je prava ljubav nemoguća, mi se nadamo da će magija učiniti da ništa ne može da je spreči da se ostvari.

Pošto se nema vremena za traženje partnera, vlada kult „ljubavi na prvi pogled". Moderna ljubav počiva na fizičkoj privlačnosti i međusobnom upoznavanju. Ako je osoba prava, zaljubićemo se u nju čim je ugledamo. U ovom mišljenju implicitno je prisutna idealizacija kao mehanizam uštede prilikom nalaženja partnera, koja je još izraženija u imaginativnoj realnosti virtuelnog prostora (Ben-Ze'ev 2004: 19). Čim ugledamo pravu osobu, zazvoni zvonce da je to ona prava. I onda se ona idealizuje u kreaciji koja je savršena jer sadrži sve željene osobine. Daljom interakcijom sa njom, ona sve više potvrđuje ovo mišljenje i iluzija samu sebe održava. Deluje kao da je ljubav pre vidovita nego slepa, kako se to često kaže (Ben-Ze'ev 2004: 171).

U vreme dominacije *homo oeconomicusa* i *homo consumensa*, potreba za zajedništvom i povezanošću predstavlja smetnju racionalnom ekonomskom ponašanju (Bauman 2009: 57). Veze se u carstvu tržišta pretvaraju u robu i prestaju da zadovoljavaju potrebu za zajedništvom, iako jedino u njemu mogu biti začete (Bauman 2009: 58). Traganje za ljubavlju očajnih i usamljenih ljudi, paradoksalno, postaje mehanički, po principu zadovoljava – ne zadovoljava, čime se degradira čovekova romantičnost. Na internetu, „princ na belom konju" deluje kao da je na klik daleko od nas. Internet deluje kao pijaca gde se brzo proverava kvalitet „robe". Pojedinac može pokušati da pobegne od stega potrošačkog društva, ali ono neće pobeći od njega. Baš kao i stvarnost koja je bez obzira koliko dugo vremena proveli na internetu bežeći od nje, uvek tu. Ili, kako su to rečito izrazili Horkhajmer i Adorno kritikujući masovnu potrošačku kulturu: „Kulturna

industrija onu istu svakodnevicu nudi kao da se radi o raju. I bježanje i otmica unaprijed su određeni za to da se vraćaju natrag na polaznu tačku. Zabava uvećava rezignaciju koja je zabavom željela zaboraviti na sebe." (Horkheimer & Adorno 1989: 147).

Učesnici u virtuelnom su anonimni onoliko koliko to žele da budu. Sve što osoba jeste na internetu je ono što ona o sebi otkrije (Ben-Ze'ev 2004: 34), a možemo reći i izmisli (eng. *invent*). Stiče se utisak potpune kontrole nad tim šta se o sebi saopštava. To otvara prostor za konstituisanje mnoštva fluidnih identiteta, koji se ujedno ko-konstituišu u odnosu sa raznim Drugim. Virtuelnu realnost možemo opisati kao „fabriku za proizvodnju ličnosti", budući da ona predstavlja domen određen uzajamnim odnosima između ljudi (Stojnov 2005: 204). Ipak, ljudi koji na internetu traže partnera ili ga slučajno nalaze nisu motivisani da obmanjuju i izmišljaju. To se radi samo u stepenu u kom je neophodno učiniti da se druga osoba zaljubi. Prisutna je napetost između iskrenosti i obmane, gde je prvo motivisano potrebom da budemo slobodni od društvenih stega, da iz nas progovori naše „autentično Ja", a drugo je motivisano potrebom da se što bolje prikažemo. Pošto su ljudi anonimni, nije teško prikrivati stvari. Ali oni nisu tu da bi ih prikrivali, već upravo da bi ih otkrili. I onda se otkrivaju Drugom u intimnoj onlajn komunikaciji. „Otkrivanje" je povezano sa modernim mišljenjem pojedinca da se u njemu krije suština njihove ličnosti, koja je prava, istinita, a koju oni otkrivaju samo bliskim ljudima. Bez obzira što proizvode mnoge forme identiteta na internetu, oni i dalje smatraju da postoji njihovo pravo Ja koje razotkrivaju pred osobom sa kojom se zbliže (Anđelković 2013: 23). A pošto su tu da bi se zbližavali sa drugima, onda nema razloga za obmanjivanje. Ovim se, naravno, ne poriče da mnogi ljudi upravo to rade – obmanjuju druge, da li zbog svojih društveno marginalizovanih identiteta ili zbog zabave, na ovom mestu nije važno.

Komunikacija na internetu je socijalna aktivnost koju paradoksalno obavlja osoba koja je sama (Ben-Ze'ev 2004: 56). Nemoguće je prenaglasiti da to što je osoba sama ovu situaciju ne čini manje realnom jer je ona psihički sa Drugim, u jednoj socijalnoj aktivnosti. Komunikacija je poput ljubavi na prvi pogled takva da potpuno uključuje pojedinca, uvlači ga u svet opštenja sa Drugim, izopštavajući ga iz njegove okoline, iz aktuelnog vremena i prostora. Osoba biva obuzeta komunikacijom koja traje satima, u kojoj se ispunjavaju njene dugo zanemarivane potrebe za spontanošću, autentičnošću, besciljnom komunikacijom o naizgled bezazlenim stvarima, otkrivanjem tajni i maštanjem (Ben-Ze'ev 2004: 146). Ovo je komunikacija gde sve zamišljeno može biti ostvareno. Ljudi svoje fantazije pretvaraju u reč i reč postaje oruđe za „biti ono što želiš" i „biti sa kim želiš". Mašta se produžava u realnost određenu psihološkim merama.

Ne-datost fizičkog bića partnera ili ne-nužnost njegove datosti dovodi do većeg naglaska na individualne osobine koje su pak mnogo važnije za kompatibilnost o kojoj smo govorili. Ponovo se određenim odgovarajućim osobinama aktivira šema idealne osobe i ponovo je vodimo ka njenom putu postizanja savršenom. Ovde se čulo vida kao izvor racionalnog saznavanja sveta gubi i na značaju dobija „polisenzorno istraživanje" sveta (Barbu 1960: 38). Ovde se *gleda srcem* (Ben-Ze'ev 2004: 166). Kroz proces zamišljanja druge osobe, njenog vispreno intelekta, njene nežne osećajnosti, dovitljivog humora, mi istovremeno zamišljamo sebe u njoj, i zajedno se gubimo u kovitlacu osećanja nad kojima nemamo kontrolu, jedinstvu sa Drugim. Frojd je pisao da je jedino normalno stanje u kome se gubi granica između Ja i „objekta" – stanje zaljubljenosti (Frojd, 1973: 265). Ovo stapanje, fuzija u jedno, podržana je „neograničenom moći" imaginacije u virtuelnom prostoru (Ben-Ze'ev 2004: 87). Zbog toga što se na internetu partner traži na osnovu toga šta želimo od njega, koliko se uklapa u sopstvene ideale, koliko njegova priča o ljubavi odgovara sopstvenoj (Sternberg 2007: 16), koliko može da nastavi sopstvenost tamo gde je prekinuta... ukratko, zbog toga što na internetu tražimo sebe u Drugom – zato sebe i nalazimo.

Obmana od strane partnera tada se smatra izdajom jednog svog Ja, onog koji se identifikuje u Drugom, koji se njemu posvećuje. Kada je on neiskren, nije izdao samo Ja, već i našu ljubavnu priču, u kojoj smo Ja i Drugi jedno (Frojd, 1973: 265). Ta je izdaja najteža. Granica između Ja i Drugog nije nikada više bila izgubljena nego u fantazmagoričnoj „realnosti" virtuelnog.

Koliko je ova intenzivna psihološki involvirajuća, sveprožimajuća ljubav na internetu zapravo prilagodljiva na stvarnost u kojoj živimo? Osoba voli na internetu, jer u društvu koje je za ljudsku sreću represivno za takvu ljubav nema mesta i vremena, a virtuelna realnost čini da ona ne bude samo moguća, već i veoma dostupna – klik. Nije li ovaj obrazac sličan obrascu „kupovine iz fotelje" gde se silna zadovoljstva nude ljudima koji ne moraju ni da izađu iz svoje sobe? Nudi se mogućnost izbora u veoma ograničenom broju alternativa, a gramziva potrošačka masa uvek se pita ima li još i nije li ono drugo bolje. Na internetu je bolje, ili se bar tako čini. Tamo je izbor naizgled beskrajno omogućen. Naravno u vidu prozvoda, uvek novih i svežih, a zapravo starih u novom pakovanju (Horkheimer & Adorno 1989: 140) (Ovo se čak ni ne poriče, pa se u poslednje vreme ističe „tradicija" kao jedna vrednost odavno napuštena za novo i samo novo). Problem je veći kada se ovi izbori razmotre u odnosu na realne osobe, na partnere koji se traže. Mešaju se ljudski ideali u virtuelnoj realnosti koja nudi proizvode. Čime to proishodi?

Ljubav koja je ostvarena u pogledu bliskosti ostaje uskraćena za čulni, hedonistički zov prirode bazičnog instinkta, erosa. Moderna ljubav je čulna

i ona teži da se i u čulnom ostvari. Emotivne potrebe bivaju ispunjene, ali čulne zapostavljene. Izgleda kao da je ljubav na internetu nagon sa zaprečenim ciljem, vrsta veoma intimnog prijateljstva (Frojd 1973: 308-309). Zbog toga ljubavnici koji su se prvo našli u virtuelnoj realnosti žele da se dokopaju aktuelne. Njihov krajnji test za ljubav je kako će ona izdržati *test realnosti*. Da li je sva realnost njihovih osećanja dovoljna da ljubav opstane?

Prava ljubav teži sveobuhvatnosti, zaokupljanju svih sfera života, ona proždire sve dimenzije i nije joj dovoljno da su one samo psihičke, ona teži hegemoniji nad celim životom svake polovične jedinke u njenom jedinstvu sa Drugim, potpunoj imperiji ljubavi. Zato je idealna ljubav samo ona koja opstane i kada se izvede na svetlost dana iskoračivši iz maštenog vela virtuelnog.

Pokušaji invazije aktuelne realnosti u virtuelnu vrše se neprekidno; partneri traže jedan drugom više i više njihovog identiteta (Ben-Ze'ev 2004: 138): rukopis, ime, nacionalnost, sliku, glas, bilo šta što će dozvoliti još veće stapanje dva u jednog.

I, najzad, dolazi dan kada ljubav doživljava svoje konačno ostvarenje. Partneri su u mučnoj neizvesnosti oko toga kako drugi izgleda, da li će najednom postati drugačiji, postavljaju se pitanja o njegovom svakodnevnom životu i ona koja se tiču istinitosti njegovih iskaza o sebi. Ljudi ne uspevaju da transcendiraju čulnost svoje ljubavi, tako suštastvene za modernu romantičnu ljubav. Oni pokušavaju da je prevaziđu, da podiđu teškoćama života bežeći u virtuelne, kreirane stvarnosti, a onda pomahnitalo žele da se vrate kao da se boje da će izgubiti razum. Neizvesnost u životu i sigurnost koju pruža internet, kontrola nad sobom pre svega, preobraćaju se u neizvesnost na internetu i težnju da se sigurnost veze uspostavi u stvarnosti. Tražeći druge koji su im kompatibilni, tražili su sebe i sada kada su ga našli žele da ga donesu u turobnu svakodnevicu. Fantazija čijem su ostvarenju prokrčili put stvorivši virtuelne realnosti sada postaje mučno frustrirajuća, netrpeljiva i téži da se završi. Neizvesnost je nepodnošljiva i sreća nije prava ako je samo iluzorna, artificijelna. Da bi bila prava, ljubav mora postati potpuna, a potpuna ne može ostati na internetu, jer se nagoni fizičkih bića ljubavnika koprcaju u nemogućnosti da pronađu izlaz van. Oni ih puštaju: ljubavnici se sastaju. Moderna romantična ljubav na ivici je da razbije mit o sebi samoj. Ali mit se završava pokušajem da se ukalupi u njemu nepoznate okvire. Ljubav koja se ostvaruje više nije ona koja je bila; ona ljubav koja je nastala mora najpre da nestane. Uspešan cilj veze pretvara se u njen krah. Ogromna ljubav počinje da bledi i nestaje u svetlu svog potpunog ostvarenja (Ben-Ze'ev 2004: 46-47). Ništa ne nedostaje, a ipak nove dimenzije koje donosi aktuelizacija veze brišu njene čari i san o idealnoj ljubavi se urušava.

Zaključak

Moglo je biti da ljubav ne dođe na red za dešifrovanje, ostajući u tajanstvenim hodnicima intimnih osećanja u koje nije etički zadirati. Ipak, ovaj rad predstavlja doprinos razumevanju, mogli bismo reći, arheoloških dimenzija pojave virtuelne ljubavi, koji ništa ne oduzima (štaviše, možda dodaje) osećajima koji tu pojavu psihološki konstituišu. Ključni doprinos kritičkog prizvuka jeste poziv na dijalektičko sagledavanje inherentne konfliktualnosti između domena koji nazivamo realnim i onog koji nazivamo diskurzivnim, koji se problematizuju i međusobno ukidaju u konstituisanju nove forme ljubavi koja bi se jedino mogla opisati neuhvatljivom. Njene dominantne odlike sačinjavaju imaginativnost, invencija i interaktivnost, čija se matrica ne može pojmiti odvojeno od društvenih dostignuća, ili ograničenja, kako se uzme.

Možda poneke njome izazvane patnje ovim slovima budu razotkrivene, i, samo možda, neke njome izazvane euforije budu demistifikovane. Ipak, razumeti način na koji nešto nastaje, u kompleksnom sklopu kulturno-istorijskih, društveno-individualnih nastojanja u saznajnom smislu je vrednije od njegove puke deskripcije. Ali, važnije od toga, može podstaći nove misli i nove odnose, u kojima čovek nije gonjen kulturnim imperativima s jedne, i mehanizmima odbrane s druge strane, već podstaknut na imaginaciju koja sa stvarnošću i drugim ljudima uspostavlja kreativan, a ne destruktivan odnos.

Literatura

Andelković, Ivana (2013), *Samopredstavljanje u virtuelnoj realnosti: Fejsbuk profili iz perspektive mladih* (*master rad*), Beograd: Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu.

Barbu, Zevedei (1960), *Problems of historical psychology*, London: Routledge & Kegan Paul.

Bauman, Zigmunt (2009), *Fluidna ljubav* (prevod: Nataša Mrdak i Siniša Božović), Novi Sad: Mediterran.

Ben-Ze'ev, Aaron (2004), *Love online: Emotions on the net*, Cambridge: Cambridge University Press.

Dion, Karen K. & Dion, Kenneth L. (1996), „Cultural perspectives on romantic love", *Personal Relationships* 3: 5-17.

Frojd, Sigmund (1973 [1930]), „Nelagodnost u kulturi", u: *Odabrana dela Sigmunda Frojda,* tom V, Novi Sad: Matica srpska, str. 261-357.

Holmes, David (2001), „Virtual globalization. An introduction", u: David Holmes (prir.) *Virtual globalization: virtual spaces/tourist spaces*, London & New York: Routledge, str. 1-53.

Horkheimer, Max & Adorno, Theodor W. (1989 [1947]), *Dijalektika prosvjetiteljstva: Filozofijski fragmenti*, Sarajevo: Veselin Masleša, str. 126-172.

Jovanović, Gordana (1997), *Frojd i moderna subjektivnost,* Novi Sad: Svetovi; Beograd: Institut za psihologiju.

McLuhan, Marshall (2008 [1946]), *Razumijevanje medija – mediji kao čovjekovi produžeci* (prevod: David Prpa), Zagreb: Tehnička knjiga.
Mead, George, Herbart (1934), *Mind, self and society*, Chicago: University of Chicago Press.
Ratner, Carl (2000), „A Cultural-Psychological Analysis of Emotions", *Culture & Psychology* 6 (1): 5-39.
Shweder, Richard (1991), *Thinking through cultures*, Cambridge: Harvard University Press.
Sternberg, Robert Dž. (2007), *Ljubav je priča: Nova teorija odnosa*, Beograd: Rad.
Stojnov, Dušan (2005), *Od psihologije ličnosti ka psihologiji osoba*, Beograd: Institut za pedagoška istraživanja.
Terkl, Šeri (2011), *Sami zajedno* (prevod: Biljana Stanković), Beograd: Clio.
Vigotski, Lav Semjonovič (1996 [1960]), *Problemi razvoja psihe.* Sabrana dela, tom 3, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
Watson, Philip, S. (1953). „Translator's preface", u: Anders Nygren, *Agape and eros*, Philadelphia: The Westminater Press, str. VII-XVII.

Ana M. Đorđević

VIRTUAL LOVE

Summary

The basic focus of the following paper is the phenomenon of virtual love, whose specificities will be percolated through the prism of historical analysis of the relevant social representations and features, as well as the occurence and development of virtual realities. The adopted theoretical framework is cultural-historical psychology, which positions psychological phenomena in the historical streamlines of social and cultral transformation, on whose epochal thresholds emerge new forms of human subjectivity. In the first part of the paper, virtual reality will be considered as an "intentional world", which is generically determined by interactivity. In the second part, love is observed as a historical phenomenon, whose psychological, social and societal characteristics are found culturally specific. Additionally, the overview of different historical forms of love in the dominant Western society will be given. In the end, the ways in which we can understand particular, mostly relational, features of virtual love will be analyzed. Key aspects of virtual love, perceived in the relation between I and the Other, individual and society, virtual and actual, will be considered as inherently conflictual.

Keywords

love, virtual reality, cultural-historical psychology, critical theory