

Tadej Praprotnik

## **KONZERVIRANI NASMEH: INTERPASIVNOST V SODOBNEM KOMUNICIRANJU**

### IZVLEČEK

*Interpasivnost je uveljavljen kulturni pojav delegiranja občutkov od posameznika na predmete. Širjenje interpasivnih praks je v sodobnem času odraz procesov družbenega pospeševanja, zahtev po posameznikovi opolnomočenosti in izpolnjevanju lastnih zahtev po »dogajanju« ter neoliberalne retorike izbire in odgovornosti. Z analizo in interpretacijo primarnih in sekundarnih virov besedilo predstavlja in pojasnjuje strategije interpasivnosti, ki se odražajo v rabi posameznih digitalnih tehnologij. Rabe tehnologije odražajo družbene prioritete, v rabi tehnologije kot infrastrukturi družbenosti se posledično odražajo tudi strategije interpasivnosti. Besedilo v razvejanih praksah sodobnega komuniciranja izpostavlja situacijsko pogojeno dvojnost komunikacijskega delovanja: vsako družbeno delovanje predpostavlja specifično družbeno regulirano in konvencionalizirano prakseološko semiotiko, s katero sporočamo svoje delovanje, to isto semiotiko pa lahko uporabimo tudi za doseganje nasprotnih ciljev: da se izognemo delovanju in ga delegiramo na element materialne kulture.*

*KLJUČNE BESEDE: interpasivnost, komunikacija, digitalne tehnologije, družbeno pospeševanje, materialna kultura, praksa, individualizem*

### **Canned Smile: Interpassivity in Contemporary Communication**

#### ABSTRACT

*Interpassivity is an established cultural phenomenon of delegating an individual's emotional experience to objects. The spread of such interpassive practices in*

*contemporary times is a reflection of social acceleration, the demand for individual empowerment, of fulfilling independent demands for "action", and the neoliberal rhetoric of choice and responsibility. By analysing and interpreting primary and secondary sources, the text explains the interpassive strategies seen in the use of individual digital technologies. The use of technology indicates social priorities, while the use of technology as an infrastructure of sociability also indicates strategies of interpassivity. Diverse practices of contemporary communication and the situational duality of communication itself are further highlighted: any social activity presupposes a specific socially regulated and conventionalised practice of semiotics, which is used to communicate our activities, although the same semiotics can be used to achieve the opposite: to avoid any action and delegating it to another element of material culture.*

**KEY WORDS:** *interpassivity, communication, digital technologies, social acceleration, material culture, practice, individualism*

## **1 Uvod: Kako gledati in kaj videti v sodobnih komunikacijskih praksah**

Sodobne digitalne tehnologije in platforme družbenih medijev so omogočile nove komunikacijske prakse, ki jih v daljši zgodovinski perspektivi lahko vidimo tudi kot specifične ekstenzije obstoječih kulturnih pojavov. Tehnologije kot družbeno-tehnični sistemi nazorno reflektirajo prakseologijo vsakdanjega življenja in »obsedenosti« partikularne družbe.

Članek problematizira komunikacijske prakse uprizarjanja in delegiranja aktivnosti, ko posamezniki uporabijo konvencionalno podobo, ki uprizarja aktivnost, sami pa lahko ohranijo stanje nedelovanja. Aktivnost »tukaj in zdaj« preložijo na fotografijo, ki je zabeležila dogajanje. Komunikacijska transparentnost, fluidnost, diverziteta in kompleksnost izpostavljajo vprašanje komunikacijske učinkovitosti uporabnikov, skratka: kako zagotoviti avtentičnost in legitimnost komunikacijskih dejanj. K posameznikom usmerjena arhitektura družbenih medijev načeloma omogoča optimizacijo podob posameznikovih interakcij in participacij, ki pa jih ti niso vselej zmožni udejanjiti. V procesu upodabljanja participacije, delovanja in »dogajanja« posamezniki pogosto »mobilizirajo partikularne nize lingvističnih in drugih semiotičnih resursov, s katerimi kreirajo in transformirajo dejanje potrjevanja avtentičnosti« (Leppänen in drugi 2015: 1). Avtentičnost oziroma verifikacija je za posameznike še vedno predpogoj za uspešno družbeno participacijo ali bivanje v skupnosti, spremenile oziroma razširile pa so se strategije verifikacije, torej »kateri tipi jezikovnih rab, semiotičnih praks in oblik participacije štejejo kot ‚veljavni‘ in ‚legitimni‘ za določen namen« (Leppänen in drugi 2015: 2).

Namen članka je tematizacija sodobnih strategij, s katerimi posamezniki utemeljujejo v družbi močno propagirane prakse participacije, interaktivnosti, čustvene komunikacije. Neoliberalno propagiranje opolnomočenosti sokreira okoliščine, v katerih posamezniki vse težje izpričajo svojo opolnomočenost. Obremenjeni in posledično utrujeni od lastnih zahtev po dokazovanju opolnomočenosti slednjo nemalokrat delegirajo na situacijsko kodirano in konvencionalizirano podobo, ki šteje kot praksa opolnomočenosti. Prispevek predstavi specifične strategije, ki se opirajo na teorijo interpasivnosti.

Teza članka je, da so interpasivne prakse v dobi neoliberalnega individualizma in družbenega pospeševanja izdatno navzoče, tehnološko vse bolj izpopolnjene in personalizirane digitalne tehnologije in družbeno preferenčni stili komuniciranja (samorazkrivanje, ohranjanje stika, empatičnost, mreženje) pa so te prakse naredili razmeroma »nevidne«. Zahteve po nenehni transparentnosti posameznika kreirajo stalno posodabljač bazen družbeno konvencionaliziranih in posledično komunikacijsko uspešnih primerov uprizarjanja tipične prakse, ki hkrati kreira vzporeden proces širjenja komunikacijskega delovanja, v katerem se posameznik v veliki meri odreče dejanskemu delovanju. Z besedami Hannah Arendt lahko situacijo zgotimo in zapišemo, da je »obnašanje nadomestilo delovanje« (Arendt 1996: 43), konvencionalno prepoznane prakse (aktivnosti) posamezniki uporabljajo, da se izognejo delovanju. Drugače rečeno: multimodalni in semiotično raznovrstni komunikacijski kanali dopolnjujejo in nadomeščajo govorna dejanja (Austin 1990), vizualno eksplicitne in transparentne podobe situacijsko specifično izvajajo inverzna govorna dejanja. Klasično formulo performativa reči = storiti nadomešča interpasivna strategija storiti = reči, ki zaradi vizualne transparentnosti navidezno natančneje opisuje vršilca govornega dejanja. V tej preoblikovani formuli lahko najdemo analogije z Lacanovo distinkcijo »med vami in tem, kar jaz rečem« (Lacan 2008: 13), pri čemer Lacan v svojem slogu na naslednji strani še enkrat poudari, da to, kar jaz rečem, ne govori o tem, da jaz sem (Lacan 2008: 14). Interpasivni učinek, ki mu sledijo nekateri posamezniki, pa bi se glasil: tisto, kar posameznik stori, ne govori nujno o tem, da on to je.

Vizualni material uporabniško generiranih vsebin prakso potrjuje, v številnih primerih pa prakso (dogajanja, uživanja, empatične komunikacije) nadomešča. Drugače rečeno: »/F/otografija pove več kot tisoč besed.« In celo več: na Instagramu objavljena fotografija zabave izpričuje oziroma potrjuje prakso zabave, hkrati objavljena fotografija nadomešča dejansko prakso zabave.

Članek predstavi teorijo interpasivnosti in širše družbene okoliščine kot neposredne pospeševalce in oblikovalce aktualnih verzij interpasivnosti, nato pa eksplicira oziroma tipizira specifične strategije interpasivnosti skozi sodobne digitalne tehnologije: v specifičnih aktivnostih besedilo prepoznava prakse

delegiranja oziroma prelaganje delovanja na specifični nosilec informacije (fotografija, čustvenček, algoritem).

Izbrane komunikacijske prakse oziroma »govorna dejanja« pojasnujemo skozi teoretski okvir interpasivnosti, teoretski okvir hkrati zožuje – če nekoliko parafraziramo Brymana (2008: 24) – kako vidimo prakse in kaj bomo v praksah sploh zagledali. Besedilo se skuša izogniti pastem (tehnološkega) prezentizma, namreč v aktualnih komunikacijskih kanalih in prevladujočih praksah videti obrise radikalno novega. Predstavljene komunikacijske prakse razumemo kot neposredne manifestacije kulturnih prioritet preteklega in obstoječega družbenega okolja (družbeno pospeševanje, individualizem, opolnomočenost). Besedilo skozi primere predstavi spregledana in premalo raziskovalno uporabljena razsežja interpasivnosti ter skuša – rečeno z besedami Susan Herring – »identificirati in opisati online fenomene v kulturno smiselnih terminih« (Herring 2004: 338).

## 2 Interpasivnost kot teoretsko-tematizacijski raziskovalni okvir

Teorija interpasivnosti se je pojavila konec prejšnjega stoletja, zlasti kot odziv na prevladujoč diskurz interaktivnosti, ki je poudarjal, naj posamezniki prevzamejo odgovornost za svoje konzumentske prakse (van Oenen 2018: 105). Različne vsakdanje prakse so pričeli interpretirati na nov način, kako se namreč »'pasivnost' (konzumiranje) s konzumirajočih premesti na proizvod« (Pfaller 2019: 22); govorimo o procesih, ko »najbolj intimna verjetja, celo najbolj intimne emocije, kot so sočutje, jok, solze, smeh, lahko prenesemo, delegiramo na druge, ne da bi pri tem izgubili njihovo iskrenost« (Žižek 1989: 32). Izhodišče teorije so Lacanove opombe o funkciji Zbora v grški tragediji, ko gledalec svoja občutja lahko preloži na Zbor, sam pa se prepusti vsakdanjim profanostim oziroma nadaljuje z njimi:

*Ko ste namreč zvečer v gledališču, mislite na svoje opravke, na nalivno pero, ki ste ga čez dan izgubili, na ček, ki ga boste morali podpisati naslednji dan. Gledalcem potemtakem ne smemo preveč zaupati; za vaša čustva mora poskrbeti neka razumna scenska ureditev. To je naloga Zbora. Čustveni komentar je podan. Prav to tvori najboljšo možnost preživetja antične tragedije. Komentar je sicer bedast, ni pa brez trdnosti, celo človeški je. Potemtakem ste osvobojeni vseh skrbi – čeravno ničesar ne občutite, bo Zbor čutil namesto vas. In konec koncev, zakaj si ne bi mogli zamisliti, da je predstava dosegla svoj učinek na vas – pravo mero, malo dozo učinka – četudi niste ne vem kako drhteli. Po pravici povedano, nisem prepričan, da gledalca udeležba pri spektaklu spravi v takšno drhtenje (Lacan 1988: 251).*

Na podlagi tega izhodiščnega uvida v zabaven in pomenljiv kulturni fenomen so kmalu zgradili splošneje zastavljeno teorijo interpasivnosti (Žižek 1989); najbolj razdelano verzijo teorije je predstavil avstrijski filozof Robert Pfaller (2019). Med klasične primere interpasivnosti uvrščamo primer najetih žalovalk, ki na pogrebih jokajo namesto svojcev (tako se zadosti dolžnostim predpisanega žalovanja, dejansko žalujoči pa se lahko med obredom posvetijo drugim opravilom), tudi primere na področju religiozних praks (ko oseba v cerkvi prižge svečo, se posveti kontemplaciji in molitvi, a kmalu zapusti cerkev, sveča pa namesto osebe opravlja religiozna opravila; primer so tudi tibetanski molilni mlinčki, ko oseba na papir zapisano molitev vtakne v mlinček, ta pa nato moli namesto nje; Žižek 1989: 31–32). Poznamo primer konzerviranega smeha (angl. *canned laughter*), znan iz britanskih situacijskih komedij (angl. *sitcom*), ko se televizija »smeje namesto nas«. Ob komičnih in zabavnih situacijah namreč lahko slišimo smeh in aplavdiranje občinstva. Žižek se vpraša, čemu ta smeh. Prvi možni odgovor – da konzervirani smeh služi temu, da nas opomni, kdaj naj se zasmejimo – je zanimiv zato, ker implicira paradoks, da je smejanje določena dolžnost, ne pa spontano občutje. Žižek sklepa, da ta odgovor ne zadošča, saj se običajno ne smejimo. Edini ustrezeni odgovor je potem v tem, da nas Drugi – utelešen v televiziji – osvobaja dolžnosti, da se smejemo, in se smeje namesto nas. Če po napornem delavniku ves večer zgolj odsotno zremo v televizijski ekran, lahko vsemu navkljub na koncu rečemo, da smo se skozi medij Drugega pravzaprav zelo dobro imeli (Žižek 1989: 33). Podobno je z Zborom v gledališču, ki čuti obžalovanje, obiskovalci gledališča čutijo zahtevana občutja skozi medij Zbora. Zopet smo razbremenjeni vseh skrbi; tudi če ničesar ne čutimo, bo Zbor to opravil namesto nas (Žižek 1989: 32). Novejša interpretacija konzerviranega smeha izpostavlja, da občinstvu ni moč povsem zaupati, da bo v celoti prepoznalo in razumelo smešne izjave in trenutke. V teh primerih so izjave ali situacije sicer lahko smešne, toda ne dovolj smešne, da bi privedle do smeha. Prevedeno v interpasivni okvir slednje pomeni, da konzervirani smeh signalizira prepoznan manko uživanja ali razumevanja, ki ga nadomešča interpasivni smeh, torej smejoči glas, ki pa nima neposredne povezave z vsebino (čemu se smejimo) (Grimshaw 2018: 52).

## **2.1 Družbene okoliščine kot dejavniki sooblikovanja interpasivnih praks**

Prelaganje užitka, torej pasivnosti, je ključni fokus teorije interpasivnosti: *Interpasivne osebe svojim namestnikom ne prepuščajo svojih dejavnosti, temveč ravno to, kar rade počnejo – kar počnejo iz lastnega zadovoljstva, za sproščanje, iz strasti ali prepričanja. Drugim torej ne puščajo delati,*

*temveč jim puščajo uživati namesto sebe ali, povedano drugače, na druge ne delegirajo aktivnosti (kot se to dogaja v primerih interaktivnosti), temveč, nasprotno, pasivnost (Pfaller 2019: 69).*

Z drugimi besedami: »Uživanje v nečem se deloma ali v celoti preda, prepusti drugi osebi ali stroju« (Pfaller 2019: 21).

V tako zastavljeni konstelaciji nastopi vprašanje, zakaj užitek, torej pasivnost, prelagati na druge ljudi ali predmete ter kako razumemo pasivnost in aktivnost. Uveljavilo se je prepričanje, da si ljudje želijo aktivnosti in da si nenehno želijo uživati, krepki se podoba posameznika, ki ve, kaj hoče, ki zna, zmora in celo mora uživati. Toda možnost, da konzumiramo užitek in da se nam »dogaja«, ne pomeni nujno, da je to v konici naših prioritet. Hkrati obstaja prepričanje, da skušajo racionalni posamezniki karseda veliko užitka zadržati zase, na druge pa preložiti delo oziroma aktivnost:

*Ta domneva se ujema tudi z osnovnimi značilnostmi tega, kar politična ekonomija razume z izrazom homo oeconomicus, ki ga vodi njegov lastni interes in ki stremi k maksimiranju koristi, pri čemer je lastni interes v tem, da nam je treba narediti, prispevati čim manj, korist pa v tem, da za to dobimo čim več konzumabilnega, se pravi tega, kar je mogoče konzumirati (Pfaller 2019: 70–71).*

V besedilu predstavljeni primeri bodo skušali pokazati, da je posameznikom zahteva ali privilegij užitka določeno breme, ki ga s pomočjo digitalnih tehnologij učinkovito preložijo na kakšno uveljavljeno prakso. V družbi je namreč krepko navzoča vrednostna delitev na aktivnost/pasivnost, ki je deloma odraz rabe interaktivnih tehnologij in impliciranih »osvobajajočih« potencialov interaktivnosti.

*Pasivnost kot drža ni videti posebno priljubljena. Ne slavijo je ravno kot ene od sedmih kreposti. Medtem ko se interaktivnost pojavlja kot eno izmed sodobnih udarnih gesel, kot iztočnica za hvalnico določenim oblikam sodobnih medijev in njihovim domnevnim prednostim, kot propaganda za nekatere oblike novih umetnostnih praks, pa interpasivnost komajda lahko upa na takšno popularnost (Dolar 1997: 9–10).*

Pozivi k uživanju in interaktivnosti vendarle niso kakšen »blagor«, prej vzrok za nelagodje. Ljudje si nemalokrat prizadevajo izpolniti aktivnosti, ki jih bodo razbremenile skrbi po uživanju, saj uživati očitno ni nekaj, kar nam je »dano« in po čemer nenehno hlepimo.

Cindy Zeiher in Mike Grimshaw (2018: 1) poudarjata, da je za razumevanje interpasivnosti najprej treba ugotoviti, kaj konstituira izkušnjo uživanja, torej identificirati in zamejiti uživanje, ki ga posamezniki delegirajo, ter določiti temeljno namero delegiranja uživanja.

Poraja se vtis, da si posamezniki prizadevajo ohraniti manko objekta, ki ga lahko začasno zapolnijo z dokazi uživanja oziroma – rečeno z Lacanom: »/P/onavljanje temelji na vrnitvi užitka« (Lacan 2008: 49). Uživanje je v veliki meri kulturna obsesija, kapitalistično poantirana neoliberalna logika, ki se prek medijskih podob izdatno uokvirja kot specifična praksa. Nič osvobajajočega tudi ni v tem, če moraš biti stalno aktiven, prej nasprotno: »Gole aktivnosti torej ne smemo obravnavati kot dokaza svobode, saj obstaja tudi nesvobodna aktivnost« (Pfaller 2019: 72). Pri vprašanju, zakaj užitek prelagati na druge ljudi ali stroje oziroma ga delegirati, Mike Grimshaw udari neposredno: »/U/žitek delegiramo, ker lahko postane zadolžitev oziroma zahteva, potemtakem torej delo. Pravzaprav uživanje je delo, toda o uživanju raje ne razmišljamo kot delu, raje ohranjamo idejo uživanja, ker nam to omogoči, da jo izražamo in uživamo v njej« (Grimshaw 2018: 51). Ta pozicija predpostavlja idealistično vero v možno nevtralnost uživanja, naivno razume uživanje, kot da obstaja zunaj kapitalistične konstrukcije, toda v kapitalizmu vse in vsakdo obstaja kot strošek. Analogno je tudi uživanje določeno delo, čeprav se ga pogosto razume zunaj področja dela (Grimshaw 2018: 51).

Vzporedno lahko interpasivnost razumemo kot ritual, saj je delegiranje in zastopanje temeljna poteza ritualnih praks. Rituali izhajajo iz verjetij in jih hkrati krepijo, a hkrati so rituali tudi svojevrstno delo, vendar o njih ne razmišljamo kot o delu, temveč kot o užitku in jih posledično ločujemo od dela. Rituali se pojavljajo na podlagi verjetja v njihovo delovanje. Skupna točka ritualov in interpasivnih dejanj je tudi prepoznanje, da so interpasivna dejanja iluzije, v katere ni treba verjeti (Grimshaw 2018: 53). Mike Grimshaw sklepa, da je izvedba rituala vselej namenjena drugim udeležencem, da nam samim ni treba verjeti: gre za izvedbo »kot da sami verjamemo«, kajti če ne bi verjeli, zakaj bi potemtakem izvajali ritual? (Grimshaw 2018: 59). Tu bomo prek Lacanove fenomenologije transferja in uveljavljenega koncepta subjekta, za katerega se predpostavlja, da ve (Lacan 2010: 217), torej strukturnega kraja, ki je opora transferju v psihoanalitični situaciji, za potrebe dodatne interpretacije vpeljali še Močnikovo eksplikacijo verovanjskega ozadja, ki mu pripiše »instanco verjetja v 'izreke', ki ozadje tvorijo« (Močnik 1999: 52) in jo poimenuje subjekt, za katerega se predpostavlja, da verjame. Interpasivnost po tej shemi potemtakem pomeni dvojni akt delegiranja: gre za delegiranje užitka in celo za delegiranje verjetja na »naivne« druge (Krips 2018: 348), kjer denimo Pfaller navaja Mannonijevo idejo delegiranega verovanja (Pfaller 2019: 16). Posamezniki lahko delujejo na podlagi verjetja, v katerega sami ne verjamejo, delujejo na podlagi verjetja drugih. Ti naivni drugi, za katere posamezniki predpostavljajo, da verjamejo v neumnosti, so lahko povsem fiktivne osebe (Krips 2018: 348): »Lahko da je

fikcija, a ta fikcija je strukturna, torej je tudi delujoča fikcija» (Močnik 1999: 52). Čeprav sledilci ali prijatelji na družbenih medijih niso fiktivne osebe, pa ti posamezniki sebe k ničemur ne »zavezujejo«, vera v hipotetičnega naivneža je vselej pripisana drugemu, hkrati pa je igra pripisovanja naivnega verjetja množična oziroma strukturna. Vsak posameznik je prav zaradi strukturne narave pravkar opisanega verjetja lahko prepričan, da mu bodo drugi vrnili »uslugo« in prevzeli vlogo – rečeno z Močnikom (1985: 21) – »hipotetičnega tepca«, skratka odigrali vlogo naivnega opazovalca.

Mike Grimshaw pa se sprašuje naslednje: v kolikšni meri interpasivnost sploh ne govori o preloženem delu ali užitku, temveč je nemara nadomestek za pričakovano delo ali užitek, ki ne doseže zahtevane ali pričakovane ravni? Ali nemara interpasivnost signalizira manko tistega, kar se je pričakovalo, toda ne zares doseglo in pojavilo (Grimshaw 2018: 52)?

Interpasivnost je civilizacijska stalnica, njena dejanska manifestacija pa je rezultanta družbeno-kulturnih okoliščin (družbenih prioritet) in specifičnih tehnoloških zmožnosti, ki določajo in omogočajo vidnost in konkretno variacijo interpasivnosti.

Če na platformi YouTube beremo komentarje pod videi, denimo na temo *Fitness Workout*, bomo vselej našli komentar v stilu: »Je še kdo tu, ki se prehranjuje, medtem ko gleda ta video?« (Kuldova 2018: 33).<sup>1</sup> Interpasivnost ni neposredna posledica izdatnejše uporabe digitalnih tehnologij (ki uživajo namesto nas). Tehnologije tudi sicer niso vzrok družbenih sprememb, aktualne rabe tehnologije v prvi vrsti povnanjajo neoliberalno izpostavljanje »opolnomočenega« posameznika, ki je (inter)aktiven in »sam svoje sreče kovač«. Eksplicitni in implicitni pozivi po aktivnem življenju so kot stranski produkt okrepili tudi prakse, ki uprizarjajo aktivno življenje. Pozivi k eksplicitnosti in transparentnosti krepijo širjenje interpasivnega delovanja, ko posamezniki dejansko delovanje nadomeščajo s konvencionalnimi podobami aktivnosti. Ideološko naturalizirana podoba platform, kjer se »dogajajo« navadni posamezniki, ponuja dodaten pospešek k širjenju interpasivnih praks.

Izpostavljanje interaktivnosti in odgovornosti je rezultat dveh precej nasprotujočih si političnih pristopov: neoliberalne ideologije, ki nagovarja posameznike, naj prevzamejo individualno odgovornost (kljub povsod prisotnim ekonomskim in družbenim prisilam), ter različnih diskurzov emancipacije, participacije, demokratizacije (van Oenen 2018: 105). V presečišču se soočimo z navideznim

---

1. Podobno logiko ima tudi komentar pod videoposnetkom z naslovom *15 Minute Fat Burning HIIT Workout | No Equipment | The Body Coach* (The Body Coach TV, 2017). Komentar se glasi: »Just watched you do it and didn't actually move myself. Still feel like I've done a workout though.«



paradoksom: mar ni uživanje nekaj, kar neoliberalizem nenehno implicira in promovira? Robert Pfaller v stilu teorije interpasivnosti problem obrne: kapitalizem in kulturna industrija posameznike frustrirata, jih omejujeta in jim krnita uživanje. Pfaller namreč uživanje enači s pasivnostjo; uživanje je okoliščina in sposobnost, ko na posameznika ne pritiskajo zahteve po aktiviranju ali pozivi, naj sam določa svoje življenje, ko so posamezniki razrešeni pričakovani (sebe in drugih) po participaciji na ravni individualne ali kolektivne samorealizacije (van Oenen 2018: 107–108). Čeprav »normalna biografija postaja izbrana, reflektivna, narejena (self-made) biografija« (Ule 2002: 75), se tovrstna svoboda na ravni vsakdanjih praks lahko izkaže kot svojevrstna nesvoboda: »izbirnost biografije ni prostor svobode, temveč prej mesto družbeno narekovanih izbir« (Ule 2002: 75). Posamezniki so večinoma ubrali prakso izvajanja medijsko izpostavljenih življenjskih stilov in postajajo »tipični primeri« oziroma nosilci tipičnih praks:

*Individualizacija je konec koncev prikrita prisila, ki nas spodbuja k produkciji, samooblikovanju, samoinsceniranju ne le svoje lastne biografije, temveč tudi svojih socialnih vezi in mrež v različnih fazah življenjskega poteka, ob trajnem dogovarjanju z drugimi in zahtevah trga dela, izobraževalnega sistema, tržne ponudbe (Ule 2014: 314).*

Sodobni »afirmativni« pozivi »bodi aktiven, sodeluj, sokreiraj« ali – še huje – »življenje je tvoje« in »bodi srečen« performativno vzpostavljajo specifično tesnobo nedelovanja, da se posamezniku »ne dogaja« in da bi se mu »moralo dogajati«. Posamezniki vse več življenjskih situacij razumejo skozi okvir izbire in odgovornosti, z besedami Renate Salecl: »Moje življenje, moja korporacija« (Salecl 2010: 24); postajajo fleksibilni, »odprti so za spremembe«, korporativne strategije prevajajo v zasebno življenje. Ne delajo le v službi, delajo tudi na sebi, po možnosti istočasno. Potrošnja oziroma uživanje postajata oblika dela; in obratno, delo postaja oblika uživanja (van Oenen 2018: 120); potrditve svojih naporov in distinktivnosti pa aktivno iščejo na strani drugih ljudi ali širših kolektivov (van Oenen 2018: 114–116). Zdi se, kot da je užitek konzumiran šele, ko se ga izdatno skomunicira in torej preloži na občinstvo. Z besedami Hannah Arendt: »Delovanje, ki ostane anonimno, dejanje, za katerega ne vemo, kdo ga je storil, je nesmiselno in pade v pozabo; nikogar ni, o katerem bi lahko pripovedovali zgodbe« (Arendt 1996: 187) oziroma: »/D/elovanje in govorjenje potrebuje druge ljudi, na katere se obračata« (Arendt 1996: 197). Vzporedno izpostavljena individualnost, edinstvenost in pozivanje posameznika, naj vzame vajeti v svoje roke in »dela na sebi«, pogosto sproža »vrtanje po sebi« in ugibanje, »kako postati najboljša verzija sebe« (van Oenen 2018: 121). Ker »najboljša verzija« ne obstaja, taka »optimizacija« traja v nedogled.

## 2.2 Interpasivne prakse kot posameznikova preživetvena strategija po dohitevanju in izpolnjevanju podob opolnomočenosti

V prakse proizvajanja vtisa delovanja se zaradi splošnega družbenega pospeševanja (Rosa 2014) in potrebe po »dohitevanju trendov« vključuje veliko posameznikov. Kljub že omenjeni cinični distanci do tovrstnih dokazov »dogajanja« postaja igra resnična »za nazaj«, učinki vsesplošnega dogajanja pa slej ko prej zares realni. Ne trdimo sicer, da so na profilih družbenih medijev vsi nasmehi v resnici interpasivni, torej zaigrani in konzervirani, trdimo pa, da obstaja razširjena hipoteza – verovanjsko ozadje, da (tudi) drugi objavljajo konzervirane nasmehi. Hkrati obstaja tudi »pozitivni« scenarij: ker obstaja vera v to, da obstaja »nekdo, ki verjame v verodostojnost Instagram fotografij«, bodo številni posamezniki igrali drug za drugega »zares«.

Pasivnost namreč ni ravno cenjena vrlina: »Videti je, da je v pasivnosti nekaj sramotnega in poniževalnega« (Dolar 1997: 10), zato so interpasivne prakse postale »preživetvena strategija« v okolju, kjer za družbeno preferirano prakso velja (inter)aktivnost in participacija. Van Oenen pojasnjuje, da so prakse interpasivnosti posledica »uspešne emancipacije«, kompleksnost sodobnega, v skladu z lastnimi normami upravljanega življenja pa je »bлагослов emancipacije«. Privilegij, da živimo v skladu s svojimi željami, je postal obveza, posamezniki opolnomočeni status doživljajo vse bolj kot breme. Interpasivnost van Oenen interpretira kot obliko odpora na pritiske, da se nam mora dogajati. Privilegij samorealizacije implicira imperativ po samorealizaciji, interpasivnost tako pomeni prelaganje bremena delovanja na predmete materialne kulture ali inštitucije, s katerimi je posameznik povezan (van Oenen 2011: 10–11). S prelaganjem delovanja (pogovorno: outsorsanje; angl. *outsourcing*) se posameznik razbremeni lastnih visoko postavljenih norm in hkrati ohranja ambicije avtonomnega delovanja. Gre za umik in premik od interaktivnega posameznika k posamezniku, ki zaradi privilegijev in zahtev po udeležnosti, opolnomočenosti in hedonizmu lastne interaktivne prakse delegira na institucije ali predmete (Jagodzinski 2018: 279).

Prelaganje delovanja ne pomeni zavračanje aktivnosti in emancipacije, prej nasprotno: posamezniki so sprejeli ideale emancipacije, a pogosto se ne čutijo dovolj sposobne živeti v skladu z njimi. Ne (z)morejo se samouresničiti v vseh vidikih, ki so na voljo. Dodatna »porcija« svobode in interaktivnosti (tudi s kapitalističnim pospeškom po optimizaciji potrošnikov) povzroča potencialno nezmožnost delovanja v skladu z lastnimi podobami aktivnega delovanja. Vir nelagodja leži v neizvajanju aktivnosti, ki so jih posamezniki sami postavili za merilo (van Oenen 2011: 10–11). Pritisk delovati kot opolnomočeni subjekt se

povečuje, privilegij opolnomočenosti se preobraža v obveznost. Odpoved privilegiju bi pomenila izdajo emancipatornih procesov in avtonomije, za katere so si sami prizadevali (van Oenen 2010: 294). Pozivi k več (transparentne) komunikacije izhajajo iz sodobnega razumevanja, po katerem »več komunikacije« pomeni boljšo družbo, interpasivne prakse tako pomenijo alternativno soočanje z zahtevami po interaktivnosti, opolnomočenosti, empatičnosti. Prakse posamezniki situacijsko in strateško aktivirajo (tj. proizvajajo), ko ne uživajo ali ne želijo uživati (oddajati), ko se ne želijo ali ne zmorejo zabavati, ko ne želijo ali ne zmorejo biti empatični. Situacijsko aktivirane (inscenirane) prakse (obnašanje) nadomeščajo zapovedano delovanje (interaktivnost, opolnomočenost, empatičnost) oziroma to delovanje delegirajo na proizveden semiotični material, s čimer ohranijo »integriteto« interaktivnosti.

### **2.3 Konvencionalizacija prakse kot vir manifestacije interpasivnosti**

Digitalne tehnologije so infrastrukturne platforme potencialnih oblik komunikacijskega delovanja, gre za uprizarjanje specifičnih družbeno preferiranih praks. Družbena praksa predpostavlja upoštevanje specifičnih oblik vednosti. Vednost ne pomeni le »vedeti«, ampak vključuje specifičen »know-how«, specifične načine doživljanja v povezavi s prakso. Nosilec prakse ni avtor prakse; gre za rutiniziran in družbeno reguliran način reprodukcije kolektivne vednosti, kar Reckwitz ponazori na primeru prakse zaljubljanja. Zaljubljenost kot praksa ne »odseva« iz posameznika, ampak je sestavljena iz rutiniziranega telesnega obnašanja ter specifičnega razumevanja sebe in druge osebe, v katero se zaljubimo. Praksa vključuje tudi vidike emocionalnosti; gre za specifičen rutiniziran način intencionalnosti, kako si nekaj želeli. Kulturni kodi določajo prakse, prek poznavanja kulturnih kodov določeno obnašanje tudi šele zares postane nosilec določene prakse, zato je reguliranost ključni element prakse (Reckwitz 2002: 253–254). Analogno je reguliranost predpogoj za izvajanje interpasivne prakse. Poznamo konvencionalne podobe telesnih drž, mimike in širše scenerije, po katerih tudi prepoznamo, da je na fotografiji praksa »zabave«, ne pa praksa običajnega srečanja. Fotografije nasmejanih ljudi s kozarci v rokah so primer upodabljanja zabave. Po izvršenem fotografiranju nasmejanih ljudi si lahko ti spet nadenejo resen in naveličan »nasmeh«. Posamezniki naredijo nasmejene obraze in jih fotografirajo (vložijo delo), da se razrešijo zahteve po uživanju na zabavi. Fotografirani »konzervirani« nasmehi predpostavljenim konzumentom fotografije signalizirajo prakso zabave in aktualizirajo družbeno regulirano semiotiko zabave in uživanja, konzervirani nasmehi hkrati performativno ustvarjajo okoliščine, v katerih se posamezniki »smejijo« in pojasnjujejo, zakaj se »smejijo«. Učinki performativnega izreka in učinki konzerviranega nasmeha so vselej

vnazajski: klasični performativi šele skozi lastno izrekanje ustvarjajo okoliščine in kreirajo realnost, o kateri govorijo, konzervirani nasmeh fotografiranega posameznika šele v vnazajski perspektivi prepoznamo za avtentični semiotični nosilec in izpričevalec zabave.

### **2.3.1 Interpasivnost 2.0? Platforme družbenih medijev in uporabniško generirana interpasivnost**

Družbeni mediji kot druga generacija internetnih platform omogočajo nove tipe komunikacije (Hoffman 2017: 2), njihova participatorna, konvergenčna in produporabniška razsežnost je bila konstruirana kot »povsem nova« z njihovo komercialno uveljavitvijo leta 2005 (Fuchs 2017). Družbene medije kot digitalno posredovane in na internetu osnovane platforme posamezniki in kolektivi uporabljajo za (iz)menjavo in urejanje uporabniško generiranih tekstualnih in avdi-ovizualnih vsebin (Hoffman 2017: 4), kar pomeni preseganje stare produkcijske ločnice med »aktivnimi« avtorji in »pasivnimi« bralci ter rojstvo participativnih produporabnikov (angl. *producers*). Participacija tehnološko in interakcijsko opolnomočenih uporabnikov je ključni cilj družbenih medijev (Hoffman 2017: 5), predstavljeni primeri pa pokažejo družbene vzroke kot temeljne pospeševalce njihove uporabe: tehnološke (z)možnosti omogočajo in določajo tipe interakcij, družbeno izpostavljanje opolnomočenosti pa oblikuje dejanski snop spodbujenih in zaželenih rab tehnologije. Izraz interpasivnost 2.0 ne aludira na tehnološke značilnosti družbenih medijev kot povzročiteljev interpasivnosti, temveč opozarja na infrastrukturne podlage za prakse interpasivnosti. Rečeno preprosteje: tehnologija anticipira rabe tehnologije, družbene okoliščine pa usmerjajo in oblikujejo dejanske rabe, uporabnikom dajo »dober razlog«, zakaj uporabljati tehnologijo. Digitalne tehnologije in komunikacijski kanali omogočajo *oddajanje* uporabniško generiranih vsebin (interaktivnost) ali pa *proizvajanje* uporabniško generiranih vsebin, na katere uporabniki delegirajo lastna »opolnomočena« delovanja (interpasivnost).

Uporabniki svoje statuse in identitete aktivno potrjujejo in redefinirajo skozi verigo komunikacijskih dejanj (objavljanje, všečkanje, mreženje), zato profilni statusi uporabnikov niso nikoli končani. Lahko jih primerjamo z identitetami, ki niso skrepenela dejstva, ampak prihajajoče, razvijajoče se manifestacije v interakciji: »Identiteto lahko vidimo kot šele razvijajoč produkt in ne kot predhodno že obstoječ vir jezikovnih ali drugih semiotičnih praks in potemtakem v temelju družbeni in kulturni fenomen« (Bucholtz in Hall 2005: 588). Če so starejši pristopi predpostavljali, da jezikovne prakse odsevajo identitete, pa sodobnejši pristopi pokažejo, da jezikovne prakse šele *konstituirajo* identitete (Bucholtz in Hall 2004: 376), zato je komunikacija temeljno mesto, kjer se identitete in

podobe modernosti ter delovanja šele vzpostavljajo. Komunikacija v družbenih medijih vključuje jezikovne in druge semiotične vire (besedilo, podobe, zvoki), zato je jezik družbenih medijev sestavljen iz multiplih in povezanih semiotičnih materialov (Leppänen in drugi 2014: 113), kar omogoča širšo semiotično raznolikost variacij interpasivnosti. Besedilna sporočila, ki so bila v prvi fazi internetnega komuniciranja praktično edini nosilec informacije, pogojno razumemo kot posameznikovo variacijo v množičnih medijih uveljavljene »sintetične personalizacije« (Fairclough 1989), s katero uporabnik kreira videz vključenosti in solidarnosti z bralci bloga, Facebook prijatelji, Twitter sledilci. Uporabniško generirane vsebine (fotografija, selfi, film, sistemsko generirani všeček) simulirajo podobo opolnomočenega, čuječega, empatičnega posameznika. Uporabniško generirane vsebine kot nosilce prakse bodisi *oddajamo* in v njih uživamo bodisi vsebine *proizvajamo* in vizualizirane podobe delegiramo na semiotični material, ki uživa namesto nas.

Če kupimo športnega terenca zato, da se nam ni treba udeleževati v adrenalinski gorski vožnji in nikoli ne zapustimo mestnih cestišč (Bown 2018: 324), pa lahko fotografija, objavljena na platformi Instagram, izpričuje »nasmejano dogajanje« in se fotografija »smeje namesto nas«. Proizvedemo »zabavno dogajanje«, zato da se nam ni treba imeti zabavno. Opravimo dodatno delo, da nam samim ni treba uživati.

Navajamo dva vsakdanja primera:

Primer 1: Na plesišče znanega ljubljanskega nočnega lokala pristopita ženski. Ena prične ob glasbeni spremljavi intenzivno plesati, druga ob robu plesišča beleži dogajanje s pametnim telefonom. Po minuti zapustita lokal.

Primer 2: Mlajši par v restavraciji praznuje rojstni dan. Pred in med razrezom slavnostne torte ter po njem fotografirata dogajanje in izbirata primerne fotografije. Ko se nepričakovano popackata s koščkom torte, je to razlog za smeh, ki ga nemudoma zabeležita.

Primeri ponazarjata prakso, ko posamezniki vložijo dodaten napor (delo), da se lahko razrešijo kakršnekoli skrbi glede lastne pasivnosti (užitka), torej zabeležijo prakso za potrebe kasnejšega delegiranja užitka. Beleženje aktivnosti omogoča tudi kasnejšo optimizacijo lastne platformske vidnosti. Fotografirana praksa »zabave« ima hkrati »podaljšan rok delovanja« – zabeleženo prakso lahko posamezniki objavijo tudi kasneje in takrat izpričajo »zabavno življenje«. Ko torej na fotografiji »uživamo«, v resnici krepko »garamo«: »Da bi dejanje, beseda in misel postali del sveta, je vedno potrebna čisto drugačna dejavnost od tiste, ki jih je povzročila« (Arendt 1996: 97). Gre, paradoksalno, za popredmetenje domnevno že konzumiranega užitka: »Popredmetenje je cena, ki jo plača živo, da bi sploh smelo ostati na svetu; in ta cena je zelo visoka, kajti na mesto

tistega, kar je bilo neki bežen trenutek zares 'živi duh', zmeraj stopi 'mrtva črka« (Arendt 1996: 97).

Čeprav so naša človeška telesa vse bolj objekti preoblikovanja, pravkar predstavljena primera ponazarjata, kako smo sami sebe v dobi pospešene platformske transparentnosti dobesedno pregnali vanje. V dobi individualizma družbenih medijev postajajo telesa (spet) verodostojni komunikacijski kanali: »V tem smislu je telo pravi vzor vsake lastnine, saj ga pri najboljši volji ne moremo posedovati skupaj ali deliti z drugimi« (Arendt 1996: 113). Telesa postajajo izpričevalci pristnosti.

Vsekakor Hannah Arendt upravičeno opozarja, kako besede zakrivajo: »Kakor hitro poskušamo reči, kdo je nekdo, ga začnemo opisovati z lastnostmi, ki jih imajo tudi drugi in niso ravno edinstvene« (Arendt 1996: 188). Toda vizualna transparentnost posameznika ima zaradi neposrednosti lahko celo bistveno širši interpasivni potencial: vizualno transparentne podobe ničesar ne zakrivajo, prav nasprotno, vizualna transparentnost omogoča, da spregledamo konvencionalnost in proceduralnost, skratka praznost ali vnaprejšnjo »spodletelost«. Konvencionalna podoba prakse namreč vselej že obstaja, posameznikove fotografirane podobe uživaškega obnašanja prinesejo le živi sedanjik v vnaprej predvideno proceduro. Aktualnost in transparentnost vzpostavi inverzno performativno iluzijo, kot da se z objavljeno fotografijo zdaj res nekaj stori:

*Govorni subjekt prinese iluzijo, da se je »zdaj« res nekaj zgodilo – a prav z namenom, da se ne bi nič zgodilo, nič, kar ne bi bilo že vnaprej vpisano v proceduro in v njen specifični čas. Iluzija je sicer iluzorična, a za proceduro bistvena (Močnik 1985: 140).*

Profile na družbenih medijih lahko posamezniki uporabljajo kot avatarje;<sup>2</sup> gre za prenos delovanja in čustev na objekt (avatar), ki se smeji, joče, pleše namesto uporabnika. Uporabnik vloži dodatno delo (fotografira ali posname smeh ali ples in aktivnost objavi), da se lahko njegov Facebook/Instagram avatar zabava namesto uporabnika. Uporabnik zabeleži in objavi prakso zabave, prijateljem tako sporoči, da se zabava in se mu ni treba (več) ukvarjati z zabavo, kaj šele uživati. Kajti imeti se zabavno je nemara tudi naporno. Kot že izpostavljeno, ne gre le za delegiranje užitka, temveč za delegiranje verjetja: konzumenti »nasmehanih« fotografij so vstavljeni v vlogo subjekta, za katerega se predpostavlja, da verjame v uživanje: sam sicer vem, da ne uživam, zato naj vsaj moji navni FB-prijatelji in drugi naključni konzumenti mojih fotografij verjamejo, da

---

2. Pojem avatar na področju informacijsko-komunikacijskih tehnologij pomeni vizualno reprezentacijo participanta v digitalnem okolju, vizualno je predstavljen v obliki osebe, objekta ali živali, deluje kot posrednik za osebo (Lister in dr. 2003: 383).

uživam. Vera v tega naivca, ki verjame, je strukturna in zato tudi delujoča fikcija. Še več: čeprav neposredno naivno nihče ne verjame, čeprav dejansko nihče ni tisti predpostavljeni naivec, so učinki vseeno realni: »/Z/adosti je hipoteza o naivnežu – pa že vsakdo za drugega lahko v dejanskosti prevzame vlogo tega hipotetičnega tepca« (Močnik 1985: 21).

Interpasivne prakse, ko posamezniki z olajšanjem preložijo užitek in se razbremenijo potrebe, da uživajo, po Pfallerjevem mnenju ovrže domnevo teorije interaktivnosti, ki načeloma zagovarja stališče, da postajajo ljudje vse svobodnejši, še posebej v času interaktivnih tehnologij, ki »opolnomočijo« posameznike (Pfaller 2019: 71). Ideologija neoliberalnega kapitalizma je »osvobodila« posameznika, ta postaja vse bolj odgovoren in posledično »kriv« za svojo prihodnost, pa tudi za svoj užitek. Ideja interaktivnosti je dobila »pospešek« z uvajanjem interneta, ko so se napovedovali interaktivni potenciali novih oblik medosebnega in skupinskega komuniciranja (Boncardo 2018: 300). Ideja izvira z začetka 20. stoletja, s področja avantgardnih umetniških praks, ko se je uveljavilo prepričanje, da so »umetniška dela pomanjkljiva, če ne dopuščajo svojemu občinstvu, da ta participira v njihovi kreaciji« (Boncardo 2018: 300). Na področju umetnosti so različne interaktivne inštalacije predstavljali kot odraz interaktivnosti, golo gledanje umetniških del pa se je označevalo za pasivnost (Pfaller 2019: 70). Pfaller nasprotuje ideji interaktivnosti in opozarja, da:

*[...] marsikatera umetniška dela, ki ne ponujajo možnosti sooblikovanja, od svojih gledalcev zahtevajo veliko več »aktivnosti«, denimo v obliki interpretacijskega vložka, kot marsikatera interaktivna inštalacija, katere zahteve glede delovanja, občutenja in razmišljanja, ki jih postavlja gledalcu, so pogosto resnično precej skromne (Pfaller 2019: 70).<sup>3</sup>*

Umetniška dela, ki ohranjajo distinkcijo med performerjem in gledalcem, med prenašalcem in prejemnikom ali med odrom in občinstvom, po Pfallerju nikakor ne krnijo ali zmanjšujejo moči sooblikovanja, prej nasprotno: distinkcija omogoča možnosti, po drugi strani pa interaktivna umetnost znižuje obseg posameznikovih možnih delovanj (Boncardo 2018: 301).

---

3. Pfaller opozarja, da načelo prisotnosti bistveno bolj pripomore k prelaganju delovanja, kot primer pa navaja diskusije o načrtovanih spomenikih žrtvam nacionalsocialističnih množičnih pobojev, še zlasti v Berlinu in na Dunaju, kjer vznika vprašanje, »ali naj postavimo veliko, vidno znamenje, ki bo izražalo našo pripravljenost za soočenje s preteklostjo – ali pa, nasprotno, obstaja nevarnost, da bo takšen spomenik ravno s tem, ko bo delo spominjanja prikazal kot že opravljeno, vse nas razrešil naloge razmisleka o nacionalsocialističnih zločinih« (Pfaller 2019: 24).

Pri razumevanju internetne interaktivnosti so v maniri tehnološkega determinizma izhodiščne ideje interaktivnosti izhajale iz same tehnologije, dejansko pa interaktivnost ni zgolj tehnološka značilnost komunikacijskega kanala, ampak spremenljivka, ki meri procesnost komunikacijskega konteksta; predpostavljen izid interaktivnosti naj bi bila aktivna vključenost, v obdobju računalniško posredovane komunikacije pa so z njo skušali pojasnjevati skupinsko dinamiko in kako se računalniško vzpostavljene skupine lahko »držijo skupaj« (Rafaeli in Sudweeks 1997: 1–2). Na platformah posamezniki prek izmenjave vizualnega materiala in vsečkov proizvajajo vtis interaktivnosti in medsebojne vključenosti. Prakso interaktivnosti torej pogosto delegirajo na tehnološko plat interaktivnosti.

Če klasično interpasivno prakso predstavlja situacija, ko DVD-zapisovalnik posname film, da ga kasneje posamezniku ni treba gledati (Pfaller 2019: 69), pa analogno prakso na platformah družbenih medijev predstavlja praksa deljenja vsebin, člankov in filmov, ki jih kasneje (skorajda) nihče ne prebere oz. si jih ne ogleda (Bown 2018: 322). Podobno profil Facebook ali aplikaciji WhatsApp in Viber pogosto razbremenjujeta posameznike sodobnega privilegija po »več komunikacije« in zahteve po »konzumaciji« medsebojne naklonjenosti. Posamezniki so z digitalnimi tehnologijami stalno »na zvezi« z družinskimi člani ali prijatelji, vsečkajo njihove objave, posledično si prihranijo kar največ časa in pozornosti za svoja opravila.

Interaktivnost je tudi ideološki konstrukt industrije: s prodajanjem naprav so pričeli »prodajati« tudi interaktivnost, navzočo v napravah (Marshall 2004: 14–15), okrepilo se je prepričanje, da je interaktivnost splošno zaželeni »blagor« in »difuzionistično« prepričanje, da je posvajanje tehnologij norma, dostop do tehnologij pa vsesplošno zaželen. Posledično se uporaba tehnologij percipira kot samoumevna potreba, neuporaba tehnologij pa se vselej razume kot znak (ekonomske) deprivacije (Wyatt 2003: 77–79). Novejše raziskave potrjujejo, da stopnje interaktivnosti med uporabniki ne moremo ocenjevati na podlagi tehnološke infrastrukture, ki je sicer lahko nujni pogoj, nikakor pa ni zadostni pogoj za družbeno interakcijo med uporabniki (Landert 2017: 38). Uporaba tehnologij in interaktivnost sta zaradi samoumevne zaželenosti »nevidni«, posledica tega je, da sta hvaležen okvir za interpasivnost. Tehnologija je pogosto predstavljena kot enodimenzionalna receptura in »zdravilo«, da se ni treba ukvarjati s kompleksnimi družbenimi problemi.

Pozive k opolnomočenju spremljajo pozivi k »odpiranju«, ko se posameznike poziva, naj namesto družbeno reguliranih in »uradnih« verzij samih sebe povnanjijo resničnejšo, drznejšo identiteto, naj torej »odvržejo maske«, kjer se van Oenen naveže na Richarda Senneta, ki v zahtevi po odstranju vsebine »izza maske« prepozna problem (van Oenen 2018: 117–118). Izpostavljanje



»maske« namreč kreira vtis, da je »pod masko« nujno nekaj bolj »pristnega« in »avtentičnega«. Prihaja do zanimivega obrata: profili družbenih medijev kljub transparentnosti (oziroma prav zaradi nje?) niso ravno okolja poglobljenega odstiranja mask, pač pa so bila danes že precej »zaprašena« okolja anonimnih klepetalnic (denimo *Internet Relay Chat*) razmeroma varen komunikacijski kontekst, v katerem so posamezniki lahko preigravali določene tipe subjektivnih izkušenj, ki so lahko »zmotile« ali prekinile tradicionalne regulirane in uradne verzije posameznikov. Ko so posamezniki v anonimni komunikaciji na podlagi vzdevkov in modificiranih komunikacijskih stilov spreminjali identitete, so se lahko ovedli konstruiranosti in procesualnosti identitet. Sherry Turkle (1995) je anonimne klepetalnice razumela kot okolje potencialne emancipacije od vnaprej reguliranih identitet. »Neresnost« in anonimnost klepetalnic je omogočila, da so posamezniki lahko izpostavili neuradne verzije lastnih identitet, neresnost in anonimnost je lahko krepila transparentnost.

V dobi družbenih medijev so identitetna eksperimentiranja redkost, posamezniki svoje profile razumejo kot blagovno znamko; na platformi za izmenjavo videoposnetkov YouTube je pred leti pisalo »Oddajaj samega sebe« (angl. *Broadcast Yourself*). V profilu so integrirane posameznikove različne družbene vloge, profil je viden po družbenih relacijah zelo različnim ljudem (Fuchs 2017: 50). Okvir oddajanja je okrepil pomen (akumulirane) vidnosti posameznika, posledično je prišlo do obrata; na Facebooku ne obstaja »grožnja vidnosti«, ampak se prek algoritemske logike vzpostavlja »grožnja nevidnosti«, ki določa načine delovanja posameznikov. Resnično grozo predstavlja možnost, da ne bodo videni (kot dovolj zanimivi), zato posamezniki sledijo platformski logiki, ki je utelešena v arhitekturi Facebooka, svojo vidnost morajo optimizirati (Bucher 2012: 1171). Nekdanjo vertikalno komunikacijo tradicionalnih medijev s pasivnimi uporabniki je nadomestila horizontalna komunikacija (Landert 2017: 38), platforme so privzele status središčnosti, kjer posamezniki preverjajo, »kaj se dogaja« in »kaj je relevantno«; uveljavil se je »mit o vseh nas« (angl. *the myth of „us“*) in podoba družbenih medijev kot središčnega prostora, v katerem zgodbe zadevajo »nas« (Couldry 2014: 885–886). Uporabniki so se na ta »središčni« položaj platform odzvali (tudi) s praksami, s katerimi »dogajanje« zgolj inscenirajo in se tako izognejo dejanskemu delovanju. Objavljene fotografije lahko razumemo na dvoje načinov: kot prakso izpričevanja delovanja (oddajanje) ali kot interpasivno prakso upora do zahteve po delovanju in dogajanju (proizvajanje). Velja izpostaviti, da je tudi oddajanje dejansko izvršenih in z užitek »konzumiranih« dogodkov pogosto obsojeno na to, da bo na strani prejemnikov »prebrano« na družbeno preferiran, torej »fatičen« način: »Včasih se mi zazdi, da bi si naredil Instagram, da bi lahko poslal kakšno sliko iz filmov ali snemanj

prijateljem, ampak tako ali tako ne bi nihče pogledal. Vsi gledajo le sebe« (Zeitlinger in Štefančič 2021).

Lastnik Facebooka Mark Zuckerberg se v objavi 12. januarja 2018 sklicuje na raziskave, po katerih uporaba družbenih medijev za namene povezovanja z ljudmi ugodno vpliva na počutje in medsebojno povezanost, to pa korelira z dolgoročnimi kazalniki sreče in zdravja. Simptomatično izpostavlja, da »pasivno branje člankov ali gledanje videov naj ne bi bilo tako koristno«, in napoveduje spremembe: arhitektura Facebooka bo optimizirala iskanje pomenljivih in smiselnih družbenih interakcij, preživet čas na Facebooku pa bo tako kakovostneje uporabljen (Zuckerberg 2018). V ozadju namere je ohranjanje poslovnega modela lastnikov (de Vos 2018: 19–20), saj večurno branje besedil ali gledanje videov ne posreduje obsežnih digitalnih sledi uporabnikov, posledično Facebook ne more izvajati optimizacije »uporabniške izkušnje« in izdatnejše personalizacije vsebin. Če parafraziramo Shoshano Zuboff (2019): pasivno branje ne daje dovolj podatkov za avtomatizacijo in optimizacijo potrošnikov, napovedni procesi zahtevajo čim več vstopnih podatkov, na podlagi katerih oblikujejo naše prihodnje aktivnosti in naša »zadovoljstva«.

### **2.3.2 Več komunikacije, več interpasivnosti: Pokažimo čustva ali vsaj pritisnimo čustvenčka**

Prizadevanja po »več komunikacije« kreirajo raznolike vzporedne procese. Uveljavila se je »interaktivna pedagogika« sodobne kulture, ki jo »zaznamujejo nenehni pozivi, kot so 'Pokličite nas!', 'Povejte nam svoje mnenje!', 'Sodelujte!' in podobno« (Pfaller 2019: 73). Tovrstno nagovarjanje posamezniku odvzema možnost premisleka, na katerih področjih bi se zares želel aktivirati:

*Ni to, kar se je zmanjšalo, nekaj povsem drugega – namreč možnost, da se ne vpletamo, da zavzamemo distanco ali tudi da v javnosti obravnavamo vprašanja, ki so povsem drugačna od vprašanj, ob katerih nam običajno pred usta tiščijo mikrofone (Pfaller 2019: 73)?*

Pozivanje k aktivnosti krepi vtis avtonomije, češ, če so posamezniki »participativni«, odpade sum o morebitni manipulaciji: »Če bi bila oblast zgolj represivna, če ne bi nikoli počela ničesar drugega razen tega, da reče ne, mar zares mislite, da bi jo tedaj sploh kdo ubogal« (Foucault 2008: 121)? Manipulacija deluje tudi v situacijah posameznikovega (so)delovanja, posameznik se tudi hitreje (samo) zaslepi, da gre za prostovoljno aktivnost, zato »družbe aktiviranja učinkoviteje nadzirajo svoje subjekte kot represivne družbe, ki hromijo sleherno aktivnost ali jo preprečujejo s policijo« (Pfaller 2019: 72). Bolj ko so ljudje aktivirani, lažje jih po mnenju Pfallerja uspavamo z utvarami, ki si jih sami proizvajajo o svojih

aktivnostih. Če posamezniki v preteklosti pogosto niso imeli dovolj informacij in tudi ne učinkovitih komunikacijskih sredstev, pa je danes drugače: »/D/anašnji sleherniki trpijo zaradi nasprotnega problema, ovira jih zlasti presežek informacij, komunikacij in izražanja« (Hardt in Negri 2012: 18):

*Problem ni več v tem, da pripravimo ljudi, da se izrazijo, ampak da jim omogočimo in dopustimo male oaze samote in tišine, v kateri bi poiskali kakšno misel in jo izrekli. Represivne sile ne pritiskajo na ljudi, naj se ne izražajo, prav nasprotno, silijo jih k izražanju. Kakšno olajšanje, ko nimaš ničesar povedati, ko imaš pravico molčati, saj je šele v tišini možnost oblikovanja kakšne vse bolj redke smiselne ideje« (Deleuze 1995: 129).*

Hardt, Negri in Deleuze izpostavljajo problem (prevelike) pozornosti, a dejansko gre le za drugačno eksplikacijo teorije interpasivnosti, namreč zavračanje komunikacije, sodelovanja, uživanja. Interpasivnost, torej možnost molčanja in neodzivanja, pomeni za nekatere osebe specifično olajšanje in »privilegij«. Izpostavljanje lastnega mnenja je tudi odraz potrebe po »dohitevanju trendov«, skozi ponotranjeno ideologijo izbire (Salecl 2010) pa se posamezniki lažje samozaslepijo, da gre »resnično« za njihove teme.

Da obilno komuniciranje kreira šibkejše pogoje za (samo)refleksijo, je izpostavila tudi Sherry Turkle: »Težko je karkoli drugega početi s 3000 Facebook prijatelji, razen da si povezan« (Turkle 2012). Nenehna povezanost (angl. *always on*) zmanjšuje možnost, da bi se posamezniki naučili biti sami, toda ne osamljeni (Turkle 2012), stalna povezanost tudi ne zagotavlja vedno polne pozornosti (Turkle 2011: 280), prav slednje, torej biti »na zvezki«, pa je lahko hkrati načrtna preživetvena strategija, da posameznik lahko užije nekaj samote. Posamezniki s posredovanjem všečkov, dvignjenih prstov in čustvenčkov pogosto le kreirajo podobe pozornosti, take interpasivne strategije so odraz (in hkrati upor do) kulturne obsedenosti po nenehnem povezovanju, odpiranju in takojšnjosti. Diskrepanca med predvidenimi rabami tehnologije ter družbeno preferiranimi in realiziranimi rabami je odraz kulturnih prioritet. Judy Wajcman (2015: 16) je sodobno kulturno prioriteto, ki določa rabe tehnologije, zgostila v udaren stavek »Hitrost je seksi«. Sami dodajamo, da aktualne rabe odražajo tudi uveljavljeno prepričanje »Čustva so seksi«, posamezniki pa zaželeno komuniciranje čustev lahko prenesejo na konvencionalno dogovorjene znake. Ko denimo reagirajo na SMS-sporočilo s čustvenčkom (angl. *emoji*)<sup>4</sup> v obliki nasmejanega obraza, se čustveno odzovejo na prejeto sporočilo, če pa jim objektivne ali subjektivne

4. Leta 2015 je bil za Oxfordovo besedo leta izbran čustvenček »obraz s solzami smeha« (angl. *Face with Tears of Joy*), najpogosteje uporabljen čustvenček na vseh platformah, ki »najbolje odraža etiko, razpoloženje in preokupacije leta 2015« (OxfordLanguages 2015).

ovire in potrebe (ohranjanje prostora za nedelovanje) tega ne omogočajo, lahko komuniciranje čustev delegirajo na grafično ikono; delujejo interpasivno. Čustvenčki v kombinaciji z besedilom »mehčajo« pomen besedila ali zagotavljajo preferenčno razumevanje, samostojni čustvenčki pa zadostijo normativni potrebi po (čustvenem) odzivanju in ohranijo prostor nedelovanja. Ko posamezniki posredujejo »nasmejani« čustvenček, se namreč praviloma ne smeji, empatičnost delegirajo in ohranijo podobo »odprtih« in senzibilnih posameznikov. Družbeno preferenčno prakso in fatično komuniciranje<sup>5</sup> preložijo na znak. Če konzervirani smeh situacijskih komedij pričara zabaven večer, pa čustvenčki pričarajo »odpiranje« in senzibilnost. Tako kot ni ravno »in« priznati, da uživamo v konzerviranem smehu, tudi ni ravno »in« priznanje, da sta nam »odpiranje« in izražanje empatičnosti do drugih ljudi naporni in sta nam nemara celo odveč. Zgodovinska geneza čustvenih grafičnih ikon nam ponuja posredno pojasnilo, kako se razvijajo strategije interpasivnosti.

Pričelo se je z ASCII-znaki v računalniško posredovani komunikaciji (emotikoni, angl. *emoticons*), ki so jih večinoma nadomestili vizualno bogatejši in eksplicitnejši čustvenčki (angl. *emoji*), zadnjo fazo pa predstavljajo večje, eksplicitnejše in izdatno animirane nalepke (angl. *sticker*). Vsaka faza prinaša bolj obsežno variacijo in kompleksnost (Konrad in dr. 2020: 217); ne gre za preprosto linearno nadomeščanje starejših verzij z novejšimi, saj so rabe in komunikacijske funkcije grafičnih ikon različne. Čustvenčke uporabljamo v različnih operacijskih sistemih in aplikacijah, bolj animirane in eksplicitne nalepke pa so vezane na določeno aplikacijo; nalepke morda ne bodo prevzele prvenstva in povsem izpodrinile čustvenčkov, dejanski razvoj bo rezultanta odločitev tehnoloških razvijalcev in oblikovalcev ter kulturnih dejavnikov (Konrad in dr. 2020: 231–232). Če čustvenčki mestoma dopolnjujejo besedilo, pa so nalepke samostojna »govorna dejanja«, portretirajo telesno govorico in obrazne ekspresije. Nalepke niso simbolne, ampak demonstrativne, so komunikacijsko neposrednejše, uporabnikom nudijo širši obseg načinov izražanja čustev, razpoloženj in dejanj (Konrad in dr. 2020: 222). Ob morebitnem nadaljnjem vztrajanju po »odpiranju« posameznikov se bo vzporedno krepila tudi komunikacijska optimizacija grafičnih ikon (tj. konvencionalizacija praks), torej nadaljnje razvijanje interpasivnih grafičnih ikon, ki razbremenjujejo uporabnike. Družbeno zapovedana »optimizacija čustev« se bo deloma prenesla na

---

5. Termin fatična komunikacija je uvedel antropolog Bronislaw Malinowski, z njim je opisal komunikacijske prakse, ki ne informirajo ali izmenjujejo kakšnih (novih) pomenljivih informacij, ampak izražajo socialnost in ohranjajo kanale komuniciranja »odprte« (Malinowski 1999: 303–304).

čustveno »optimizirano ikono«. Grafično eksplicitnejše ikone je hkrati mogoče interpretirati na manj ekspliciten način. Ob preobilici informacij, interakcij in dogajanja je namreč fatičnost skorajda obvezna preživetvena strategija, ki povratno »mehča« komunikacijsko eksplicitnost nalepk: marsikdaj se nalepke uporabljajo tudi zato, da se jih zares ne »prebere«. Povedna je izjava študentke, intervjuvanke v študiji (Tang in dr. 2021: 18), ki je raziskovala komunikacijske funkcije nalepk s perspektive uporabnika:

*To je lepota nalepk! Ko nimaš ničesar za povedati, lahko uporabiš nalepke. Biti brez besed je nenavadno. Zdaj lahko brez truda zapolniš konverzacijsko vrzel z nalepko. Pri besednem izražanju moraš dobro premisliti, nihče pa te ne bo povprašal po natančnem pomenu nalepke (ibid.).*

Obstaja tudi znotrajkupinska in situacijska preferenčnost: nekatere posameznike razveseli, če zjutraj prek aplikacije WhatsApp ali Viber prejmejo »interpasivno« nalepko kave in lepih želja, druge razveseli šele fotografiran sončni vzhod z vrha Triglava, ki podobno kot »kava« sporoča »pomislil sem nate«. Prakse niso povsem regulirane, posledično v določeni praksi ne moremo samodejno prepoznati elementov interpasivnosti.

### 2.3.3 Algoritmi kot družbena dejstva: zakrita interpasivnost

Če smo do tu predstavili strategije, ko posameznik vloži dodatno delo, da se razbremeni uživanja, ob koncu izpostavljamo strategijo, pri kateri delo in intencionalnost posameznika načeloma umanjata; gre za pogojno interpasivnost. Posamezniki namreč vse več odločitev in izbir delegirajo na algoritme, ki v obliki priporočil svetujejo ali odločajo, kako naj interpretiramo podatke, za kakšna dejanja naj se odločamo, predlagajo artikle ali optimalno potovalno pot (Mittelstadt in dr. 2016: 1). Interpasivnost se najčisteje izrazi v glagolu »googlati«, ki ne aludira le na korporacijo Google, temveč pomeni združevanje algoritemske storitve in same aktivnosti (Willson 2017: 139–140). Algoritmi kot tehnološka infrastruktura sooblikujejo naše razumevanje sveta, so performativni, ker povzročajo in usmerjajo potek dogodkov. Ne zmanjšujejo pristranosti, njihova vpisana vrednostna dimenzija celo krepi tradicionalne patologije in družbene neenakosti (Kitchin 2017: 18–19). Algoritmična kvantifikacija in upodatkovljenje posameznikovih digitalnih sledi na podlagi izračunavanja »za nazaj« kreira priporočila »za naprej«. Posameznike razvršča v statistične kategorije, ki signalizirajo kvantitativno zanesljivost, slednja odvrča posameznika od raziskovanja alternativnih rešitev. Algoritem Google *Autocomplete* zaključuje posameznikove iskalne poizvedbe, pomaga si na podlagi primerjave posameznikov z vsebino in posamezniki, ki jih statistično »vidi« kot podobne (Ananny 2016: 103). Kvantitativno

izračunana relevantnost »zadetkov«, predlogov ali priporočil se navezuje na statistično pripadnost posameznika kategoriji. Algoritmčna personalizacija se prek upodatkovljenja sicer »približa« posamezniku, toda kvantitativna logika računanja korelacij se osredotoča le na napovedovanje verjetnosti prihodnjih procesov in trendov. Korelacija ne pove, zakaj se nekaj dogaja, ampak le ugotavlja, da se nekaj dogaja (v populaciji) (Andrejevic 2014: 1679). Značilnosti in preference populacije se predstavljajo kot značilnosti in preference posameznika.

Čeprav gre za »tlačenje« posameznika v kategorijo, posamezniki algoritmčna priporočila tudi cenijo. Algoritmi so »družbena dejstva« (Durkheim 1966), specifična prisila in omejitve, posamezniki pa v algoritmčnem kategoriziranju vendarle tudi »uživajo«, saj so razbremenjeni odločanja. Še več, ker so algoritmi kot družbena dejstva vsiljeni »od zunaj«, odpade potreba po posameznikovem proizvajanju vtisov delovanja. Artefaktna objektivnost algoritmov omogoča (samo) zaslepitev: ker algoritmi omejujejo posameznike, lahko posamezniki odgovornost za lastno nedelovanje pripišejo algoritmom. V algoritemskem omejevanju lahko uživajo, ker so razbremenjeni odgovornosti za lastno nedelovanje. V nedelovanje in v delegiranje odločitev so prisiljeni. Faze prelaganja/delegiranja sploh ni; moč odločanja in delovanja je »iztrgana« iz rok. Posamezniki lahko podaljšajo (samo)zaslepitev, da so nekoč uživali v opolnomočenosti odločanja. Artefaktnost in tehnološkost algoritmov kot »hladnih naprav« prispevata k »nevidnosti« interpasivnosti, ki je v primeru algoritmov toliko težje predmet posameznikove (samo)refleksije.

Prepričanje, po katerem se tehnologije kar zgodijo in nam vsilijo načine delovanja, lahko razumemo kot strategijo interpasivnosti. Posamezniki tehnologiji pripišejo ključno moč in so celo zainteresirano »slepi« za algoritme. Če se 61 % Norvežanov slabo ali sploh ne zaveda obstoja algoritmov (Gran in dr. :2020 13) in če je skorajda povsem neraziskano področje razumevanja algoritmov med svetovno populacijo (Hargittai in dr. 2020: 764–765), lahko ti podatki odražajo trenutno medijsko pismenost, a hkrati lahko kažejo tudi »strast do nevednosti« (Salecl 2020):

*Različni mediji zdaj veliko pišejo o problemu nadzora, zato ne moremo govoriti, da ljudje s svojimi osebnimi podatki tako ravnajo zaradi pomanjkanja védenja, temveč z njimi tako ravnajo predvsem zaradi zanikanja tega védenja (Salecl 2020: 176).*

Govorimo lahko o razkoraku velikega podatkovja (angl. *big data divide*) med tistimi, ki »sortirajo«, in tistimi, ki »so sortirani« (Andrejevic 2014: 1683). »Biti sortiran« je sicer degradacija, toda »biti sortiran« je lahko za posameznike tudi specifičen »prihranek energije«, v čemer lahko celo uživajo.

Pastem tehnološkega determinizma (tj. kaj tehnologije počnejo z družbo) se potemtakem izognemo tako, da se usmerimo v (rabo) tehnologije kot refleksijo družbenih prioritet. Za potrebe kvalitativnega zgoščevanja v osrednjem besedilu (v poglavjih od 2.3.1 do vključno poglavja 2.3.3) predstavljenih in interpretiranih primerov na koncu predstavljamo shematiziran prikaz infrastrukture interpasivnosti. V tabeli izpostavljamo tipične strategije interpasivnosti, kot se večinsko udejanjajo v posameznih tehnološko oblikovanih okoljih. V zadnjih treh stolpcih so opredeljene ključne značilnosti posamezne strategije, kako se interpasivnost udejanja in razrešuje znotraj posamezne tehnološke infrastrukture.

**Tabela: Infrastrukturne podlage interpasivnosti.**

<b>Komunikacijski kanal/infrastruktura</b>	<b>Splet 1.0</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (elektronska pošta, blogi, klepetalnice)</li> <li>• emotikoni</li> </ul>	<b>Splet 2.0</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (platforme družbenih medijev: Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Viber, YouTube)</li> <li>• čustvenčki/nalepke</li> </ul>	<b>Algoritemski priporočilni sistemi</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (GoogleAutocomplete, PageRank, skupinsko filtriranje)</li> </ul>
Dominantni nosilec informacije	Uporabniško generirano besedilo	Uporabniško generirana avdiovizualna vsebina	Digitalne sledi uporabnika
Prevladujoči tip odnosa uporabnika do delovanja	<b>Delovanje</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uporabnik kot nosilec prakse</li> <li>• Refleksivnost prakse</li> </ul>	<b>Delegiranje delovanja</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uporabnik kot nosilec konvencionalizirane podobe prakse</li> <li>• Proizvajanje prakse</li> <li>• Performativnost prakse</li> </ul>	<b>Odsotnost delovanja</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Upodatkovljenje uporabnika</li> <li>• Algoritmi kot družbeno-tehnična omejitve</li> <li>• Algoritmčna personalizacija prakse</li> </ul>
Prevladujoči tip razmerja do užitka	<b>Kreiranje videza užitka</b>	<b>Odsotnost užitka</b>	<b>Užitek odsotnosti</b>
Prevladujoča strategija interpasivnosti	Sintetična personalizacija	Uporabniško generirana interpasivnost	Algoritemska/artefaktna interpasivnost
Prevladujoče ideološko prepričanje kot izhodišče interpasivnosti	Transparentnost uporabnika	Transparentnost prakse	Transparentnost podatkov/digitalnih sledi uporabnika

### 3 Zaključek: Interpasivnost kot kulturno-situacijski Plan B

Čeprav ne moremo »vtikati nos[u] v načine mišljenja drugih ljudi« (Geertz 1996: 94) in za vsako prakso enoznačno določiti temeljne komunikacijske namere, v prispevku vseeno izhajamo iz temeljne družbenosti in reguliranosti praks. Tako zožujemo horizont pogleda, torej kako gledamo na prakse in kaj vidimo v praksah. Skozi eksplikacijo sodobne kulture »močnega« posameznika smo interpasivne strategije poskusili *pojasnjevati* in hkrati v konkretnih primerih te iste prakse tudi *razumeti* kot specifično preživetveno strategijo posameznikov. Primere smo interpretirali kot brezšivno polje, v katerem objektivna prisila sodobne uživaške kulture in posameznikovo upravljanje s temi zahtevami koincidirata. Če Susanna Paasonen (2017) omreženo povezljivost (angl. *network connectivity*) razume kot infrastrukturo intimnosti, v omreženih povezavah pa vidi družbeno-tehnično možnost, ki modulira intimnost, smo sami v strategijah interpasivnosti videli družbenost tehnologije in tehnološkost (infrastrukturnost) prakseologije. Prakse opolnomočenosti in njene hrbtna, rezervna in situacijsko pogojena alternativna preživetvena strategija smo pojasnjevali in razumeli kot kulturno prakso, kot jo omogoča in določa tehnološka infrastruktura.

Tabelarno predstavljeni in posledično shematizirani primeri strategij interpasivnosti niso niti idealnotipski niti reprezentativni; ne gre za skrepenele strategije, ki jih lahko vnaprej pripišemo posameznikom. Namen članka je razširitev pogleda, skratka kaj kulturno pomenljivega še videti v rabi digitalnih tehnologij. Besedilo ni podprto s sistematičnimi empiričnimi evidencami in njegov namen ni kvantitativno statistično zgoščevanje, temveč kvalitativno poudarjanje in osvetljevanje praks; je poskus tipologizacije in interpretacije komunikacijskih praks skozi specifično teorijo, kjer prakse vidimo kot polje tehničnega in kulturnega, vstavljenega enega v drugega.

Čisto na koncu izpostavljamo še dvoje »pojasnil k uvodu«, za kateri sodimo, da ju je pri prihodnjem raziskovanju interpasivnosti treba upoštevati. Prvič, izpostavimo individualni vidik: strategije interpasivnosti so namreč lahko izrazito vezane na posameznikovo upravljanje z vtisi. Velja izpostaviti, da se pri »dramatizaciji« lastnega dela »posamezniki pogosto soočijo z dilemo, ali naj se posvetijo izražanju ali delovanju. Ljudje, ki imajo čas in talent za dobro izvajanje neke naloge, zaradi tega morda nimajo časa ali talenta, da pokažejo, da to nalogo izvajajo dobro« (Goffman 2014: 44), zato se lahko v interpasivnost zatečejo prav z namenom, da se bodo še naprej lahko osredinjali na delovanje in torej še naprej – uživali. Na tej ravni so razlogi za interpasivnost torej drugačni. Drugič, pomembno je upoštevati kolektivno-generacijski vidik: percepcija interpasivnih praks je delno



generacijsko pogojena. Če oseba v določeni praksi prepozna obrise interpasivnosti, to vselej več pove o njeni generacijski (družbeni) določenosti. Mlajše generacije v interaktivnih tehnologijah ne bodo nujno uzrle »skladišča« občasnih interpasivnih praks, saj so tudi njihova percepcija družbenosti ter razumevanje, prepoznavanje in kategorizacija praks drugačni. Družbena reguliranost prakse ni ahistorična, temveč se generacijsko in infrastrukturno (tehnološko) spreminja: semiotika »zabave« in »uživanja« je vselej specifična variacija, posledično so strategije interpasivnosti (kako se razbremeniti zabave in uživanja) generacijsko in situacijsko specifične. Predstavljeni primeri niso enoznačni idealnotipski primeri, v katerih bi vselej lahko videli zametke interpasivnosti; ustrezneje jih je obravnavati kot potencialne, situacijske, »rezervne« scenarije.

## SUMMARY

The article thematises and explains modern communication practices through the theoretical framework of interpassivity. Interpassivity is an established cultural phenomenon of delegating feelings from the individual to objects of material culture. The text problematises the communication practices of performing and delegating images of individual empowerment (enjoyment, participation, empathy) when individuals use a conventional image that performs and confirms their action, all while they could maintain a state of inactivity.

The text interprets modern interpassive strategies, which occasionally relieve individuals of heavily propagated practices of enjoyment, participation, interactivity, and empathetic communication. The neoliberal emphasis on individuals' choices and responsibilities for their own lives has created circumstances in which individuals find it increasingly difficult to attest to their empowerment, which is often delegated to a situationally coded and conventionalised image that counts as empowerment practice.

The postponement of action or the staging of images of enjoyment, empowerment and empathy does not mean a rejection of action and emancipation, but is largely a reflection of the individual's inability to always live and witness action and emancipation. Individuals are not always able to self-realise and act according to their images of empowerment. The privilege of being able to enjoy has evolved into a demand for enjoyment and, as a result, individuals put extra effort into portraying images of fulfilling that demand in order to relieve themselves of the burden that obligation intrinsically carries. Interpassive practices therefore mean an alternative confrontation with the demands of empowerment, enjoyment and empathy. Those become situationally and strategically activated by individuals when they are unable to enjoy or have fun, and when they do

not want or are unable to be empathic. Additional work is intentionally put in (producing user-generated content, which authenticates the images of social action) in order to absolve themselves of the demand for action. Individuals create conventional images of specific practices (enjoyment practice, entertainment practice) to rid themselves of the demands for enjoyment and entertainment. The semiotic material thus created indicates action practices, and individuals are able to maintain a state of inaction. Through interpassive strategies, individuals keep the integrity of self-realised individuals who live up to their own demands. The continual demand for the constant transparency of the individual creates a perpetually increasing pool of socially conventionalised and, consequently, communicatively successful examples of typical practice, which at the same time creates a parallel process of dispersing communication activities in which the individual can largely avoid taking any action.

The text initially outlines the theory of interpassivity and the wider social circumstances as direct accelerators of current versions of interpassivity and then sets out the strategies of interpassivity through modern digital technologies. By analysing and interpreting primary and secondary sources, the text thematises and defines interpassive strategies as reflected in the use of individual digital technologies. The use of technology indicates social priorities and values, namely, the use of technology as the infrastructure of sociability, also indicates strategies of interpassivity.

Empowerment practices are thus accompanied by their backup and situation-based alternative strategies of interpassivity. Specific strategies have been defined as manifestations and realisations of the cultural practice of interpassivity, as facilitated and determined by the existing technological infrastructure.

Interpassivity as a basic theoretical and thematic research framework enables the analysis and interpretation of dominant communication practices in individual types of digital technologies. In the presented examples of communication practices (social media platforms, mobile phones, algorithmic recommendation systems), we identify the interpassive strategies as the individual's strategy to satisfy the need to catch up and deliver images of empowerment. The starting point of interpassivity is the optimised transparency and visibility of individuals within digital technologies. The public display and resulting delegation are enabled by the semiotic conventionalisation of practices that reaffirm empowerment practices and allow individuals to maintain inactive. The architecture of digital technologies and the increasingly efficient possibilities of producing user-generated content create circumstances in which individuals do additional work (publication of photography) to relieve themselves of action and enjoyment. The social demands for communicating emotions found their proper echo in the interpassive strategies of delegating such

emotions to graphic icons. The last (largely conditional and less visible) interpassive strategy is identified in the algorithmic recommendation systems. Algorithms as an artefact of socio-technical coercion and social fact are an objective limitation for individual action, the perception of algorithms as »cold devices« therefore allows for specific (self)deception: because algorithms limit individuals, they can attribute the responsibility for their inaction to these algorithms.

The presented strategies of interpassivity are distinctly situational, individual and also generationally conditioned, which means we cannot and should not always recognise the outlines of interpassivity.

## Zahvala

Zahvaljujem se recenzentom/recenzentkam za koristne pripombe, ki so pripomogle k izboljšavi prvotnega besedila članka.

## Literatura

- Ananny Mike (2016): Toward an Ethics of Algorithms: Convening, Observation, Probability, and Timeliness. *Science, Technology, & Human Values*, 41 (1): 93–117. DOI: <https://doi.org/10.1177/0162243915606523>.
- Andrejevic, Mark (2014): The Big Data Divide. *International Journal of Communication*, 8: 1673–1689. Dostopno prek: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2161> (21. 4. 2021).
- Arendt, Hannah (1996): *Vita activa*. Ljubljana: Krtina.
- Austin, John Langshaw (1990): *Kako napravimo kaj z besedami*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Boncardo, Robert (2018): Interpassivity and the Impossible: From Art to Politics in Pfaller's Interpassivity: The Aesthetics of Delegated Enjoyment. *Continental Thought & Theory: A Journal of Intellectual Freedom*, 2 (1): 298–317. Dostopno prek: <https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/15482/CTT%20V2N1%2013%20Boncardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (12. 8. 2021).
- Bown, Alfie (2018): Interpassive Online: Outsourcing and Insourcing Enjoyment in Platform Capitalism. *Continental Thought & Theory: A Journal of Intellectual Freedom*, 2 (1): 318–332. Dostopno prek: <https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/15483/CTT%20V2N1%2014%20Bown.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (9. 8. 2021).
- Bryman, Alan (2008): *Social Research Methods*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Bucher, Taina (2012): Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14 (7): 1164–1180. Dostopno prek: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444812440159> (20. 9. 2021).

- Bucholtz, Mary, in Hall, Kira (2004): *Language and Identity*. V A. Duranti (ur.): *A Companion to Linguistic Anthropology*: 369–394. Oxford: Blackwell Publishing.
- Bucholtz, Mary, in Hall, Kira (2005): *Identity and Interaction: A Sociocultural Linguistic Approach*. *Discourse Studies*, 7 (4–5): 585–614.
- Couldry, Nick (2014): *Inaugural: A necessary disenchantment: myth, agency and injustice in a digital world*. *The Sociological Review*, 62 (4): 880–897. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12158>.
- Deleuze, Gilles (1995): *Negotiations 1972–1990*. New York: Columbia University Press.
- Dolar, Mladen (1997): *Interpasivnost*. *Filozofski vestnik*, 18 (3): 9–30.
- Durkheim, Émile (1966): *The Rules of Sociological Method*. New York: The Free Press.
- Fairclough, Norman (1989): *Language and Power*. London: Longman.
- Foucault, Michel (2008): *Vednost – oblast – subjekt*. Ljubljana: Krtina.
- Fuchs, Christian (2017): *Social Media: A Critical introduction*. Los Angeles, London, NewDelhi, Singapore, Washington, Melbourne: SAGE Publications.
- Geertz, Clifford (1996): »Z domorodskega zornega kota«: o naravi antropološkega razumevanja. *Časopis za kritiko znanosti*, XXIII (179): 91–105.
- Goffman, Erving (2014): *Predstavljanje sebe v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Grimshaw, Mike (2018): *Interpassivity: The necessity to retain a semblance of the mundane?* *Continental Thought & Theory: A Journal of Intellectual Freedom*, 2 (1): 50–62. Dostopno prek: <https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/15473/CTT%20V2N1%204%20Grimshaw.pdf?sequence=3&isAllowed=y> (9. 8. 2021).
- Gran, Anne-Britt, Booth, Peter, in Bucher, Taina (2020): *To be or not to be algorithm aware: a question of a new digital divide?* *Information, Communication & Society*, 23: 1–18. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1736124>.
- Hardt, Michael, in Negri, Antonio (2012): *Declaration*. Argo Navis Author Services. Dostopno prek: <https://antonionegriinenglish.files.wordpress.com/2012/05/93152857-hardt-negri-declaration-2012.pdf> (23. 8. 2021).
- Hargittai, Eszter, Gruber, Jonathan, Djukaric, Teodora, Fuchs, Jaelle, in Brombach, Lisa (2020): *Black box measures? How to study people's algorithm skills*. *Information, Communication & Society*, 23 (5): 764–775. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1713846>.
- Herring, Susan (2004): *Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior*. V S. A. Barab, R. Kling, J. H. Gray (ur.): *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*: 338–376. New York: Cambridge University Press.
- Hoffman, Christian R. (2017): *Log in: Introducing the pragmatics of social media*. V C. Hoffmann in W. Bublitz (ur.): *Pragmatics of Social Media*: 1–28. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton.

- jagodzinski, jan (2018): Interrogating Interpassivity. *Continental Thought & Theory: A Journal of Intellectual Freedom*, 2 (1): 270–297. Dostopno prek: <https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/15481/CTT%20V2N1%2012%20Jagodzinski.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (9. 8. 2021).
- Kitchin, Rob (2017): Thinking Critically about and Researching Algorithms. *Information, Communication & Society*, 20 (1): 14–29. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154087>.
- Konrad, Artie, Herring, Susan C., in Choi, David (2020): Sticker and Emoji Use in Facebook Messenger: Implications for Graphicon Change. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25 (3): 217–235. DOI: <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmaa003>.
- Krips, Henry (2018): Ideology and its Pleasures: Althusser, Žižek & Pfaller. *Continental Thought & Theory: A Journal of Intellectual Freedom*, 2 (1): 333–367. Dostopno prek: <https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/15484/CTT%20V2N1%2015%20Krips.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (13. 1. 2022).
- Kuldova, Tereza (2018): Interpassive Phenomena in Times of Economic Subordination: From Self-playing Games via Cryptocurrency Mining to Dressing Up in Subversion. *Continental Thought & Theory: A Journal of Intellectual Freedom*, 2 (1): 32–49. Dostopno prek: <https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/15472/CTT%20V2N1%203%20Kuldova.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (9. 8. 2021).
- Lacan, Jacques (1988): Seminar [VII: Etika psihoanalize 1959–1960]. Ur. Jacques-Alain Miller. Ljubljana: Delavska enotnost.
- Lacan, Jacques (2008): Hrbtna stran psihoanalize. Ljubljana: Analecta. Društvo za teoretsko psihoanalizo.
- Lacan, Jacques (2010): Štirje temeljni koncepti psihoanalize. Ljubljana: Analecta. Društvo za teoretsko psihoanalizo.
- Landert, Daniela (2017): Participation as user involvement. V C. Hoffmann in W. Bublitz (ur.): *Pragmatics of Social Media*: 31–60. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton.
- Leppänen Sirpa, Kytölä, Samu, Jousmäki, Henna, Peuronen, Saija, in Westinen, Elina (2014): Entextualization and resemiotization as resources for identification in social media. V P. Seargeant in C. Tagg (ur.) *The Language of Social Media*: 112–136. London: Palgrave Macmillan. DOI: [https://doi.org/10.1057/9781137029317\\_6](https://doi.org/10.1057/9781137029317_6).
- Leppänen, Sirpa, Spindler Møller, Janus, Rørbeck Nørreby, Thomas, Stæhr, Andreas, in Kytölä, Samu (2015): Authenticity, normativity and social media. *Discourse, Context and Media*, 8 (junij 2015): 1–5. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2015.05.008>.
- Lister, Martin, Dovey, Jon, Giddings, Seth, Grant, Iain, in Kelly, Kieran (2003): *New media: a critical introduction*. London, New York: Routledge.
- Malinowski, Bronislaw (1999): On Phatic Communion V A. Jaworski in N. Coupland (ur.): *The Discourse Reader*: 302–305. London, New York: Routledge.
- Marshall, David P. (2004): *New Media Cultures*. London: Arnold.
- Mittelstadt, Brent Daniel, Allo, Patrick, Taddeo, Mariarosaria, Wachter, Sandra, in Floridi, Luciano (2016): The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society* 3 (2): 1–21. DOI: <https://doi.org/10.1177/2053951716679679>.

- Močnik, Rastko (1985): *Beseda ... besedo*. Ljubljana: Založba ŠKUC.
- Močnik, Rastko (1999): *3 teorije: ideologija, nacija, institucija*. Ljubljana: Založba /\*cf.
- Oenen, Gijs van (2010): Three cultural turns: how multiculturalism, interactivity and interpassivity affect citizenship. *Citizenship Studies*, 14 (3): 293–306. DOI: <https://doi.org/10.1080/13621021003731856>.
- Oenen, Gijs van (2011): Interpassive Agency: Engaging Actor-Network-Theory's View on the Agency of Objects. *Theory & Event*, 14 (2): 1–19. Dostopno prek: <https://muse.jhu.edu/article/440479> (9. 8. 2021).
- Oenen, Gijs van (2018): Robert Pfaller: Theorist of public grace. *Continental Thought & Theory. A Journal of Intellectual Freedom*, 2 (1): 104–131. Dostopno prek: <https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/15476/CTT%20V2N1%207%20van%20Oenen.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (12. 8. 2021).
- Pasonen, Susanna (2017): Infrastructures of intimacy. V R. Andreassen, M. Nebeling Petersen, K. Harrison in T. Raun (ur.): *Mediated Intimacies; Connectivities, Relationalities and Proximities*: 103–116. London, New York: Routledge.
- Pfaller, Robert (2019): Interpasivnost: Radosti delegiranega uživanja. Ljubljana: Maska.
- Rafaeli, Shezaf, in Sudweeks, Fay (1997): Networked Interactivity. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2 (4). Dostopno prek: <https://academic.oup.com/jcmc/article/2/4/JCMC243/4584410> (9. 8. 2021).
- Reckwitz, Andreas (2002): Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5 (2): 243–263. Dostopno prek: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13684310222225432> (20. 9. 2021).
- Rosa, Hartmut (2014): From Work-Life to Work-Age Balance? Acceleration, Alienation, and Appropriation at the Workplace. V C. Korunka in P. Hoonakker (ur.): *Impact of ICT on Quality of Working Life*: 43–61. Dordrecht: Springer.
- Salecl, Renata (2010): *Izbira*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Salecl, Renata (2020): *Strast do nevednosti: Kdaj in zakaj ne želimo vedeti*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Tang, Ying, Hew, Khe Foon, Herring, Susan C., Chen, Qian (2021): (Mis)Communication through Stickers in Online Group Discussions: A Multiple-Case Study. *Discourse & Communication*, 15 (september 2021). DOI: <https://doi.org/10.1177/17504813211017707>.
- Turkle, Sherry (1995): *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Turkle, Sherry (2011): *Alone Together; Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Turkle, Sherry (2012): *In Constant Digital Contact, We Feel Alone Together; Interview with Sherry Turkle*. NPR, 17. 10. 2012. Dostopno prek: <http://www.npr.org/2012/10/18/163098594/in-constant-digital-contact-we-feel-alone-together> (23. 8. 2021).

- Ule, Mirjana (2002): Razlike, ki delajo razlike: Življenjski stili, individualizacija in spremembe identitetnih struktur. *Družboslovne razprave*, 18 (39): 75–86.
- Ule, Mirjana (2014): Spremembe vsakdanjega življenja in življenjskih potekov v sodobnih globaliziranih družbah. *Teorija in praksa*, 51 (posebna številka): 309–327.
- Vos, Jan de (2018): Fake subjectivities: Interpassivity from (neuro)psychologization to digitalization. *Continental Thought & Theory: A Journal of Intellectual Freedom*, 2 (1): 5–31. Dostopno prek: <https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/15471/CTT%20V2N1%202%20De%20Vos.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (31. 8. 2021)
- Wajzman, Judy (2015): *Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Willson, Michele (2017): Algorithms (and the) everyday. *Information, Communication & Society*, 20 (1): 137–150. Dostopno prek: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1200645> (17. 4. 2021)
- Wyatt, Sally (2003): Non-Users Also Matter: The Construction of Users and Non-Users of the Internet. V N. Oudshoorn in T. Pinch (ur.): *How Users Matter: The Co-Construction of Users and Technology*: 67–79. Cambridge: The MIT Press.
- Zeiber, Cindy, in Grimshaw, Mike (2018): The Impractical Interpassive: Introduction to the Issue on Robert Pfaller's Interpassivity. *Continental Thought & Theory: A Journal of Intellectual Freedom*, 2 (1): 1–4. Dostopno prek: <https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/15470/CTT%20V2N1%201%20Intro.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (13. 1. 2022)
- Zuboff, Shoshana (2019): *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.
- Žižek, Slavoj (1989): *The Sublime Object of Ideology*. London, New York: Verso.

## Viri

- OxfordLanguages (2015): *Word of the Year 2015*. Oxford University Press. Dostopno prek: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2015/> (25. 8. 2021)
- The Body Coach TV (2017): 15 Minute Fat Burning HIIT Workout | No Equipment. The Body Coach. You Tube, 16. 4. 2017. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=TkaYafQ-XC4> (9. 8. 2021).
- Zeitlinger, Peter (intervjuvanec), in Štefančič, Nadina (novinarka) (2021): Peter Zeitlinger: Vsakomur bi predlagal, naj za en teden izklopi Instagram in gleda v naravo. MMC RTV SLO, 25. 10. 2021. Dostopno prek: <https://www.rtv slo.si/kultura/intervju/peter-zeitlinger-vsakomur-bi-predlagal-naj-za-en-teden-izklopi-instagram-in-gleda-v-naravo/598608> (25. 10. 2021).
- Zuckerberg, Mark (2018): One of our big focus areas for 2018 is making sure the time we all spend on Facebook is time well spent. Facebook, 12. 1. 2018. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/zuck%20/posts/10104413015393571> (12. 8. 2021).

**Podatki o avtorju**

doc. dr. **Tadej Praprotnik**

Univerza na Primorskem, Fakulteta za humanistične študije

Titov trg 5, 6000 Koper, Slovenija

E-mail: [tadej.praprotnik@fhs.upr.si](mailto:tadej.praprotnik@fhs.upr.si)