

Сања Домазет

Универзитет у Београду, Факултет политичких наука

DOI 10.5937/kultura2276077D

УДК 316.776-053.6:004.738.5

613.8::004.738.5(100)"20"

оригиналан научни рад

КАКО ДИГИТАЛНО ДОБА ОБЛИКУЈЕ УМ МЛАДИХ

Резиме: У раду Како дигитално доба обликује ум младих биће исцрпљено уједињеније уједињеније које ново доба има на социјалну и емоционалну интелекцијенту младих. Специфичан предмет анализе овог рада је уједињеније који на људски ум и његову свеобухватну активност има енциклопедија којом преовлађује култура екрана, где су мобилни телефони, таблети, ајподи, рачунари, постали неизбежан део свакодневице. Кроз анализу процеса мишљења тинејџера, који се сада у лијераури зову скринџери (од енгл. screen – екран), а чији животи карактеристично су – пасте образовање, оидане чифалачке културе, нови облици зависности – од технологије и њеној уједињенија на њихово понашање, показујемо да је у новој хај-тек култури дошло до појаве оидане међуљудске комуникације, односно да социјалних вештина. Главни циљ исцрпљивања је уједињеније како данас функционише ум савременој младој човека у време електронској тјржишћа, веб-економије, друштвеној умрежавања, сајбер криминала, љубави на први сајт и како људски ум реагује на до сада највећи уједињеније технологије на приватности.

Кључне речи: дигитално доба, хај-тек култура, технолошка зависност

УВОД ИЛИ ДИГИТАЛНИ ЖИВОТ У КУЛТУРИ ЕКРАНА¹

У тренутку када живимо у времену које се назива културом екрана, када паралелно неограничена количина информација стиже како из локалног, тако и светског окружења, када се „током једне године, у САД објави око 200.000 књига, радио станице емитују приближно 70 милиона сати програма, док телевизије производе око 58 милиона сати телевизијског програма”², човеков ум се неумитно мења. Од дана нашег рођења „произведено је више информација него током читаве забележене историје пре њега, а половина укупног броја научника у нашој историји живи данас и производи информације”³. Свакодневно присуствујемо експлозивном

1 Ова студија је резултат рада на пројекту „Политички идентитет Србије у регионалном и глобалном контексту” (179076).

2 Потер, Ц. (2011) *Медијска писменост*, Београд: Сlio, стр. 24.

3 Исто.

развоју нових технологија, а свет у коме живимо постаје у све већем степену дигиталан. „Дневно излагање високој технологији – рачунарима, тзв. паметним телефонима, видео-играма, претраживачима попут Гугла и Јахуа стимулише промену можданих ћелија и отпуштање неуротрансмитера, постепено јачајући нове неуронске путање у нашим мозговима и истовремено слабећи старе.”⁴ Под утицајем садашњег технолошког бума, млади, који су и највише крај екрана, мењају се брзином „као никада раније. Осим што утиче на то како мислимо, дигитална технологија такође мења и наша осећања и начин на који остварујемо релације с другим појединцима. Често нисмо свесни ових промена које се огледају у начину мишљења и обрасцима понашања.”⁵ Прошли век је обележила појава телевизије. Због њене моћи називали су је „краљицом свих медија”. Она је кључно утицала на промену човековог поимања света у 20. веку. И данас је просечна особа под утицајем овог медија више сати дневно. „Недавно су научници са калифорнијског универзитета Беркли открили да Американци у просеку скоро три сата гледају телевизију и филмове, а то је много више времена него што укупно потроше на рекреативне физичке активности. Међутим, у савременом дигиталном окружењу, интернет замењује телевизију као примарни извор стимулације мозга. Зато што, како примећује аутор Мануел Кастелс ’масовна комуникација у класичном смислу данас, доминантно постаје и комуникација која се базира на интернету, и у производњи и у пласирању.”⁶ „Седам од десет америчких домова прикључено је на интернет.”⁷ У књизи *Плитко – како интернет мења начин на који мислимо, читамо и памтимо*, аутор Николас Кар [Nicholas Carr] разматра феномен промене начина људског делања и размишљања који су условљени употребом различитих технологија.

Кар заступа ставове техно-песимиста, те пише како „мрежа доноси и брзински систем реакција и подстицаја – речником психологије ’позитивних поткрепљења’ – који охрабрују понављање како физичких тако и умних радњи, она нас претвара у лабораторијске мишеве који константно притискају полуге не би ли добили мрвице социјалне или интелектуалне хране.”⁸ Кар објашњава да кад год кликнемо мишем, то је, заправо, прекид наше концентрације и то плански изазвано, споља, јер је истински Гуглов бизнис – ометање концентрације, а циљ је да се корисници наведу да брзо долазе и одлазе, не анализирају, али да имају много кликова, створе велики број хипервеза и виде велики број огласа.

Дигитална технологија и интернет постају неизоставна средства и када је реч о социјалном животу, комуникацији с пријатељима, забави, али чак и када су предмет расправа политичке и економске реформе, партијске дискусије. Променила

4 Смол, Г. и Ворган, Г. (2017) *Интернет мозак*, Нови Сад: Психополис, стр. 14.

5 Исто.

6 Кастелс, М. (2014) *Моћ комуникације*, Београд: Слио, стр. 94.

7 Смол, Г. и Ворган, Г. нав. дело, стр. 14.

8 Кар, Н. (2013) *Плитко – како интернет мења начин на који мислимо, читамо и памтимо*, Смедереву: Хеликс, стр. 101.

су се очекивања и навике публице. „Публика је уз вести прво хтела слике, затим филм или видео-снимак и на крају извештавање уживо. Људи истог часа желе све податке који се односе на причу: ако неки извор нема извештај који најбоље покрива догађај, пронаћи ће други који то има.”⁹ Непрекидно је у порасту број сати које просечан грађанин проведе испред неког од екрана. „У Европи, укупно време које грађани проводе онлајн порасло је за једну трећину, петогодишња деца проводе свакога дана више од пет сати испред неке врсте екрана, у Енглеској незапослене жене проводе половину свог слободног времена онлајн, док просечна особа потроши 45 процената будних сати на медије и комуникацију. Млади у Сједињеним Државама, узраста од осам до осамнаест година, проводе просечно 12 часова дневно испред екрана, био то телевизор, компјутер, мобилни телефон или ајпод, или два или више истовремено.”¹⁰ Тако сада, с обзиром на то да имамо више онлајн-познаника него пријатеља које срећемо лично, много више комуницирамо шаљући безброј мејлова и текстуалних порука, не отварамо енциклопедије него отварамо Гугл, не знамо прве комшије, али смо упознати с неважним детаљима о ријалити програмима или модним ревијама, постајемо тако интензивно и непрекидно присутни онлајн, да не стижемо ни да се запитамо да ли је садржај који пратимо довољно релевантан или да ли нам је уопште битан. Посебно је тешко одвојити децу и младе од екрана у тренутку када је активност коју су одабрали компјутерска игрица коју свакодневно играју, јер у томе налазе задовољство. „Сјузан Гринфилд, професорка и истраживачица са Универзитета у Оксфорду, тврди да када деца раде нешто што воле, као што је играње електронске игрице, мозак прима удар допамина у чеони кортекс – то јест ако играју често – делови кортекса повезани са расуђивањем могу да буду угрожени. Електронска еуфорија тако смањује могућности и прилике за развој оригиналног ума.”¹¹ Намеће се мисао да се на овај начин свакако умањује и моћ концентрације код младих, да опада и квалитет мишљења, анализирања, закључивања, доношења одлука. Отуда се сматра да нас „дигитални уређаји претварају у друштво расејаних. Наша пажња и наши односи се све више атомизују, повезани смо глобално, али наши локални односи постали су крхки попут вафла и безначајни.”¹² Чини се да развијамо ново друштво које је наизглед добро повезано и кооперативно, али које је уједно нестрпљиво, усамљено и у потпуној алијенацији од стварности. Савременом човеку догодило се најдубљи облик алијенације – отуђење од сопствених емоција, потреба и жеља. Постали смо „друштво које има много одговора, али све мање добрих питања. Друштво сачињено од појединаца који нису у стању да мисле у реалном свету. А

9 Крејг, Р. (2010) *Онлајн новинарство*, Београд: Слио, стр.23.

10 Вотсон, Р. (2016) *Будући умови*, Београд: Плато, стр. 12.

11 Исто.

12 Исто.

компјутер, сматрао је Пикасо, може бити схваћен и као беспотребна машина, јер даје само одговоре”¹³

I-GEN – АЈ-ГЕНЕРАЦИЈА ЈЕ СТИГЛА

Око нас стасава ај-генерација, сви они рођени од 1995. па надаље. У литератури их зову „ај-генерација” јер не памте свет без ајпеда или ајфона. Понеки од њих признају да им се чини да су им телефони дражи од стварних људи. „Ако бисмо ову генерацију могли назвати по нечему, ајфон би баш могао да одговара. Према истраживању тржишта у јесен 2015, две трећине америчких тинејџера је имало ајфон, што је највише могуће засићење тржишта неким производом.”¹⁴ Но, технологија и непрекидна присутност на интернету није једино што карактерише ову генерацију. Они су с једне стране изражени индивидуалисти, с друге стране дубоко несигурни због материјалне неједнакости (*income inequality*). Такође, ај-генерација расте и сазрева спорије од ранијих генерација, ментално су рањивији. Тестирано је 11 милиона Американаца и утврђено је десет битних трендова који су формирали ај-генерацију. То су: „Нема журбе продужавање детињства у адолесценцију, интернет (колико времена они стварно проводе на телефону и шта им то замењује), Не више лично (све мање друштвене интеракције лицем у лице), Несигурност (велики пораст проблема са менталним здрављем), Неверујући (све мање присуство вере), Изолованост, али не истинска (стремљење сигурности и смањено друштвено ангажовање), Материјална несигурност (другачији однос према послу), Неодређеност (другачији однос према сексу, везама и деци), Инклузија (прихватање, једнакост и слободне дискусије).”¹⁵ Занимљиво је да је ај-генерација масовно препозната у Америци између 2011–2012. и да је то управо година када су Американци масовно почели да набављају телефоне којима се може изаћи на интернет, а који су популарно названи *смартфоновима*. Млади умови су најизложенији дигиталној технологији, најосетљивији су на њу и под њеним су најјачим утицајем. У литератури, данашњу младу генерацију зову и „дигиталним домороцима”. Овај концепт сковао је аутор Мајкл Пренски [Michael Prensky], указујући да ови млади никада нису ни видели свет без рачунара, мобилних телефона, интернета и вести које се емитују 24 часа. Но, већина њих никада нису ушли у библиотеку нити отворили енциклопедију – њу је заменио Гугл. Млади људи су формирали сопствене дигиталне мреже, укључујући језик пун скраћеница за слање порука, а студије показују да сада књиге из задовољства чита мањи број младих него у било којој генерацији пре њих. Од 1982. читање књига је опало за 28% код старосне групе од осамнаесте до тридесет четврте године.

¹³ Исто.

¹⁴ Твенги, Џ. (2018) *Инијернеј генерација*, Нови Сад: Психополис, стр. 10.

¹⁵ Исто.

Због чега је опасна замена културе читања књига културом екрана? Читање портала, где се данас млада, па и публика средњих генерација информисе, социјализује, едукује и забавља, делатност је где је креативни процес немогућ, јер је читање текстова са интернета увек у журби или с много мултитаскинга и сталних прекидања и ометања. „Креативно мишљење не може да стане у 140 карактера, не одвија се у хаосу мултитаскинга.”¹⁶

ДА ЛИ СУ КЊИГЕ ИЗУМРЛЕ?

Да ли млади из ај-генерације, оне која не може да замисли, нити се сећа живота без ајфона, ајпеда, ајпода и интернета, мање читају него што су то чинили њихови родитељи или двадесетогодишњаци пре деценију или две? Истраживања показују да је одговор потврдан. Крајем седамдесетих „већина младих је читала књиге и часописе скоро сваки дан. Али 2015. то је радило њих 16%. Другим речима, три пута више бејбидумера него тинејдера ај-генерације је читало књигу или часопис свакодневно.”¹⁷ Једно краће време, чинило се да читаоци е-књига спасавају навикну читања књига, млади су изјављивали да су у просеку читали неколико е-књига годишње. Али онда је свет преправила ај-генерација. „Од 2015. сваки трећи средњошколац би признао да није прочитао ниједну књигу у последњих годину дана. Такође, установљено је да све мање читају и студенти на колеџу. Зашто је то тако? Можда зато што се књига не читају довољно брзо за генерацију навикнуту да кликом на следећи линк или скроловањем низ страницу за секунд иде даље, читање књига просто не држи пажњу овом узрасту.”¹⁸ Дванаестогодишњи Американци кажу да не могу да читају двадесет минута књигу, јер толико времена не могу да седе мирно и издрже самоћу, други тврде да су књига досадне и да успављују, трећи да једноставно никада ништа што је штампано не читају. Другим речима, „штампана реч није умрла, она је скоро мртва, а један тинејџер у хроници високог образовања каже да му је тата и даље везан за читање књига, јер очито још није схватио да их је интернет заменио.”¹⁹

Лако је утврдити да одсуство читања књига оставља последице. Резултати пријемних испита на колеџима широм Америке лошији су у односу на средину прве деценије овог века, односно, ај-генерација је слабија од ранијих генерација и на пољу писања, као и читања и критичког читања. Млади постају функционално неписмени. Они знају да читају, али не и да анализирају шта су прочитали. Ово није карактеристично само за Америку. Сличне резултате показало је ВВС-јево истраживање у Србији, обављено 22. 1. 2022. Резултати нису нимало оптимистични: „Сваки трећи ученик тинејџерског узраста у Србији функционално је неписмен,

¹⁶ Вотсон, Р. нав. дело, стр. 15.

¹⁷ Твенги, Џ. нав. дело, стр. 80.

¹⁸ Исто.

¹⁹ Исто.

а за вршњацима из земаља чланица Организација за економску сарадњу и развој (ОЕЦД) каска више од једне школске године, показали су последњи резултати ПИСА тестирања из 2018. године.²⁰ Док је трећина ђака петнаестогодишњака функционално неписмена, догађа се и следећи парадокс: све је више ученика са одличним успехом. Србија још увек не поседује јединствени информациони систем који би евидентирао образовна постигнућа на свим нивоима образовања, од основног, преко средњошколског и факултетског образовања, све до докторских студија. „Подаци са ПИСА тестирања из 2018. које се сматра објективним показатељем ђачких постигнућа из математике, природних наука и читање и разумевање разноврсних текстова нису оптимистични. У овој трећој групацији питања, која се сматра најважнијом, јер од те вештине зависе у великој мери и други облици учења, показало се да је трећина ученика првог разреда средње школе, функционално неписмена.”²¹

То значи да када ученици прочитају један текст, имају способност да издвоје општу тему и да извуку појединачне чињенице из тог текста, али не могу да разумеју целину поруче и позадину. Очито је да нису у стању да повежу то што су прочитали с другим знањима и животним искуствима и зато се сматрају функционално неписменима. Треба ли рећи да деценијама и у Србији опада број прочитаних књига, новина и часописа? Али из године у годину је зато све више продатих мобилних телефона. Истраживање Цесиде у Србији, рађено крајем 2019. а објављено 2020. под називом „Грађани и медији: конзумација, навике и медијска писменост” доносе сличне закључке. Укупно 75 процената испитаника одговорило је да се информисе путем друштвених мрежа, док 88 посто млађих од 23 године, то чини редовно или често.²² Кратко речено, концентрација и пажња су смањене, у свету у коме се живи брже него што се мисли, где је мултитаскинг уобичајен и где је створена навика делимичне пажње, недовољне за разумевање прочитаног и валидно закључивање.

Последњу деценију, постало је уобичајено да већина људи смартфонове увек има при руци, млади врло често имају и слушалице у ушима, лаптопови су нам увек близу, а места где смо бежично повезани са интернетом су свуда око нас.

Све ово прати и феномен да што више савремени човек ради, као да је све више обузет послом, кога је, такође, све више. „Хај-тек револуција нас је гурнула у стање сталне делимичне пажње, које Линда Стоун, софтверски стручњак, описује као стално бити заузет – проверавати помало све, али се никада истински не усредсредити ни на шта. [...] Људи више немају времена да размишљају, смишљају и доносе промишљене одлуке.”²³ Млади сада лако ступају у стање перманентне кризе,

20 <https://www.bbc.com/serbian/lat/balkan-60109617>

21 Исто.

22 Видети више на: <http://www.cesid.rs/istrazivanja/gradani-mediji-konzumacija-navike-medijska-pismenost/>

23 Смол, Г. и Ворган, Г. (2017) *Инијерней мозак*, Нови Сад: Психополис, стр. 37.

где су у стално новим контактима и непрекидно су спремни да те контакте проширују, навикавају се на ово стање сталне повезаности, то је нешто што храни его и повећава осећај личне вредности. „Међутим, у неком тренутку осећај контроле и личне вредности који доживљавамо кад одржавамо сталну делимичну пажњу има тенденцију да се сломије – наши умови нису створени да одржавају такво надгледање током дугог периода. На крају, бесконачни сати непрекидне дигиталне повезаности могу створити јединствени тип менталног стреса.”²⁴

Многи људи који раде на интернету по неколико сати без паузе, извештавају да често праве превиде и различите грешке у раду. Осећају како их обузима одсутност, осећају се искључено, уморно, потрошено, енергетски неутралисано, раздражљиво, одсутно. „У експериментима са волонтерима, када је изазиван благи облик сагоревања мозга, утврђено је да проучавани субјекти боље резултате постижу ако се одмарају на двадесет или тридесет секунди и то време проведу не гледајући у проблем постављен на екрану рачунара. Међутим, оптимално окрепљење и обнављање енергије догађало се само ако су волонтери спавали дуже од 60 минута, колико је потребно да организам ступи у РЕМ фазу. У тренутку када је одрасла генерација која не памти свет без рачунара и интернета, становништво се неминовно поделило на две културне групе: дигиталне домороце, који су рођени у свету компјутера и дигиталне имигранте, који су компјутерску технологију упознали тек као одрасле особе. Мозгови младе генерације, дигиталних домородаца, спонтано се и непрекидном вежбом усклађују са убрзаним претраживањем интернета, али с друге стране – њихова неуронска кола која контролишу традиционалне методе учења су занемарена и у процесу атрофирања. Такође, све оне неуротрансмитерске путање за међуљудску комуникацију и интеракцију слабе, као и уобичајене вештине за контакт лицем у лице. Али, „иако дигитална еволуција наших мозгова повећава друштвену изолацију и смањује спонтаност интерперсоналних односа, она исто тако повећава нашу интелигенцију на начин на који тренутно меримо и дефинишемо IQ. Како дигитална култура напредује, просечни коефицијент интелигенције стално расте, а способност обављања више задатака без грешке се побољшава.”²⁵ Али процес отуђења се не зауставља. Човек можда јесте све интелигентнији, али је и све усамљенији.

УСПОН СКРИНЕЈЦЕРА ИЛИ БУДУЋНОСТ ЈЕ ПОЧЕЛА

Ден Блум [Den Bloom] је за данашње тинејџере сковао назив скринејџери. „По једној студији из 2009, у Сједињеним Државама се са тинејџерских телефона шаље и прима месечно у просеку 2.272 поруке, а извештај из 2010. показује да текстуалне поруке и комуникација преко друштвених мрежа младих између шеснаест и двадесет

²⁴ Исто.

²⁵ Flynn, J. (2000) *Psychology, Public Policy and Law*, p. 6.

четири године чини 64 процента укупне употребе мобилних телефона у Британији. Ден Тепскот, писац књиге *Одраслај и дигитално*, тврди да је ученик до својих двадесетих година изложен дигиталним информацијама у трајању од 30.000 сати.²⁶

У години 2022. можемо закључити да је број ових сати удвостручен. Употреба штампаних медија је у овом узрасту готово потпуно нестала, „а Кајзеров извештај о употреби медија од стране деце и младих узраста од 8 до 18 година, показао је да је укупна количина слободног времена коју млади посвећују медијима (скоро сви на бази екрана и скоро сви дигитални), готово еквивалентна пуном радном времену.“²⁷ Скринејдери се по низу нових облика понашања разликују од некадашњих тинејдера: воле да раде више ствари истовремено – мултитаскинг, „упоредни рад и персонализовано искуство, читају текстове на нелинеаран начин и више воле слике од речи. За њих је меморија нешто што поседује хард диск. Оно што треба да знају, они траже на Гуглу. Скринејдери често користе дигиталне уређаје како би избегли сукобе и обавезе. Виртуелност умањује потребу за непосредним људским односом, то ствара генерацију која радије има посла са машином него са људима.“²⁸ Нове, дигиталне генерације често очекују похвале и награде, захтевају окружење где су сензори укључени и траже тренутни одговор и сталну повезаност са интернет мрежом. Вокабулар им је знатно осиромашен, све је „екстра, кул и супер“, а у целини су далеко мање писмени од својих предака. Тешко се писмено изражавају и увек су будни за најразличитије токове информација, иако су им, парадоксално, истовремено пажња и разумевање сужени. Ум им је живахан, вибрантан, али често имају проблем када треба да закључују, анализирају и разумеју или протумаче шири контекст и културу. Склони су да мисле да се све што им се не допада може решити рестартовањем, а спорост и ток било ког постепеног процеса су им страни. Могућност да волонтирају у фирми, шегртују док не савладају праксу, мртва је и економски и као могући концепт. Шта ће се догодити када ова генерација стигне међу запослене? Засигурно их неће сачекати оно на шта су навикли – култура инстант задовољства. Такође, убрзо долази момент када ће на светском нивоу бити препозната зависност од интернета као болест. „Застрашујућа је истинита прича о пару из Јужне Кореје коме је недавно од глади умрла беба, јер су постали опседнути узгајањем аватар бебе у виртуелном свету. По полицијским извештајима, пар је незапослен и оставио је ћерку саму код куће да би у интернет кафеу у предграђу Сеула провео сате и сате у одгајању виртуелне ћерке по имену Анима из популарне игрице „Prius Online“. У једној америчкој студији, само је троје од 220 америчких ученика било у стању да искључе мобилне телефоне на 72 сата. Друга студија коју је спровео Гејл Портер са Ручерс универзитета, показала је да би се 50 процената корисника Блекбери телефона осећала забринута ако би их одвојили од телефона,

26 Вотсон, Р. (2016) *Будући умови*, Београд: Плато, стр. 15.

27 Исто.

28 Исто.

а десет посто би се осећало уништено.”²⁹ Но, лудило мултитаскинга захватило је младе генерације. Иако су уз помоћ снимања магнетном резонанцом научници открили да константно пребацивање с једног на други садржај приликом мултитаскинга изазива стрес, неповољно утиче на меморију и учење, мултитаскинг и даље влада, иако повећава ниво хормона повезаних са стресом, адреналин и кортизол, што директно доводи до пребрзог старења. Мултитаскинг има, ипак, и једну добру страну – тешки мултитаскери први примете нову информацију, али остаје чињеница да су скринејдери који толико воле да раде више ствари истовремено, особе под сталним стресом и са смањеном могућношћу дугорочног памћења. Судаћи по наведеним научним истраживањима, нова генерација не обећава битан корак напред у људској интелигенцији и глобалном мишљењу и креативности. Савремени амерички лингвисти тврде да међу садашњим студентима постоји интелектуална тромост. Преовлађује употреба пречица (да би уштедели време), размишљају фрагментарно, у неповезаним исечцима.

Чини се да ће садашњи студенти бити не они који траже немогуће већ напротив – они на које ће маркетиншке, партијске групе или владине организације лако утицати. Када неки од спин-доктора употреби, на пример, фрејмове, а „овај концепт развио је амерички лингвиста Џорџ Лакофој и сматра да људи резонују на основу фрејмова, тј. референтних оквира заснованих на серији представа или различитих сазнања која су повезана са друштвеним или културним идентитетом”³⁰, на који ће се изграђен друштвен и културни идентитет позвати млади човек с расутом пажњом, суженим опажајима, под стресом и деконцентрисан? Да ли ће успевати да граде „нову комуникативност и употребљавају сложене истраживачке технике, да би истински феномен анализирали у дубину?”³¹ Чини се да су се скринејдери окренули технологији као потрази за лагумом, уточиштем. „Временом почињемо да гледамо на онлајн живот као на сам живот. На то што работи нуде гледамо као на однос. Поједностављивање односа више не представља извор жалби. То постаје оно што желимо. Ово личи на скупљање облака за савршену олују. Технологија мења пејзаж наших емотивних живота, али да ли нам нуди животе какве желимо?”³²

УМЕСТО ЗАКЉУЧКА

Налазимо се у тренутку када није сигурно да ли смо на прагу нове ренесансе, када се са развојем најразличитијих облика вештачке интелигенције, генетике, нанотехнологије, роботике, људи приближавају машинама, а машине су све више налик људима, или смо на прагу пута у пакао. У овом тренутку, иако нас дигитални свет мења, људска бића и даље поседују оригиналност и креативност које могу да

29 Исто.

30 Фоа, М. (2017) *Господари медија*, Београд: Clio, стр. 85

31 Тодоровић, Н. (2002) *Интерактивно истраживачко новинарство*, Београд: Чигоја, стр. 56

32 Теркл, Ш. (2011) *Сами заједно*, Београд: Clio, стр. 43.

буду творци будућности са обиљем могућности. Но, да ли смо на почетку златног човековог или дигиталног мрачног доба, где се тежи културном конформизму који доводи до смрти оригиналности и креативних идеја? Чини се, ако све постане превише лако, а томе генерација скринејдера тежи, људско тело изгубиће своју гипкост и мишићавост, а људски ум своју оштрину и моћ креације. Намеће се мисао да је решење у мирењу аналогног с дигиталним, древног с модерним, а да моћ и интелигенција машина ваља да буде у корелацији и комбинацији с људском, а не њена замена. Модерно доба понудило нам је обиље информација. Ако нисмо паметнији, информисанији, свакако, јесмо. Али је очигледан пад креативности, јер се она не рађа у брзини и стресу, њој је потребно време, споро време и рефлексиван начин размишљања. Такође, човек, у општем мултитаскингу, као да нема времена да се запита: да ли је дигиталан живот уопште живот који желимо? Да ли је подношљив?

Композиција дигиталне технологије се убрзава и то је воз у чијим вагонима сви седимо. Превише мултитаскинга, видеоигрични начин забаве, хај-тек зависност, површно размишљање, мултитаскинг који производи стрес – проблеми су с којима се морамо суочити. Али, постоји и могућност да се дигитални домороци и дигитални имигранти удруже и да јаз мозга тако буде превазиђен. Ај-генерација одраста полако, заплашена, физички најбезбеднија, али најрањивија. Ти млади људи у наше животе доносе и ново: толеранцију, свест о једнаким правима, менталном здрављу, правима ЛГБТ популације, практични су и имају велику дозу опреза према свету. Све ово би могло бити добра основа за успех. Под условом да смогну снаге и пуне телефоне из руку, јер људска раса је још увек паметнија од мобилних телефона.

ЛИТЕРАТУРА

- Eriksen, H. (2003) *Tiranija trenutka*, Београд: Biblioteka XX vek.
 Flynn, J. (2000) *Psychology, Public Policy and Law*.
 Фоа, М. (2017) *Господари медија*, Београд: Clio.
 Кар, Н. (2013) *Плићко – како инјернеј мења начин на који мислимо, чииамо и йамйимо*, Смедерево: Хеликс.
 Кастелс, М. (2014) *Моћ комуникације*, Београд: Clio.
 Крејг, Р. (2010) *Онлајн новинарство*, Београд: Clio.
 Потер, Џ. (2011) *Медијска йисменост*, Београд: Clio.
 Смол, Г. и Ворган, Г. (2011) *Инјернеј мозак*, Нови Сад: Психополис.
 Теркл, Ш. (2011) *Сами заједно*, Београд: Clio.
 Тодоровић, Н. (2002) *Инјернеј аийивно истраживачко новинарство*, Београд: Чигоја.
 Твенги, Џ. (2018) *Инјернеј генерација*, Нови Сад: Психополис.
 Вотсон, Р. (2016) *Будући умови*, Београд: Плато.

Интернет извори:

<https://www.bbc.com/serbian/lat/balkan-60109617>

<https://psycnet.apa.org>

<http://www.cesid.rs/istrazivanja/gradani-mediji-konsumacija-navike-medijska-pismenost>

Sanja Domazet

University of Belgrade, Faculty of Political Sciences

HOW DIGITAL AGE SHAPES THE MIND OF MODERN YOUTH

Abstract: *The paper explores changes that occur in the human mind as a consequence of life in digital age. The specific subject of the analysis is the impact on the human mind and overall human activity of human existence dominated by screen culture, where mobile phones, tablets, iPods, computers have become inevitable parts of everyday life. Through the analysis of the thought process of teenagers, who are now referred to in literature as “screenagers” and whose life is characterised by copy-paste education, decline of reading culture and new forms of addiction to technology and its impact on their behaviour, this paper will show that this new high-tech culture has led to emergence of increasingly difficult direct, offline interpersonal communication and to a decline of social skills. The main goal of the research is to determine how the mind of a modern man works today in the age of electronic markets, web-economy, social networking, cybercrime, love at first “site” and how the human mind reacts to the effect of technology on our privacy.*

Key words: *digital age, high-tech culture, technological dependence*

Рад примљен: 14. 6. 2022. Рад прихваћен: 18. 7. 2022.