

Kultura



ČASOPIS ZA TEORIJU I SOCIOLOGIJU
KULTURE I KULTURNU POLITIKU

EKRANSKA KULTURA

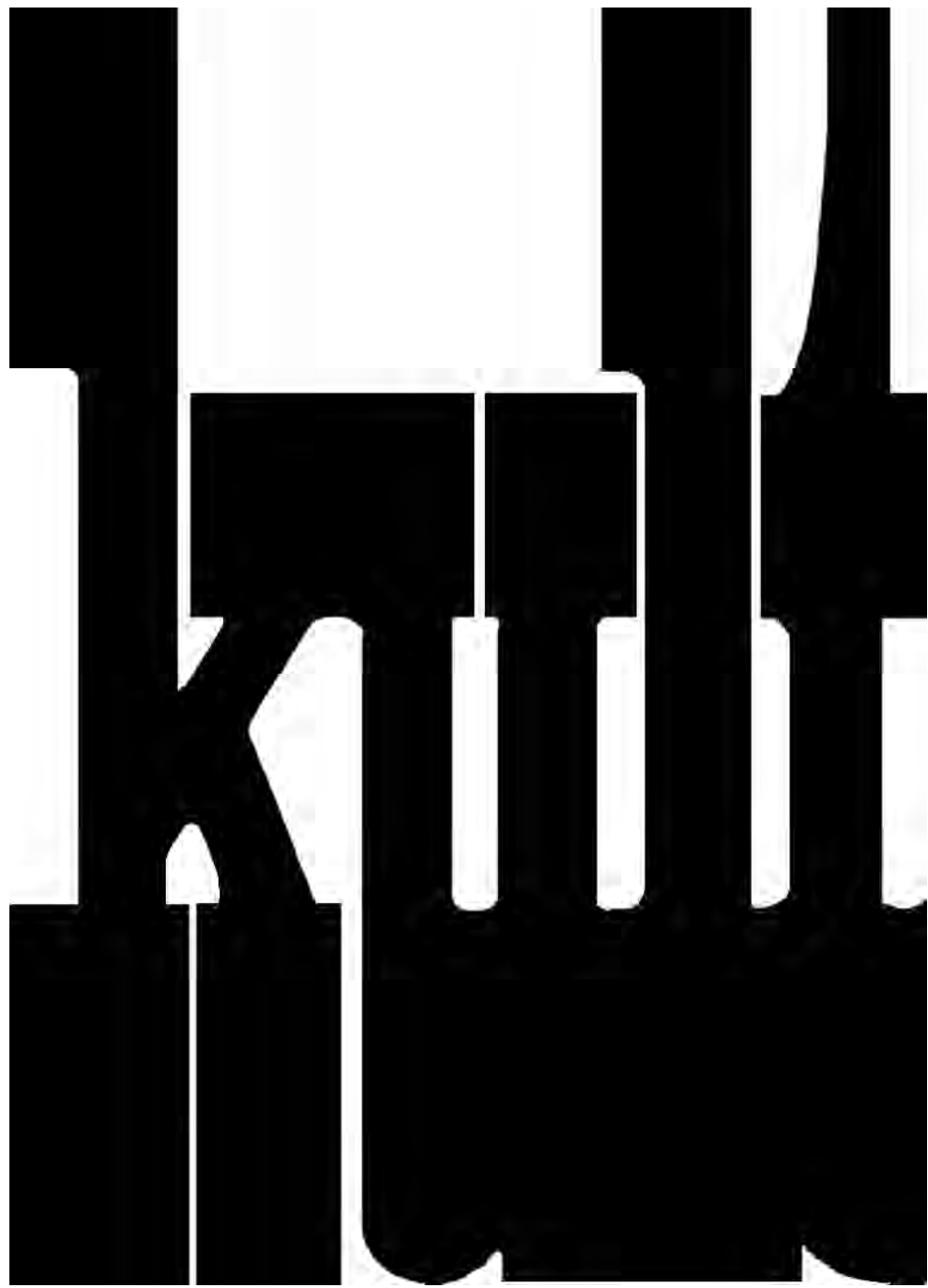
Prigledila
od VLADISLAVA GORDIĆ PETKOVIĆ

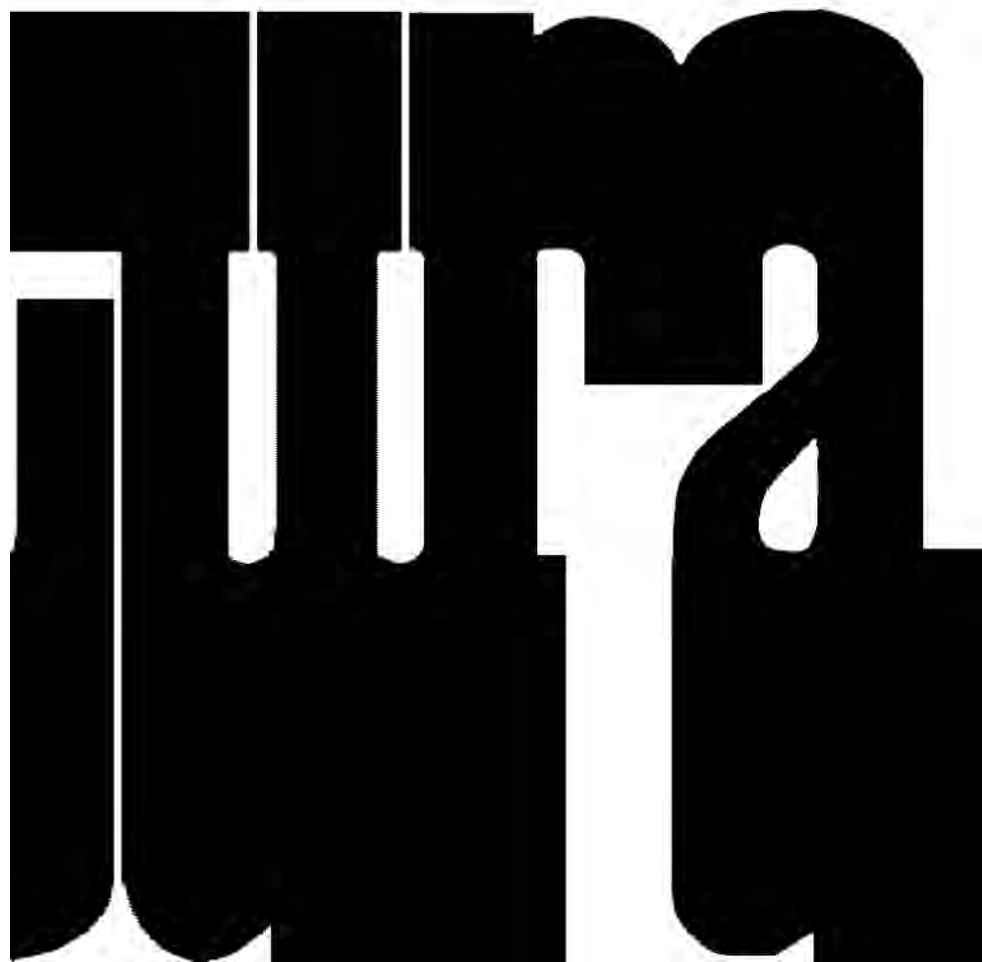
- IVANA MILČEVIĆ
- BRNA RADIĆ-SARADOS
- ELIJANA RADIĆ-BOJANIĆ
- SAŠA RADOVIĆ
- DOBROSLAV STANOJEVIĆ
- JASMINA VRSBAJAC
- DRAGOLJUB PERIĆ
- LJUBINKA SAVIĆ
- ANA TASIĆ
- ZORAN JEVTIĆ
- DRAGAN ČALONIĆ
- VLADISLAV ŠČEPANOVIĆ
- MILENA KOSTIĆ
- JAGODA TOPALOV
- ŠEBEKIRAN BRANKOVIĆ
- MILENA GRADIĆEVIĆ ŠEŠIĆ
- DRAGAN NIKOLIJEVIĆ
- MAŠA YUKANOVIĆ
- ANA STEVANOVIĆ
- MAJA ČIRIĆ

EKRANSKA KULTURA



EKRANSKA KULTURA





**ČASOPIS ZA TEORIJU
I SOCIOLOGIJU KULTURE
I KULTURNU POLITIKU**

KULTURA

Redakcija: dr Divna Vuksanović, dr Veselin Kljajić, dr Rada Drezgić, dr Vesna Mikić, dr Vladislava Gordić Petković, dr Angelina Milosavljević, dr Zoran Jevtović, dr Aleksandar Prnjat, dr Dragan Čalović, mr Gorana Petrović, Peđa Pivljanin (sekretar)

Glavni urednik: dr Milanka Todić

Lepotom časopisa bavio se: Bole Miloradović

Lektura i korektura: Dragana Martinović

Priprema za štampu: Svetozar Stankić

Fotografije: Isidora Bojović

Izdavač: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka

Odgovorni urednik: Aleksandar Lazarević

Redakcija časopisa *Kultura*, Beograd, Rige od Fere 4,
tel. 2187-637

E-mail: kultura@zaprokul.org.rs

Web site: www.zaprokul.org.rs

Časopis izlazi četiri broja godišnje

Svi tekstovi u časopisu se recenziraju

Pretplate slati na adresu: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Rige od Fere 4, račun 840-713668-11 s naznakom "Za časopis *Kultura*"

KULTURA – Review for the Theory and Sociology of Culture and for the Cultural Policy (Editor in Chief dr Milanka Todić), Beograd, Rige od Fere 4, tel. (+ 381 11) 2637 565

Published quarterly by Zavod za proučavanje kulturnog razvitka (Center for Study in Cultural Development), Beograd, Rige od Fere 4

Štampa: FOTO FUTURA,
Beograd, Beogradskog bataljona 3,

Tiraž: 500

Štampanje završeno: oktobra 2009.

ISSN 0023-5164

UDK 316.7

Izdavanje ovog broja *Kulture* pomoglo je
Ministarstvo kulture Republike Srbije

SADRŽAJ

EKRANSKA KULTURA
priređila dr Vladislava Gordić Petković

Vladislava Gordić Petković
NAPOMENA PRIREĐIVAČA
11

Ivana Milojević
KAKVA NAM SE BUDUĆNOST
PREDSKAZUJE – ODGOVOR
SAJBERFEMINIZMA NA
SAJBERPATRIJARHAT
15

Mirna Radin-Sabadoš
O “DRUGIM PROSTORIMA”
POSTMODERNOG SVETA – “EKRANSKA
KULTURA” KAO MATRICA SAŽIMANJA
VREMENA I PROSTORA
41

Biljana Radić-Bojanić
ELEKTRONSKA KOMUNIKACIJA 2.0 –
FEJSBUK KAO VIRTUELNA ZAJEDNICA
51

Saša Radojčić
SRPSKA KNJIŽEVNA BLOGOSFERA
61

Dobrivoje Stanojević
RETORIKA I EKTRAN
69

SADRŽAJ

Jasmina Vrbavac
TELEVIZIJA, PROMOCIJA
ILI SMRT KNJIGE
79

Dragoljub Perić
PESMA U FILMU I FILM S PEVANJEM –
KA GENOLOŠKO-TIPOLOŠKIM
I KULTURNIM ASPEKTIMA ŽANRA
87

Ljubinka Savčić
BEOGRAD U SAVREMENOM SRPSKOM
FILMU: URBANE PRIČE
97

Ana Tasić
POZORIŠTE U MEDIJSKOM KONTEKSTU
109

Zoran Jevtović
PRIVIDI PLURALIZMA U GLOBALNIM
MASMEDIJSKIM PEĆINAMA
125

Dragan Čalović
TEORIJA MEDIJA KAO NAUČNA
DISCIPLINA: PREDMET I CILJEVI
143

Vladislav Šćepanović
MEDIJSKA KULTURA I TERORIZAM –
SIMBIOZA MEDIJA I DESTRUKCIJE
153

Milena Kostić
BEOWULF AND TECHNOLOGY – FROM
ORAL TRADITION TO COMPUTER
ANIMATED SILVER SCREEN
PRODUCTION
165

Jagoda Topalov
PERCEPTION AND PERCEPTABILITY –
ISSUES OF GAZE AND EMASCULATION
IN HIGH FIDELITY
181

SADRŽAJ

ISTRAŽIVANJE

Srbobran Branković
MESTO “EKRANSKE KULTURE”
U NAŠIM ŽIVOTIMA
197

Milena Dragičević-Šešić
TEATRALIZACIJA ISTORIJE ILI PUT U
BUDUĆNOST – DRAMSKO DELO
ZORICE JEVREMOVIĆ
209

Dragan Nikodijević
MEDIJSKA KULTURA U SENCI EKONOMIJE
MEDIJA
221

Maša Vukanović
MUZEJI SRBIJE – AKTUELNO STANJE
243

PRIKAZI

Maja Ćirić
ESTETIKA FOTOGRAFIJE, GUBITAK I
OSTATAK
261

Ana Stevanović
TRANSKULTURNA EVROPA – KULTURNA
POLITIKA U EVROPI
KOJA SE MENJA
265

SUMMARY
273

CONTENTS
285

EKRANSKA KULTURA





VLADISLAVA GORDIĆ PETKOVIĆ

NAPOMENA V PRIREĐIVAČA

“Nekad smo živeli u imaginarnom svetu ogledala, raspolućenog bića i pozornice, u svetu drugosti i otuđenja. Danas živimo u imaginarnom svetu ekrana, interfejsa i reduplikacije. Sve naše mašine su ekrani. I mi smo postali ekrani, a ljudska interaktivnost postala je interaktivnost ekrana”

Žan Bodrijar

“Više nemamo korene – imamo antene. Više nemamo poreklo – imamo terminale.” Ovim rečima Mekenzija Vorka, australijskog teoretičara medija, kao da se potpuno potvrđuje naša sumnja da u munjevitom tehnološkom progresu sve više živimo svoju budućnost i sve odlučnije brišemo prošlost. Kulturu reči zamenjuje kultura ekrana: “Nekad smo živeli u imaginarnom svetu ogledala, raspolućenog bića i pozornice, u svetu drugosti i otuđenja. Danas živimo u imaginarnom svetu ekrana, interfejsa i reduplikacije. Sve naše mašine su ekrani. I mi smo postali ekrani, a ljudska interaktivnost postala je interaktivnost ekrana”, piše Žan Bodrijar u tekstu “Terminalni identitet”.

Izvesno je da ekran već decenijama dominira našim životima: od perifernog vida zabave polako postaje vid komunikacije, pa i učenja kome poklanjamo ne samo svoju dokolicu nego i poverenje. Internet i kompjuterska tehnologija postali su, u laičko-populističkom viđenju sveta, drugo ime za **bekstvo od sebe**. Takvo shvatanje može da preformuliše stalni motiv otuđenja, vekovima prisutan u literaturi i u istoriji nauke: ideja da što je okruženje na višem civilizacijskom nivou, ono postaje artificijelnije i time sve

dalje od neke apstraktne, zamišljene suštine izvorne ljudske prirode, dobija nov oblik.

Svest o digitalnom jazu između štampe i ekrana više je nego puko osvedočenje: postavlja se pitanje kako smestiti elektronski tekst u istoriju, odnosno kako ga opisati i klasifikovati. Kulturno delo ekranske književnosti, hipertekst "Popodne" Majkla Džojasa, ima šest različitih izdanja, od kojih je svako drugačija verzija sa znatnim preinačenjima. U svakom narednom izdanju broj linkova se povećava, a grafika se menja. Kako onda prirediti kritičko izdanje? Da li ono treba da bude štampano u formi knjige ili sačinjeno u vidu emulacije "softverskog" okruženja prvobitno korišćenog programa "storispejs"?

Majkl Džojas kaže da "štampa ostaje ono što jeste, dok se elektronski tekst neprekidno menja", a Džej Dejvid Bolter u studiji "Prostor za pisanje" ističe da je elektronski tekst "prvi tekst u kome su elementi značenja, strukture i vizuelnog izgleda suštinski nestabilni", a da su svi podaci u kompjuterskom svetu "jedna vrsta kontrolisanog pokreta, i otud je prirodna sklonost kompjuterskog pisanja da se menja, raste i na kraju nestane."

Mari-Lor Rajan, u eseju "Kiberprostor, virtuelnost i tekst", navodi kao karakteristike štampanog teksta trajnost, jedinstvo, red, monologiziranje, sekvencijalnost, čvrstinu i statičnost. Virtuelni tekst i ekranske sadržaje karakterišu efemernost, kaos, dijalozizam, paralelizam, fluidnost, dinamika. No, opozicija između fiksiranih, pouzdanih štampanih tekstova, s jedne strane, i fluidnih i dinamičkih ekranskih sadržaja, s druge strane, zapravo je lažna. Kao što ni štampanom tekstu ni manuskriptu nije garantovana trajnost, tako ni efemernost digitalnog teksta i ekranskih sadržaja nije svršena stvar; ne moramo automatski da se pomirimo s gubitkom najvrednijih podataka da bismo pojмили pun potencijal medija. Proglašavajući medij nestabilnim, mi ga romantizujemo, a romantizujemo ga verovatno stoga što je zagonetka uvek intrigantnija od štute definicije.

Knjiga, pozorište, film i internet formiraju jednu čvrstu koaliciju i već se predstavljaju kao identitet s kontinuitetom. Upravo su iz tog razloga prilozi u ovom tematu raspoređeni tako da ne poštuju hronologiju nastanka medija o kojima se u njima govori. Polazimo

od budućnosti koja je već počela – od “sajberspejsa”, o kome piše Ivana Milojević, pružajući nam na uvid ne samo malu istoriju ovog medijskog prostora već i vidove upisivanja ženskog identiteta u taj prostor. Napredujući od različitih dimenzija interneta (“blogosfere”, o kojoj piše Saša Radojčić i “fejsbuka”, koji analizira Biljana Radić-Bojanić), prema filmu i pozorištu – filmskim slikama Beograda u tekstu Ljubinke Savčić i medijskim kontekstima teatra Ane Tasić – ovaj temat zaokružujemo književnošću kao prostorom verbalnog i pokretnog, misaonog i vizuelnog.

Književnost i njene vitalne medijske inkarnacije tema su većeg broja tekstova, a radovi mladih anglista i srbista otkrivaju koliko je širok opus **čitanja ekrana**: dok Mirna Radin-Sabadoš piše o motivima i mitovima ekranske kulture u prozi američkog romansijera Dona Delila, a Jagoda Topalov istražuje politike pogleda u prozi popularnog Nika Hornbija, Milena Kostić prati put junaka staroengleske književnosti od usmene tradicije do video-igrice. Dragoljub Perić istražuje mogućnosti usmene tradicije pesme i pevanja u retorici filmskog ekrana; Jasmina Vrbavac govori o (ne)kompatibilnosti knjige i televizije kao medija koji je predstavlja, dok se Dobrivoje Stanojević pozabavio onim što naziva **trgovinom rečima**, odnosno promenama u retorici pod uticajem ekrana. Poseban segment u okviru temata čine tekstovi o teoriji medija i medijskoj kulturi iz pera Zorana Jevtovića, Vladislava Šćepanovića i Dragana Čalovića, koji će nam približiti paradigme i mehanizme medijskog delovanja.

Bodrijarova teza o pretvaranju mašina i bića u ekran ne mora da bude onespokojavajuća slika našeg sveta, već je, možda, samo novim rečima sročeni poziv na interaktivno putovanje medijima i medijskim sadržajima – u nadi da strast prema avanturi nije znamenje naivnosti, već neutažena žeđ za znanjem.

U Novom Sadu,
14. septembra 2009.

IVANA MILOJEVIĆ

UDK 316.776:305]:304.9
316.324.8:[316.776:004.738.5

KAKVA NAM SE BUDUĆNOST PREDSKAZUJE ODGOVOR "SAJBERFEMINIZMA" NA "SAJBERPATRIJARHAT"

Apstrakt: U tekstu je analiziran utopijski potencijal "sajberprostora" generalno, kao i mogućnost stvaranja utopije rodne ravnopravnosti uz pomoć novih informaciono-komunikacionih tehnologija. Izvor za ovakvu analizu su prevashodno tekstovi s engleskog govornog područja i iz konteksta zapadnog/globalnog društva. Glavna pitanja koja se ovde postavljaju su sledeća: šta je to "sajberutopija" i kako je zamišljamo? Koja je druga strana "sajberutopije", njena sušta suprotnost, odnosno "sajberdistopija"? Analizirajući distopiju iz feminističkog ugla, jedna od glavnih formi koju ona poprima je i "sajberpatrijarhat". Sledi pokušaj definisanja "sajberpatrijarhata" i navođenje njegovih glavnih odrednica. Poslednji deo ovog članka razmatra jednu od mogućih alternativa "sajberpatrijarhatu", "sajberfeminizam", i to u kontekstu sledećih pitanja: kakav je potencijal ove filozofije, teorije i pokreta u slabljenju patrijarhata u virtuelnom kao i u realnom prostoru? na koji način nove tehnologije mogu da se upotrebe da bi se približile feminističkom idealu, utopiji društva rodne ravnopravnosti? Na samom kraju članka, zaključuje se da je za stvaranje ovakve utopije najbitniji stepen rasprostranjenosti feminističke svesti, odnosno poznavanje teorije, kritike i aktivizma, nastalog kroz mnogobrojne feminističke orijentacije kroz istoriju.

Ključne reči: budućnost, utopija, feminizam, patrijarhat, "sajberprostor"

Key words: future, utopia, feminism, patriarchy, cyberspace

“Sajberutopija”

Od samog svog nastanka, “sajberprostor” je bio zamišljen kao jedna vrsta utopije. Pojava “sajbertehnologija”, “sajberprostora”, interneta, virtualne stvarnosti, kompjutera, video-igara i sličnih medijuma, za mnoge označava pojavu nove epohe, novog doba i radikalno drugačije civilizacije. Šnajder (Schneider, 1999: 77) čak tvrdi kako se čitava ljudska civilizacija sada može podeliti na dve epohe: *BC* (*before computers*/pre kompjutera) i *AC* (*after computers*/posle kompjutera). Kompjuter, u ovom slučaju, zamenjuje hrišćanstvo kao okvir u kome se vreme i ljudska istorija, odnosno civilizacija, kategorišu u skladu s rođenjem Isusa Hrista (*BC: before Christ and AD: anno domini*). To ne bi bilo prvi put u ljudskoj istoriji da se računanje vremena radikalno menja, uvek u skladu s događajem koji se smatra ključnim za to društvo, kulturu i civilizaciju. Takođe, ne bi bilo prvi put da se vreme različito računa u različitim kulturama i na različitim geografskim prostorima. Zapravo, i jedno i drugo je, kroz ljudsku istoriju, bilo više pravilo nego izuzetak, a može se reći da je i dalje globalno prisutan fenomen, i pored dominacije zapadne kulture.

Činjenica je da je “sajbertehnologija” takođe globalno prisutan fenomen, kao i da postoje velike razlike u stepenu učestvovanja različitih kultura i geografskih prostora u novoj “sajberkulturi”, odnosno “sajbercivilizaciji”. Takođe je činjenica da su začeci ove nove “sajberkulture” i “sajbercivilizacije” prevashodno nastali u okviru američkog društva, pa onda i ne iznenađuje da se na novi prostor delimično prenela i mitologija postojećeg. “Najrasprostranjeniji i najdosledniji mit američkog društva”, tvrdi Ficer (Gregory Pfitzer, 1995), jeste “mit ‘granice’, definisane u američkom kontekstu drugačije nego u evropskom: dok u Evropi granica predstavlja podelu između delova kontinenta koji su slično industrijski i urbano razvijeni, i sa sličnom gustinom stanovništva, u američkom društvu granica je vekovima predstavljala podelu između ‘civilizacije’ i ‘divljine’, ‘popunjenog’ i ‘praznog’ prostora. Vekovi kolonizacije ‘divljeg i praznog’ prostora učinili su svoje, uništili autohtonu kulturu i civilizaciju američkog kontinenta i proterali ‘divljake’ u rezervate. Ali se mit na kome je američko društvo prevashodno zasnovano zadržao, s tim što se granica pomerila s geografskog prostora ka novim granicama, novim otkrićima u medicini, nauci i teh-

nologiji” (ibid.). “Zapadna granica, koja je nestala kada su kolonisti stigli do Tihog okeana, transformiše se i pomera ’spolja’ i ’naviše”, tvrdi dalje Ficer: “zapadni kauboji’ transformisani su u ’svemirske kauboje’, koji više ne pucaju u podne već u zvezdanim prostorima, a proširenje geografske granice prenelo se u osvajanje novih prostora, svemirskih i tehnoloških.” Ne čudi, onda, naslov “sajberpank” časopisa “Mondo 2000.” koji deklarira: “Žurba je počela! Kolonizacija ’sajberprostora!’” (Sardar, 2000). Poup (Ivan Pope), tadašnji urednik “sajber časopisa” *3W*, slično opisuje “sajberprostor” kao “jedno od onih mitskih mesta, kao na primer unutrašnjost američkog kontinenta ili afričkog, koje uzbuđuje strasti i istraživača i avanturista” (Pope, u Wertheim 1999). Ovakvo zamišljanje “sajberprostora” kao praznog prostora u skladu je s mitologijom američkog društva, ali ne i s činjeničnim stanjem. Naime, “sajberprostor” nije neutralan, već rezultat kulture, pogleda na svet i tehnologije zapadne civilizacije (Sardar, 2000). Postkolonijalni teoretičar Sardar tvrdi da je “sajberprostor” već kolonizovan, kao i da je u pitanju “američki san”, *par excellence*, koji označava “zoru nove američke civilizacije”. Taj prostor postao je mesto na kome je “moralni teret” zapadnoevropskog čoveka da “civilizuje, demokratizuje, urbanizuje i kolonizuje nezapadne kulture” (ibid.) prenesen iz realne u virtuelnu sferu. Evropski autori, kao što su Džon Grej i Enrik Gil Kalvo, takođe smatraju da su “sajberprostor” i internet mesta nastala kao rezultat neoliberalne ideologije, koja redukuje kompleksnost ljudskih interakcija na tržišnu razmenu, i da kao takva predstavljaju mimikriju američke kulture. Amerikanci su stvorili internet, tvrdi sociolog Gil Kalvo, pozivajući se na Aleksisa de Tokvila i njegovu analizu američkog društva XIX veka, kako bi zamenili prazninu koja je nastala kao posledica alijenacije, koja postoji u tom društvu, a koja se nije nimalo umanjila od Tokvilovog vremena, čak naprotiv. Amerikanci uvek beže od nečega, piše Kalvo: beže od svojih evropskih korena, Indijanaca u “divljem” prostoru, crnaca iz urbanog geta, svojih siromašnih građana (Gil Calvo, 2000). S obzirom na to da im nedostaje mesto, javna kultura “agore”, u kojoj se javljaju primarne veze među ljudima i solidarnost bliske zajednice, američko društvo stvara “sajberprostor” kao novu mrežu koja može da zameni nedostatak zajednice, prazninu i alijenaciju koja postoji u njemu.

Osmišljen od američke vojske, u kontekstu “hladnog rata”, internet postaje jedan takav novi prostor, antiteza sovjetskom, koje se zamišlja isključivo i jedino kao nepoželjan, prostor u kome treba da dođe do produženja određenih poželjnih karakteristika koje se, opet, zamišljaju kao isključivi prerogativ američkog, odnosno zapadnog društva. I kao što je pretходna civilizacija bila zamišljena u odnosu na divljinu – kao racionalna, slobodna, napredna ljudska kultura, naspram iracionalne, tamne i primitivne prirode (ljudske i generalne) – tako i “sajberprostor” postaje mesto na koje se projektuje slična utopija:

“Sajberprostor’ ima potencijal da bude egalitarno mesto, da spoji sve ljude u ravnopravnu mrežu. Ima kapacitet da stvori blisku ljudsku zajednicu, da omogući neviđene prilike za komunikaciju, razmenu i kontakt” (u Inayatullah and Leggett, 2002: 3);

“...uticaće na svet kao zemljotres, i prodrmati ga kao što je to ranije učinila nauka” (Bill Gates, u ibid.);

“Digitalna tehnologija može da bude prirodna snaga koja će doprineti da se ljudi povežu. Digitalnu tehnologiju ne vodi nacionalno i etničko, njen etos i privlačnost su univerzalni kao i rok muzika” (Nicholas Negroponte, u ibid.);

“Informaciono doba obećava stvaranje produktivnog kapaciteta moći ljudskog uma bez predsedana... San prosvetiteljskog doba da će razum i nauke rešiti sve ljudske probleme, nalazi se na dohvat ruke” (Manuel Castells, 1998: 359);

“Ne postoji rasa. Ne postoji rod. Ne postoji starost. Ne postoji nemoć. Postoji samo ljudski um. Utopija? Ne, internet” (MCI WorldCom, in Trend 2001: 33).

Ukratko, “sajberutopija” se zamišlja kao prostor koji će dovesti do demokratizacije lokalnog i globalnog društva, harmonije u svetu, u kome je ekološka kriza nastala kao posledica ekscesa industrijske civilizacije, a koja je rešena takođe putem tehnološkog i digitalnog. Ne samo što nove tehnologije menjaju društvo i nas same već i automatski donose više slobode i veći izbor (Kenway, 1996). Pored povećane produktivnosti, uzbudljivije zabave i poboljšane komunikacije,

“sajberprostor” ima potencijala da dovede i do društvene harmonije, ekonomske stabilnosti i proširenja demokratije (Trend, 2001): pravo cenzurisanje ne postoji u “sajberprostoru”, pa totalitarna društva imaju manje mogućnosti da kontrolišu informacije (Kenway, 1996). U pitanju je novi medijum i informacije su, stoga, više u rukama kreativnih, ambicioznih i mladih članova društva. Tu leži potencijal grupa koje imaju za cilj širenje demokratije i ljudskih sloboda. “Sajberprostor” omogućava slobodu kreiranja novih, virtuelnih identiteta i zajednica, omogućava izmišljanje nove stvarnosti u kojoj smo “oslobođeni od ograničenja koje nam u tradicionalnoj stvarnosti postavljaju geografija, vreme, klasa, rasa, nacionalnost i rod”. Takođe, utopijsko obećanje novog doba leži u oslobađanju od rutinskih poslova koji dosađuju, s ciljem da se više vremena može provesti u aktivnostima koje donose više zadovoljstva (Bruce and Candy, 2000).

Moguće je da ovako zamišljen “sajberprostor”, s jedne strane, doživljavaju određeni “sajberfanovi” i pojedine društvene grupe, verovatno prevashodno one koje zauzimaju povoljnije mesto u raspodeli moći u okviru određenog društva, pa, samim tim, i u njegovom produženju kroz “sajberprostor”. “Sajberkritičari” i pojedine marginalne društvene grupe, s druge strane, dovode u pitanje ovako zamišljenu “sajberutopiju”. Druga strana utopije, njena senka, distopija, jeste sve ono što utopijska slika potiskuje, ne priznaje i marginalizuje. Iako se drastično razlikuju, postojanje utopijskih i distopijskih slika potvrđuje stavove po kojima “sajberprostor” nije prazan ili neutralan, niti je ikada takav bio. Ove slike takođe potvrđuju da isti fenomen može da bude označen utopijskim odnosno distopijskim, u zavisnosti od interakcije koju u njemu pojedinci i društvene grupe doživljavaju. Tako utopija jednih postaje distopija drugih. Zato je potrebno simultano razmatrati obe, kako bi se stekao potpuniji uvid u imaginaciju “sajberprostora” (a pogotovo u svrhe ovog članka), imaginaciju i realnost koji se odnose na rod, to jest na moć među rodovima i potencijal “sajberprostora” da replikuje patrijarhat ili da ga transformiše .

“Sajberdistopija”

Period u kome se pojavljuju kompjuteri, internet i “sajberprostor”, druga polovina XX veka, karakte-

rističan je i po tome što mu prethodi prevaga medijske rasprostranjenosti distopijskog žanra u odnosu na utopijski. Utopija predstavlja stalnu “pratiteljku” imaginacije budućeg u okviru zapadne civilizacije, od nastanka ove kulture/civilizacije u antičkoj Grčkoj i hrišćanstvu, pa sve do danas. Teoretičari utopije smatraju da je utopijsko razmišljanje dostiglo vrhunac u periodu od evropskog prosvetiteljstva do početka socijalizma, čija je namera bila da realizuje izričito utopijsku viziju društva. Sredina XX veka postaje pak period u kome dolazi do prevage distopije, verovatno pod uticajem neuspešnih utopijskih eksperimenata, stvaranja totalitarnih društava inspirisanih utopizmom, kao i pod uticajem dva svetska rata. Primere za prevagu distopijskog žanra u okviru globalnih medija sadašnjice možemo pronaći u vestima (zemljotresi, poplave, ratovi, nesreće i raznorazne velike i male ljudske tragedije), akademskim tekstovima (kritika savremenog lokalnog i globalnog društva) i popularnoj kulturi Zapada uopšte. U okviru poslednjeg, pogotovo je specifičan žanr naučne fantastike, u kome je distopijska vizija budućnosti najizrazitije zastupljena. U *blockbuster* filmovima kao što su: *Blade Runner*, *Independence Day*, *Starship Troopers*, *Gattaca*, *Star Wars*, *The Fifth Element*, *Minority Report*, *The Matrix*, *Deep Impact*, *Idiocracy*, *Armageddon*, *Independence Day*, *Mars Attacks* i drugi, bez razlike se zamišlja distopijska budućnost: društva puna nasilja, militaristička, prenaseljena i prezagađena, društva socijalne nepravde i totalitarne kontrole. U tako zamišljenim društvima, šačica ljudi, odnosno (muška, bogata, bela, zapadnoevropska/američka) elita, kontroliše većinu stanovništva, prirodu, ženski rod, vojnoindustrijski sektor i društvo u celini. Gotovo da i ne postoji film iz ove produkcije u kome je budućnost zamišljena pozitivno (izuzetak predstavlja jedna od planeta u konstelaciji *Star Wars*, *Naboo*, zelena zemlja obdarena prirodnim bogatstvima i lepotama u kojoj je vođstvo u rukama ženskog roda, koji živi u miru sve do dolaska muških ratničkih kolonista s drugih planeta). Moguće je da je ovakvo smanjenje prostora, u kome se budućnost može zamisliti pozitivno, doprinelo da se krajem XX veka stvore dve nove “kriptoutopije” (ili skrivene utopije, od starogrčke reči koja znači “sakriven”, “tajan”): utopije globalizacije i utopije “sajberprostora”. Globalizacija i “sajberprostor” predstavljaju “kriptoutopiju” jer se retko označavaju uto-

pijskim vizijama budućnosti i pored mitoloških, ideoloških, pa čak i religioznih tema o “novom dobu” koje prate ova dva diskursa. Kao što je slučaj i sa svim ostalim utopijama – bez obzira da li su otvorene/eksplicitne, skrivene ili “naučno” zasnovane – a pogotovo u kontekstu prevage distopijskog žanra krajem XX veka u okviru zapadne kulture, i ove nove utopije doživele su kritiku koja često poprima razmere predstavljanja globalnog i tehnološkog društva kao prvenstveno distopijskog.

Distopijska verzija “sajberprostora” može se sažeti u dve reči – “korporacijska distopija” (Kinney, in Sardar, 1996). Drahos koristi termin “informacioni feudalizam” da bi uporedio ovaj period s prethodnim stvarnim istorijskim periodom srednjovekovnog feudalizma, kada je evropsko feudalno društvo prošlo kroz fazu slabljenja država, pogotovo kada je bila u pitanju njihova zaštitnička uloga, i istovremenim jačanjem ekonomske eksploatacije većine od grupica moćnih (Drahos, 1995). Nova kultura koju stvara “sajberprostor” izuzetno je komercijalna: nemoguće je izbeći reklame i oglašavanja; informacije se beleže i čuvaju uglavnom u komercijalne svrhe ili svrhe sveobuhvatne kontrole; sloboda govora postaje sve više ograničena, a privatnost fenomen u nestajanju – ovo su samo neki od argumenata koji kritičari “sajberprostora” navode. Umesto demokratije, “sajberprostor”, zapravo, potpomaže elitizam i podelu na one koji su bogati informacijama i na one koji to nisu (Haywood, 1995; Wresche, 1996; Ebo, 1998). Autori kao sto su: Šenk (1997), Norman (1998) i Boen (2001), upozoravaju i na fenomen “informatičke zagađenosti”, kao i na to da će “sajberkultura” sve više dovoditi do povećanja stresa, konfuzije, neznanja, smanjene imaginacije, nedovoljnog razmišljanja i kreativnosti. Globalno, dominacija zapadne i američke kulture prenosi se putem ovih medija, kao i putem tzv. “nevidljivih tehnologija” (Postman, 1993), odnosno putem prevage engleskog jezika. Ovakvi trendovi ne samo da potpomažu gubljenju mnogih svetskih jezika – Ostler (1999) predviđa da će do 2050. polovina sadašnjih 6.000 jezika nestati – već i doprinose određenom načinu razmišljanja koji je prevashodno karakterističan za englesko govorno područje i kulturu koja iz njega proističe. Dominacija engleskog jezika, pro-

movisana putem “sajberprostora”, nije onda “benigni” fenomen, već primer lingvističke kolonizacije.

Prethodno opisana mitologija američkog društva utiče i na to kakvi se odnosi razvijaju između različitih etničkih i kulturnih grupa u “sajberprostoru”. Kritičari “sajberprostora” navode da tu ne dolazi do demokratizacije i nestanka rase, klase i roda, kako “sajberfili” obećavaju, već, naprotiv, da “sajberkultura” pomaže održavanju i promovisanju istorijskih odnosa dominacije i podređenosti među etničkim, rasnim i kulturnim grupama. Nakamura (2000) tvrdi da internet promovise marginalne rase kao “egzotične” ili “nepostojeće”, i da ne postoji alternativno diskurzivno mesto van te dve opcije. Kulturološki stereotipi u “sajberprostoru” su pravilo a ne izuzetak, na primer: stereotipi Azijata portretišu ovu kulturološku grupu ili u formi “samuraja i eksperata borilačkih veština” ili seksualizovanih, podređenih i poslušnih Gejši. Analizirajući komunikaciju u “sajberprostoru”, Nakamura zaključuje da je “nepostojanje rase”, što po pravilu važi samo za belce, zapravo norma, i da oni koji sebe opisuju koristeći druge termine za obeležavanje svog etničkog i rasnog identiteta, po pravilu dožive rasističku zloupotrebu. Ni Sloveni ni Srbi nisu pošteđeni, jer se oni takođe u “sajberprostoru” mogu sresti sa zapadnoevropskim mitom o primitivizmu i nasilništvu Balkana (kao tamne senke racionalne, kulturne i razvijene Evrope). Globalno dominantne etničke grupe, s obzirom na veću mogućnost kontrolisanja diskursa, nameću pripovesti koje odražavaju njihov pogled na svet i percepciju drugih i drugačijih. Ovaj fenomen karakterističan je za globalno, a takođe i lokalno, nacionalno društvo, u kome etnički marginalne grupe doživljavaju iskustva koja se kreću od blago stereotipnih do otvoreno neprijateljskih i verbalno/tematski/slikovno nasilnih.

Ukratko, “sajberdistopija” se zamišlja (ili doživljava) kao prostor u kome dolazi do: povećanja neravnopravnih odnosa moći, uvećanja brzine življenja, smanjenja demokratije i privatnosti, prezasićenosti informacijama, nemogućnosti održavanja pažnje, promovisanja površinskog razmišljanja, digitalne podele sveta na one koji poseduju i one koji ne poseduju (prave) informacije, promovisanja potrošačke kulture i ukupnog kulturološkog osiromašenja. Kulturološko osiromašenje prevashodno se izražava putem domi-

nacije jednog jezika (engleskog), jedne kulture (zapadne, prevashodno američke) i pogleda na svet koji iz te kulture proizilazi. Jednom usvojene, nove tehnologije počinju da, putem virusa, drastično menjaju i nove domaćine – na primer, evropska društva u kojima “agora”, koju slavi Gil Kalvo, nestaje i smanjuje se. Kako sve više ljudi, pogotovo mlađe životne dobi, više investira u virtuelne a ne realne zajednice, “sajbeprostor” počinje da dominira, menjajući i sam fizički prostor (npr. putem provođenja vremena za kompjuterom, a ne s ljudima kojima su fizički okruženi u javnom prostoru i realnom društvu).

I dok pojedine marginalne kulturne grupe ipak nalaze svoje mesto i u “sajbeprostoru”, ono po čemu se one razlikuju u odnosu na dominantnu kulturu jeste to što su upoznate i s dominantnom i sa sopstvenom kulturom, dok dominantna kultura poznaje samo sebe. U tom kontekstu, drugost i drugačije nastavljaju da se definišu u globalnom medijskom “sajbeprostoru” prevashodno putem perspektive dominantne kulture koja u njoj vlada. Karakteristike te dominantne kulture već su prethodno opisane u glavnim crtama (i kao utopijska i kao distopijska verzija). Postavlja se pitanje da li je jedna od značajnih karakteristika dominantne kulture “sajbeprostora” i pogleda na svet koji iz nje proizilazi – dominacija patrijarhalnog načina razmišljanja o njemu. Ili je pak “sajberkultura” egalitarna i rodno ravnopravna? U daljem tekstu biće predstavljena detaljnija analiza “sajberpatrijarhata”, a zatim i njegovih alternativa, kao što je feminizam (“sajber” i generalno) u kontekstu, odnosno s posebnim naglaskom na viziju poželjne/verovatne budućnosti koju ova dva dijametralno različita pogleda na svet zamišljaju.

“Sajberpatrijarhat”

Utopijska verzija “sajbeprostora”, kao što je već navedeno, zamišlja taj prostor kao egalitaran, demokratski, ravnopravan; prostor u kome je rodna neravnopravnost minimalizovana ili gotovo nestala, ili je u procesu nestajanja. Distopijska verzija “sajbeprostora” vidi pak taj prostor kao produžetak društva u okviru koga nastaje, mesta u kome se postojeći odnosi moći nastavljaju ili, čak, pojačavaju, i koji pomaže da se alternative patrijarhata još više margina-

lizuju. Naravno, nemoguće je objektivno utvrditi da li je “sajberkultura” prevashodno utopijska ili distopijska, jer ta ocena uvek zavisi od iskustva pojedinca, društvene grupe i lokalne zajednice prilikom interakcije s drugim pojedincima, grupama i zajednicama u ovom prostoru. Takođe, teško je utvrditi da li je “sajberprostor” prethodno patrijarhalan, odnosno prostor u kome se promoviše prethodno patrijarhalan pogled na svet, ili egalitaran, odnosno prostor u kome se promovišu alternative patrijarhatu. Glomaznost i dinamičnost “sajberprostora” otežava analizu ovakve vrste, ali je ipak moguće analizirati pojedine aspekte koji potpomažu održavanju patrijarhata u lokalnom i globalnom društvu, ili pak njegovu transformaciju.

Otkriće i masovno uvođenje novih komunikacionih tehnologija uvek je bilo praćeno žestokim raspravama o njihovom potencijalu, odnosno opasnostima koje ih prate. Kao što je prethodno bio slučaj s masovnim uvođenjem telefona i televizije, kompjuteri i internet su takođe inspirisali dijametralno različite strastvene izjave, podjednako utopijske i distopijske. Feministička teorija i praksa, u samom početku slabo je učestvovala u tim raspravama i može se reći prevashodno je ignorisala pojavu ovih novih tehnologija. Dominantna struja 70-ih i 80-ih godina bila je uglavnom nezainteresovana za nove tehnologije ili otvoreno tehnofobična. Dominantno shvatanje bilo je ono po kome su kompjuteri i druge nove tehnologije prevashodno “igračke za dečke” (Brosnan, 2004). U tom kontekstu, Dona Haravej piše tekst *Cyborg Manifesto* (prvo izdanje 1985) u kome promoviše interakciju ljudskih jedinki i tehnologije. Kao odgovor na njen tekst, navodnu ili stvarnu tehnofobičnost drugog talasa feminizma, i činjenicu da su se značaj i upotreba novih tehnologija sve više razvijali 90-ih godina XX veka, javlja se “sajberfeminizam”. “Sajberfeminizam”, aktivan uglavnom tokom poslednje decenije XX veka, u principu je protehnoški i pozitivan, više zainteresovan za kreativnost, umetnost i konstruktivnu upotrebu novih tehnologija nego za kritiku postojećeg društva i njegovog produženja u virtuelnu stvarnost. Kritika/distopijska vizija “sajberprostora” stoga je razvijena u okviru “klasičnog” feminizma drugog i trećeg talasa, kao i kod raznoraznih konzervativnih grupa. Paradoksalno, kritika “sajberpatrijarhata” dolazi od liberalne feminističke orijentacije ko-

ja teži ka radikalnoj transformaciji društva, kao i od konzervativnih (npr. konzervativno hrišćanskih) grupa koje teže da očuvaju *status quo* ili da vrate još starije, tradicionalnije odnose među rodovima. U kontekstu zapadnog društva, ove dve struje se ujedinjuju u kritici promovisanja pornografije, seksualnog nasilja i izlaganja dece seksualnim sadržajima putem novih tehnologija. Pored toga, feminističke grupe kritikuju i promovisanje ilegalne trgovine ženama i decom, seksualnu objektivaciju žena, nejednak pristup novim tehnologijama u zavisnosti od roda i osiromašenje ljudske komunikacije u novim medijumima. Ono što feministkinje prevashodno zanima jeste kritika koja se orijentiše na manifestacije patrijarhata u “sajberprostoru” ili odlike “sajbeprostora” koje produžavaju ili ojačavaju patrijarhat. Druga strana ove kritike je otvaranje alternativa, tj. korišćenje novih tehnologija kako bi se stvorilo društvo rodne ravnopravnosti. Kada teoretičari razmatraju diskurse vezane za rod i nove tehnologije, često dolazi i do zabune vezane za to šta se može smatrati indikatorima smanjenja, odnosno pojačanja patrijarhata. Na primer, autor teksta objavljenog u tematskom broju Kulture o “sajberprostoru” i problemima njegovog razgraničenja, Vladimir Đurić (2004), navodi da su feministkinje na kraju milenijuma postale najvatrenije zagovornice “tehnosveta” i “sajberkulture” i da rodno oslobođenje pronalaze putem kreiranja virtuelnih svetova u kojima je sve potčinjeno dominaciji “božanskih žena” i u kojima muškarci postaju “seksualni robovi”. Đurić tvrdi i da su “sajberfeministkinje” – “žene velikog seksualnog apetita” (ibid, str. 201) koje svoju neobuzdanu maštu više “ne moraju prikrivati izmišljenim muškim imenima”. Posebno vredno izdvojiti jednu od “najmoćnijih žena u industriji porno-filma”, Ninu Hartli, čija izdavačka kuća objavljuje “mnogobrojne porniče”. Ova seksualno “oslobođena žena”, i pored napada antipornografski orijentisanih feministkinja, dobija “rat”; njoj se pridružuje sve veći broj “sajberfeministkinja” koje rodnu budućnost prevashodno zamišljaju putem pretvaranja oba pola “u jedan androgini pol, neku vrstu novog tehnohermafrodita” (ibid.). Obeležavanje pornografskih zvezda kao “seksualno oslobođenih žena”, a “sajberfeministkinja” kao žena velikog seksualnog apetita, koje pretvaraju muškarce u seksualne robove, možda ima veze s fantazijama autora pomenutog tek-

sta, ali sigurno nema nikakve veze s feminizmom. Suština feminizma nikada nije bila u zamenjivanju jedne hijerarhije drugom i uvođenju novih sistema tlačenja i ponižavanja (putem npr. “kastiranja napaljenog momka” u kompjuterskoj igri “Novi gen” (Đurić, 2004: 201). Takođe, feminizam je od samog početka propagirao različitost, uključujući i rodnu, pa je zamišljanje totalitarnog poretka, u kome su svi podjednako androgini, takođe u suprotnosti s vizijama društva mnogostrukih i ravnopravnih rodni orijentacija koje se istorijski javljaju u okviru feminizma. Ako “sajberfeminizam” zamišlja takvu budućnost, onda je on možda “sajber”, ali nikako nije feminizam. Štaviše, ovako zamišljene slike, opisane u prethodno navedenom članku, prevashodno se mogu označiti manifestacijama patrijarhalnog pogleda na svet. Iako na prvi pogled androginija može da izgleda primamljivo, na primer ako je propraćena eliminisanjem seksualnih stereotipa i predrasuda, kao i usvajanjem muškog principa od ženskog roda i obrnuto, ona svakako ima revolucionarni i oslobodilački potencijal. Ipak, ovakva konformistička i uniseks vizija u suprotnosti je s principom individualnosti i jedinstvenosti mnogostrukih rodni identiteta koju promovišu demokratske struje u okviru feminizma. Najopasniji rezultat promovisanja androginije jeste ponovno zamišljanje “čoveka”/ljudske vrste u skladu s vrednovanjem muškog i muškosti, a zanemarivanje svega što se smatra ženskim ili ženstvenim. Androgini ženskog roda, zapravo, poprimaju karakteristike poželjnog, muškog, dok je obrnut slučaj vrlo redak. I dok androgini ostaju norma putem koje se promovišu dominantne i poželjne vrednosti pripisane muškom rodu (snaga, racionalnost, agilnost, jačina, čvrstina, osvajanje novih prostora, prirode i emocija), karakteristike tradicionalno pripisane ženskom rodu (nežnost, intuicija, empatija, emotivnost, briga o drugima), u većini vizija androgina, poželjno je što više minimalizovati. Čak ni “kiborg” Done Haravej nije ostao imun kada je u pitanju rodna politika, što se može videti iz vizija “ginoida” (za razliku od muškog “kiborga”, androida), “seksi robota” i seksualizovanog ženskog “kiborga” u “sajberprostoru” uopšte, kao i, konkretnije, u radu Hadžime Sorajame (1988). Jedina moguća zaštita od konstantne intervencije patrijarhata, od toga da se ili lažno predstavi (kao nepatrijarhat) ili da transformiše alternative u skladu sa

sopstvenim pogledom na svet (npr. zahtev feministkinja za seksualnom slobodom žena i iščašenje, izvrnutost ovog zahteva putem promocije pornografije praćene seksualnom objektifikacijom žena, pa i muškaraca – i mizoginijom), jeste njegovo preciznije definisanje. Poznavanje feminističke teorije bitno je kako bi se određene pojave u “sajberprostoru” mogle pravilno razumeti, prevashodno u kontekstu promocije i održavanja patrijarhata ili alternativnog promovisanja i stvaranja društva rodne ravnopravnosti.

Ako se patrijarhat može definisati kao društveni sistem u kome je ekonomska, politička moć, kao i moć u javnoj sferi, neravnopravno podeljena među rodovima, onda je “sajberpatrijarhat” organizovani sistem ponašanja i razmišljanja u “sajberprostoru” koji odražava takvu neravnomerno podeljenu moć. Naime, u svom “izvornom” i ograničenijem smislu, ovaj pojam odnosi se na tip društvenog sistema u kojem dominira princip “očinskog prava” i isključiva kontrola starijih muškaraca unutar grupe nad javnim i privatnim, kao i političkim domenom; “...ovaj tip sistema karakteriše dominacija muškaraca nad ženama, srodstvo po muškoj liniji kao osnov kontinuiteta prenošenja svojine, autoriteta, moći i privilegija među muškim srođnicima” (Papić, 1993). Žarana Papić dalje navodi da se patrijarhalnim takođe mogu smatrati i “društva u kojima vlada monopol muškarca u javnom/društvenom domenu, u političkom i ekonomskom odlučivanju, ali u kojima ima i bitnih poboljšanja u društvenom položaju žene” (ibid.). Proširena definicija patrijarhata uzima u obzir i sledeće indikatore: postojanje neravnopravne podele moći među rodovima, većeg stepena kontrole sopstvenog života kod većine pripadnika muškog roda, sistema vrednosti koji niže vrednuje život, rad i interesovanja ženskog roda, većeg vrednovanja “muškosti/muževnosti” i manjeg vrednovanja “ženskosti/ženstvenosti”, postojanje autoritarnih struktura dominacije, institucionalizacije nasilja i zloupotrebe (pogotovo seksualnog nasilja), i postojanje mitova i priča koje takvu rodnu dominaciju podržavaju” (Eisler, 1989, 2002).

Uzimajući u obzir užu definiciju patrijarhata, možemo doći do zaključka da je “sajberprostor” zaista egalitarniji u odnosu na klasični patrijarhat u okviru tradicionalnog i savremenog društva. Internet, kao ključni deo “sajberprostora”, jeste prostor u kome je pro-

sečna starost niža od prosečne starosti društva (na osnovu jednog istraživanja 2008. godine, globalna starost korisnika interneta bila je 28 godina), dakle još uvek je u pitanju “medijum za mlade”, iako se starosna granica postepeno povećava naviše (na primer, u Velikoj Britaniji granica se pomerila od 35 na 37 godina starosti; <http://www.fundraising.co.uk/node/172072>). Internet je takođe prostor u kome se učestvovanje ženskog roda stalno povećava: na primer, u zapadnoj Evropi učešće žena iznosi 42%, a u Sjedinjenim Američkim Državama čak 52% (<http://www.clickz.com/3095681>). Na osnovu ova dva pokazatelja, a uzimajući u obzir užu definiciju patrijarhata, utopijsko obećanje o demokratizaciji i egalitarizmu u “sajbersferi” sve više postaje materijalizovano u novim medijima.

Nasuprot tome, globalne razlike u upotrebi interneta ukazuju na to da je hijerarhijsko uređenje globalnog društva preneseno i u ovu sferu: 23% svetske populacije koristi internet, od toga 74% populacije u Severnoj Americi, a 26% u ostalom delu sveta (u Africi, na primer, svega 5% stanovništva koristi internet, dok je u Aziji ta cifra 17%; www.internet-worldstats.com/stats.htm). Učešće žena, po pravilu, opada proporcionalno kako je zemlja siromašnija i patrijarhalnija (npr. u Švedskoj je 47%, Italiji 38%; <http://www.clickz.com/3095681>). Kada se uzme u obzir da su korisnici interneta obrazovaniji, bogatiji i iz urbanizovanih delova sveta u odnosu na prosečno stanovništvo, onda stoji i to da se globalne razlike/neravnopravna raspodela moći prenose i u “sajberprostor”. U skladu s tvrdnjom Dejl Spender (1995), u virtuelnom prostoru možemo da vidimo sve probleme koji se javljaju i u tradicionalnom društvu. Ako je tradicionalno društvo patrijarhalno, onda je logično očekivati da se to odražava i u “sajberprostoru”.

Takođe, postoje i argumenti da internet pogoduje ojačavanju patrijarhata u nekoliko ključnih dimenzija: institucionalizovanje i promovisanje nasilja, pogotovo seksualnog nasilja nad ženama i decom, i promovisanje seksualne objektivacije žena. Štaviše, postoje i argumenti da je razvoj interneta u velikoj meri potpomognut pomoću tzv. *adult industry*; u SAD-u je 1998. na ovu vrstu materijala potrošena jedna milijarda US \$, što je predstavljalo 69% od ukupnog prometa/prodaje sadržaja na internetu (Hughes, 2000). Dona Hjuž dalje tvrdi da su nove tehnologije omo-

gućile stvaranje virtuelnih grupa u kojima je svaki oblik seksualnog nasilja i mizoginija norma, da je procenat nasilničkih i mizoginijskih "sajtova" u stalnom porastu, kao i broj "sajtova" u kojima se žene i deca ponižavaju, siluju i muče. *Internet watch foundation* je 2004. godine zabeležila 3.437 "veb sajtova" u kojima se promoviše i predstavlja seksualna zloupotreba dece, dok je 2006. taj broj iznosio 10.656. Najnoviji podaci za 2008. godinu beleže smanjenje ovih "sajtova" za 10% (<http://www.iwf.org.uk/media/news.258.htm>), ali zabrinjava da se "sajtovi" radikalizuju u smislu intenziviranja nasilja koje se čini nad decom. Takođe, zabrinjava i fenomen propagiranja prostitucije, seksualnog turizma i trgovine ženama i decom, kao i tzv. naručivanje žena/nevesta poštom (*mail order brides*). Godišnje se u ropstvo proda oko četiri miliona ljudi, većinom žena i devojčica, kao i jedan milion dece u lokalnu i međunarodnu seksualnu industriju (Hughes, 2000). Ujedinjene nacije navode podatak da je oko 200 miliona ljudi primorano da živi u ropstvu, a veliki deo njih je u ropstvu u seksualnoj industriji. Takođe, najveći procenat žena i devojčica primoranih da rade u seksualnoj industriji redovno doživljava fizičko, seksualno i psihološko nasilje. Nasilje u seksualnoj idustriji, kao i nasilje nad ženama i decom, nije novi fenomen, ali ono što je novo jeste lakoća kojom se do ovakvih sadržaja dolazi u "sajberprostoru". Neregulacija "sajberprostora", toliko hvaljena kada je u pitanju otpor totalitarnom društvu, takođe pogoduje nelegalnim aktivnostima i promociji nasilja globalno. Muškarci koji su zainteresovani da učestvuju u seksualnoj zloupotrebi žena i dece mogu, uz pomoć interneta, vrlo lako da pronađu potencijalne žrtve, što je pre pojave interneta zahtevalo veći napor. Analiza "veb sajtova" u kojima se razmenjuje ovakva vrsta podataka i iskustva "korisnika" pokazuje da su nasilnici svesni da se žene i deca zloupotrebjavaju u ropskom odnosu, pa to, čak, i reklamiraju kao "raj na zemlji za one koji su zainteresovani za sado-mazohizam" (Hughes, 1999). Mnogi "veb sajtovi" reklamiraju žene i decu iz nerazvijenijih delova sveta, u kojima je regulacija seksualnog nasilja minimalna ili nepostojeća. I dok su žene poput "kraljice seksa", Lize Palac, i vlasnice pornografske kuće, Nine Hartli (Đurić, 2004) možda zaista seksualni subjekti i žene seksualno oslobođene od svake vrste nasilja, to svakako nije slučaj s većinom žena u seksualnoj indu-

striji. “Proseks feministkinje”, protivnice cenzure svih sadržaja, pa tako i pornografskih, navode da uživanje u pornografiji nije samo prerogativ muškog roda. Pa ipak, neka istraživanja pokazuju da su korisnici pornografskih “veb sajtova” u 96% slučajeva muškarci (<http://www.cnn.com/2003/TECH/internet/12/10/porn.business>). Više zabrinjava “prelivanje” seksualne objektivifikacije iz virtuelnog u realni prostor, kao što je, na primer, fenomen koji se javlja kod određenih društvenih grupa – muškaraca koji su intenzivni korisnici virtuelnog seksa i internet pornografija – fenomen nemogućnosti obavljanja seksualnog akta s devojkom ili ženom ukoliko se ona “ne ponaša kao porno zvezda” (ibid.). Posledice velike upotrebe pornografije u “sajberprostoru”, do koje se lako, često i besplatno dolazi, prenose se, dakle, i na savremeno društvo u kome se već postojeća seksualna objektivifikacija žena uvećava. Inače, pornografski “veb sajtovi” su 2006. godine iznosili oko 12% ukupnih “veb sajtova” (ima ih oko 4,2 miliona); dnevno, ukupno 25% svih internet pretraga vezano je za pornografski materijal (ili 68 miliona pretraga), 8% svih *e-mailova* je pornografskog sadržaja (2,5 milijarde poslatih poruka) (Ropelato, 2006). Prodaja pornografije preko interneta postigla je cifru od 4,9 milijardi *US \$* (ibid.), što predstavlja značajan procenat ukupne prodaje svih sadržaja preko interneta. Procenjuje se da seksualna industrija (virtuelna i realna) ostvaruje godišnji profit od 20 milijardi *US \$*; prema tome, internet i drugi delovi “sajberprostora” (npr. profit pornografije preko mobilne telefonije iznosi već oko 1 milijardu *US \$*) nisu sami po sebi “krivi” što se putem ovih tehnologija prenose pornografski sadržaji, kao i sadržaji u kojima se promoviše nasilje nad ženama i decom. Međutim, internet je svakako olakšao prenos ovakvih sadržaja, rad ilegalne globalne seksualne industrije, globalne seksualne trgovine ženama i decom, i pojačao njihovo dalje povređivanje i eksploataciju. Došlo je i do normalizacije i globalizacije ove eksploatacije koju potpomaže nedostatak pravne regulacije i primena zakona u velikom delu sveta. Rezultat je eskalacija seksualne eksploatacije žena i dece putem globalnog reklamiranja, seksualnog turizma i promocije pornografije i prostitucije (Hughes, 2000). S obzirom na to da je seksualna industrija jedan od nosilaca interneta, kao i s obzirom na činjenicu da je internet osmislila vojna industrija, može se doneti zak-

ljučak da je ovaj medijum svakako, makar neposredno, pod uticajem te dve patrijarhalne institucije. Logično je onda očekivati da se seksualni stereotipi, mizoginija i seksualna objektivifikacija žena, koje su deo svetonazora u okviru seksualne i vojne/militarističke kulture, prenose i u dominantni “sajberprostor” i “sajberkulturu”.

Pored ovakvih radikalnijih formi manifestacije patrijarhata u “sajberprostoru”, patrijarhat shvaćen u širem smislu izražava se u ovom prostoru i putem suprotnijih metoda. Stereotipi muških i ženskih uloga, način na koji se komunikacija vrši u “sajberprostoru”, društvena izolovanost koju može da promoviše učestvovanje u “sajberprostoru”, negativne posledice po rodne odnose i odnose u porodici – sve su to neki od problema koje su navele kritičarke “sajberpatrijarhata”. Na primer, iako žene u velikoj meri prihvataju nove tehnologije i učestvuju u postojećem “sajberprostoru”, postoji i argument da žene, kao društvena grupa, i dalje preferiraju “mekše” tehnologije komunikacije, da pridaju veći značaj emotivnom govoru lica i tela (koji je u “sajberprostoru” često nevidljiv, naravno u zavisnosti od konkretne tehnologije koja se upotrebljava) i da preferiraju upotrebu komunikacionih tehnologija, pre svega u svrhu povezivanja s drugim ljudima. Internet, kao potencijalno otuđujući i individualizovani medijum – medijum smišljen da zameni stvarno povezivanje u realnom društvu – ne odražava, dakle, dominantne interese i potrebe žena. Da muškarci i žene koriste internet u različite svrhe, pokazuju brojna istraživanja; npr. muškarci prevashodno koriste internet da bi došli i do određenih informacija za zabavu, dok žene više koriste internet kao komunikacijsko sredstvo za održavanje veza s drugim ljudima (npr. *e-mail*; <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/artile/2005/12/28/AR2005122801403.html>).

Dakle, iako se nove tehnologije i “sajberprostor” zamišljaju kao egalitarni i demokratski medijumi, oni svakako nisu rodno neutralni. Štaviše, “sajberprostor” je mesto na kome dolazi do manifestacije patrijarhata u mnogim formama, čak i do njegovog jačanja. Nasuprot tome, “sajberprostor” svakako pruža i mogućnost transformacije patrijarhata i stvaranje radikalno drugačije, transformisane budućnosti. Ovo je jedan od ciljeva “sajberfeminizma”, a takođe i svih drugih feminističkih orijentacija.

“Sajberfeminizam”

“Sajberfeminizam”, kao pokret, filozofija i praksa, relativno je mlad i raznovrstan, pa je teško dati neke odrednice koje će ga potpuno i jasno definisati. Ono što čini okosnicu “sajberfeminizma” jeste prihvatanje stava da u “sajbeprostoru” postoji razlika u moći među rodovima, kao i stava da je to problem koji bi trebalo menjati. Kao odgovor na navodnu krutost drugog talasa feminizma, “sajberfeministkinje” odbijaju da definišu svoj pokret, insistirajući na njegovoj fluidnosti i dinamičnosti. Uticaj postmodernizma izrazit je u insistiranju da se “sajberfeminizam” prevashodno definiše negativno, dakle onim šta on nije. Iako ni postmodernizam nije monolitan, većina postmodernih teoretičara, ipak, pod uticajem Mišela Fukoa, odbija, u principu, da eksplicitno navede sopstvenu viziju budućnosti (Fendler, 1999, p. 185). Za razliku od modernista, postmodernisti smatraju da navođenje vizije “kao što je, na primer, nuđenje konkretnog rešenja, ideala ili utopijske nade... ograničava potencijalne mogućnosti za budućnost” (ibid.). Takođe, postmodernisti zauzimaju stav da nuđenje vizije budućnosti istovremeno znači i da intelektualci smatraju da imaju pravo da se “stave u poziciju političkog autoriteta, u centar”, što postmodernizam generalno odbija u skladu sa svojim etičkim principima (ibid.). I pored insistiranja da odbijaju da izraze sopstvenu viziju budućnosti, postmoderni teoretičari, ipak, to čine, što je navelo Sibersa (Siebers) da izjavi kako je postmodernizam i sam, u suštini, utopijska filozofija:

“Ono što postmodernizam želi je ono što trenutno nedostaje, što znači da je postmodernizam utopijska filozofija. Utopijstvo demonstrira stalno nezadovoljstvo s ‘ovim i sada’, kao i radoznalost o mogućnosti razmišljanja izvan ‘sada i ovde’. Centralna postavka utopijstva nije da se ne bude nigde, već se radi o želji da se bude negde drugde. Postmodernisti, dakle, nisu utopijsti zato što ne znaju šta žele. Oni su utopijsti zato što znaju da žele nešto drugo. Oni imaju potrebu da žele drugačije” (Siebers, 1994, 2c3).

U skladu s tim, i “sajberfeminizam” se eventualno može nazvati “pokretom sa sto antiteza”, jer se nje-

gov “osnivački akt” sastoji od sto negativnih definicija” (Gordić-Petković, 2004):

“U pomenutom šaljivom manifestu konstatuje se da *cyberfeminism/cyberfeminismus/sajberfeminizam* NIJE ideologija, umetnost, separatizam, ali ni avatar, ni matična ploča, niti pak naučna fantastika. On nije ni teorija, ni praksa, ni institucija, nije poslušan, ni apolitičan i ne govori o dosadnim igračkama za dosadne dečake. ‘Ki-berfeminizam’ neupućenima otkriva da ni feminizam nije monolitan i da se svo bogatstvo njegovih varijacija očituje tek kada stupi u virtualnu dimenziju.”

Ali, i pored antiteza i insistiranja da je “sajberfeminizam” nemoguće definisati, “sajberfeministkinje” su, ipak, izrazile stav o sopstvenoj slici budućnosti, iako je tu sliku nekada potrebno tražiti “između redova” i kroz ono što je implicitno, a ne eksplicitno navedeno. Vizija postmodernizma uglavnom se može okarakterisati putem fokusiranja na raznovrsnost, različitost, višestrukost i egalitarizam (različitosti, a ne egalitarizam sličnosti). Ova raznovrsnost i različitost uključuje i seksualne i rodne različitosti, kao i egalitarizam rodne višestrukosti. Postmoderna utopija je i “ekološka, komunalna i dijaloška” (Doll, 1995: 96). Proizilazi iz sopstvene kolektivne i kreativne imaginacije, a ne iz čvrsto zasnovane apriorne ideologije (Doll, 1995: 89). U pitanju je vizija izgrađena na sumnji i ironiji, vizija koja priznaje svoja sopstvena ograničenja i centralnost dijaloškog procesa i dijaloške zajednice (ibid, p. 89–110). Sve što Sibers i Dol navode kao odrednice postmoderne utopije, može se primeniti i na utopiju “sajberfeminizma”. To se može videti putem analize “100 antiteza ‘sajberfeminizma’” (http://www.obn.org/reading_room/content.html), kao i putem analize tekstova teoretičarki i aktivistkinja koje se identifikuju kao “sajberfeministkinje”.

Budućnost koju “sajberfeminizam” zamišlja, svakako nije budućnost u kojoj se “sajberpatrijarhat” održava. “Sajberfeministkinje” žele da naruše iluziju o muškoj tehnološkoj superiornosti: “tehnologija nije igračka za dečake (*boytoy*); mit o tehnologiji kao muškom svetu možda se dobro uklapa u određeni sistem moći, ali nije utemeljen u realnosti” (Gordić-Petković, 2004). Teoretičarke, kao što su Dona Haravej i Sejdi Plant,

daju seriju argumenata zašto je tehnologija ne samo žensko oruđe već i ključno sredstvo za postizanje ženske emancipacije. Sejdi Plant definiše “sajberfeminizam” ne onim šta on nije, već onim šta jeste. Po njoj, “sajberfeminizam” je “pobuna roba i materijalnog patrijarhalnog sveta, rasuta, raspodeljena pojava koja se sastoji od veza između žena, žena i kompjutera, kompjutera i komunikacijskih veza, konekcija i konekcionističkih mreža” (Plent, 2004: 135). “Sajberfeminizam” je zainteresovan za novo uslužno/informaciono društvo, u kome fizička snaga (tradicionalno povezana s argumentima o navodnoj muškoj superiornosti) gubi na vrednosti, a veštine kao što su emocionalna pismenost i mogućnost obavljanja različitih poslova simultano (veštine koje su trenutno više zastupljene i razvijene kod žena) dovešće/dovode do promene u odnosima moći među rodovima. Nove tehnologije imaju emancipatorski potencijal i zbog toga što mogu da pomognu ženama da bolje kontrolišu svoju sopstvenu reprodukciju, od odlučivanja kada i koliko da rađaju, do prenošenja ove uloge na druge prirodne (plaćeni surogati) ili veštačke materice (još uvek utopijska/distopijska vizija). To je bitno jer je kontekst patrijarhalnog društva učinio da se ova (prirodna) moć žena, zapravo, transformiše/izopačuje u (društvenu) nemoć, pa se sposobnost rađanja dece pretvara u ograničavajući faktor, bar kada je u pitanju “prenošenje autoriteta, moći i privilegija... u javnom/društvenom domenu” (Papić, 1993). Budućnost koju “sajberfeminizam” zamišlja je, onda, budućnost u kojoj žene nisu ograničene korporalnim/telesnim, tj. ženska fizionomija još više gubi na značaju kao faktor definisanja ženskog roda. Stupajući u “tihi savez s tehnologijom”, žene tako menjaju svoj odnos prema telu i prema svetu (Gordić-Petković, 2004). Često citiran tekst Haravejeve u kome ona izjavljuje da bi radije bila “kiborg” nego boginja (Haraway, 1991), označava radikalni prekid s asocijacijom žena i prirode (Šeri Ortner, 1983), odnosno asocijacijom koja je, kako se smatra, ženama više štetila nego koristila. Tu se javlja radikalna razlika između “sajberfeministkinja” i nekih drugih savremenih feminističkih orijentacija, od kojih su najznačajniji i najrasprostranjeniji “ekofeminizam” i “duhovni feminizam”. Za razliku od “sajberfeministkinja”, “ekofeministkinje” smatraju da cilj feminizma nije ograničenje žena od prirode, već menjanje hijerarhijskog pogleda na svet u

kome se i žene i priroda manje vrednuju (u odnosu na muškarce i kulturu/civilizaciju). Dok “ekofeministkinje” teže ispravljanju pogrešnog stava, odnosno pogleda na svet koji odražava/zastupa/promoviše manje vrednovanje prirode u odnosu na društvo i kulturu, “sajberfeministkinje” to žele da čine kada je u pitanju navodna ženska tehnofobičnost. I u jednom i u drugom slučaju radi se o težnji menjanja neravnomerne raspodele moći među rodovima, što je cilj i svrha svake feminističke orijentacije. Razlika između ove dve najnovije orijentacije feminizma (obe su nastale tokom poslednje dve decenije XX veka) ogleda se u drugačijim strategijama i metodama koje se smatraju najmoćnijim za postizanje takve vizije. I dok “sajberfeministkinje” kritikuju “ekofeminizam” kao esencijalistički, kao pokušaj vraćanja na premoderna društva, “ekofeministička” orijentacija zamera “sajberfeminizmu” negiranje prirode i duhovnosti kao ključnih fenomena koji i dalje definišu nas same.

Najrazornija kritika “sajberfeminizma” jeste ona koja navodi da “sajbefeminizam”, zapravo, i nije feminizam, već jednostavno igra pojedinih privilegovanih žena, umetnica i teoretičarki s tehnologijom. Gde su npr. projekti u okviru kojih se patrijarhat u “sajbersferi” i aktuelnom društvu konkretno dovodi u pitanje i minimalizuje? I pored insistiranja na sopstvenoj i kolektivnoj moći, šta su tzv. *Sajbergrrrrls* (ili *sajbercurrre*) konkretno učinile da se poboljšaju životi žena kojima patrijarhat najdirektnije škodi? Kako “kiborg” Done Haravej može da pomogne eksploataisanim ženama i deci i da ih zaštiti od seksualne zloupotrebe, objektivacije i nasilja? Zar nije i “kiborg” u okviru patrijarhalnog društva postao seksualno objektivikov, kao što se vidi iz dominantnih stereotipa seksualno objektivikovanih ženskih karaktera u raznim medijumima, od video-igara pa do ženskih avatara u “sajbeprostoru”? I zar nisu “sajberfeministkinje”, insistiranjem na individualnosti i različitosti naspram radikalnog feminizma, direktno doprinele dodatnom slabljenju ionako slabe ženske solidarnosti?

“Gde je feminizam u ‘sajberfeminizmu’?” – Fejt Vajlding postavlja pitanje u istoimenom eseju (http://www.obn.org/reading_room/writings/html/where.html). Na osnovu njene kritike, može se zaključiti da su “sajberfeministkinje” 90-ih više bile preokupirane distanciranjem od feminizma 70-ih nego kritikom pa-

trijarhata. Naime, ove teoretičarke često kritikuju feminizam 70-ih kao ograničavajući/politički korektan, esencijalistički, antitehnološki, antiseksualni, koji izaziva stalan osećaj “krivice” zbog nepostizanja kruto definisanih feminističkih ideala, i koji nije relevantan za savremeno iskustvo žena, pogotovo kada je u pitanju njihova interakcija s novim tehnologijama (Vajlding, 1998). Takva kritika je, po njenom mišljenju, pogrešna zato što je “sajberfeminizam” već usvojio mnoge strategije avangarde feminističkih pokreta, kao što je, na primer, strategijski separatizam (virtuelne zajednice samo za žene, mreže i povezivanje žena sa ženama), feministička kulturološka, društvena i jezička teorija i analiza, stvaranje novog imidža za žene na internetu (npr. feministički avatari, “kiborzi”, rodna fuzija), kako bi se odgovorilo na izuzetno rasprostranjene seksualne stereotipe. Usvojena je i feministička kritika “sajberprostora”, strategijski esencijalizam i slično (ibid.). Međutim, insistiranjem na razgraničenju od prethodne tradicije feminizma, “sajberfeministkinje” politički stupaju u savez s “kontraofanzivom” antifeminizma 90-ih (*antifeminist 'backlash'*) motivisanom od tradicionalnog i konzervativnog patrijarhalnog pogleda na svet. I ne samo to: ograničenje “sajberfeministkinja” prema ranijim strujama i orijentacijama feminizma, znači nepoznavanje istorije i kritike, pa tako i ponavljanje nekih prethodnih grešaka. Štaviše, mnoge “sajberfeministkinje” i same nekritički usvajaju patrijarhalne rodne stereotipe koje pozajmljuju iz popularnih medija, kao što su: prsate ratnice, superseksualizovani “kiborzi”, fatalne žene, iskarikirane domaćice 50-ih i slično (ibid.). U zaključku, Vajlding poziva “sajberfeministkinje” da konkretnije i eksplicitnije definišu pokret i strategije, da se upoznaju s prethodnom feminističkom tradicijom i teorijama nastalim u okviru mnogostrukih feminističkih orijentacija, kao i da nastave/pojačaju aktivnosti u “sajberprostoru” koje dovode u pitanju “sajber” i patrijarhat aktuelnog lokalnog i globalnog društva.

Zaključak

Stvaranje novog društvenog sistema uvek je praćeno utopijskim slikama o pozitivnim potencijalima društva u nastajanju. Druga strana utopije svakako je distopija, koja upozorava, teži ka tome da se obrati

pažnja i na moguće negativne posledice društvene promene. Nove tehnologije, trenutno, značajno doprinose stvaranju nove kulture, društva, pa čak i naših ličnih identiteta, uključujući i rodni. Interakcija kulturnog, društvenog, rodnog i ličnog u “sajberprostoru” može dovesti do slabljenja ili jačanja patrijarhata. Takođe je verovatno da će se patrijarhat, koji se pokazao kao izuzetno otporan sistem, zadržati, pa i ojačati u određenim delovima. Nada ostaje da će, sve u svemu, ipak oslabiti, da će nove tehnologije moći da se iskoriste kako bi došlo do ukupne egalitarizacije i demokratizacije u “sajberprostoru” i, inače, u virtualnom, kao i u realnom društvu. Sistem mreže pogoduje povezivanju i stvaranju egalitarnih sistema ponašanja i razmišljanja. Prihvatanje različitosti jedna je od ključnih vrednosti koju sistem mreže takođe pospesuje, uključujući i rodnu različitost. Mnogobrojne ženske i feminističke grupe već dosta koriste nove tehnologije kako bi prikupljale informacije, sredstva i kadar bitan za konkretne projekte, putem kojih se menja neravnomerna raspodela moći među rodovima, odgovara na nasilje nad ženama, decom, ostalim živim bićima, prirodom, i putem kojih se finansijski pomažu siromašne žene i žene u situaciji nasilnog konflikta i rata (npr. www.femaid.org; www.rawa.org; www.womeninwar.org; www.womensaid.ie; www.un.org/womenwatch; www.unifem.org; www.isiswomen.org i veliki broj drugih sličnih projekata). Redefinisani “sajberfeminizam”, koji nije samo “sajber-igra” privilegovanih žena s tehnologijom, već i feminizam, odnosno težnja da se ostvare ravnopravniji rodni odnosi i manifestuje društvo rodne ravnopravnosti, može da nađe utočište od “sajberpatrijarhata” i svrhu sopstvenog postojanja u ovakvim i sličnim projektima. Da li će, konkretno, lokalno, kao i globalno društvo, zadržati formu patrijarhalnog ili poprimiti formu društva rodne ravnopravnosti, prevashodno zavisi od svesti ljudi koji koriste nove tehnologije, a ne od samih tehnologija. Parafrazirajući Suzanu Hotorn i Renate Klajn (1999), može se zaključiti da je “sajberkultura” onoliko različita i interesantna, ili onoliko nasilna i dosadna, ili onoliko patrijarhalna ili rodno ravnopravna, koliko i ljudi koji u njoj učestvuju. Svaka, pa i najmanja intervencija protiv “sajberpatrijarhata” ili protiv patrijarhata putem novih tehnologija, kao i svaka intervencija putem koje se promovise rodna ravnopravnost, doprineće stvaranju pozitivne, harmo-

nične i egalitarne “sajberkulture”. Iako je patrijarhat velikim delom kolonizovao “sajberprostor” svojim manifestacijama, kao što su npr. promovisanje seksualno objektivirajućih/stereotipskih, mizoginijskih i militarističkih slika budućnosti, moguće je ovaj prostor dekolonizovati i ispuniti novim sadržajima koji promovišu rodnu različitost i egalitarizam. Ono što je pak najvažnije jeste – iskoristiti nove tehnologije kako bi došlo do promene u realnom društvu, i približiti se, individualno i kolektivno, feminističkom idealu, utopiji društva rodne ravnopravnosti.

Literatura:

- Bohen, A. (2001) Information Nebula, *Social Alternatives*, 20(1), 54–59.
- Brosnan, M. J. (2004) “Tehnofobija i rod: da li su kompjuteri ‘zvečke za dečke’?”, *Kultura*, 107–108, maj 2004, str. 99–118.
- Bruce, C. & Candy, P. (2000) *Information Literacy Around the World*. Wagga Wagga, New South Wales: Centre for Information Studies, Charles Sturt University.
- Castells, M. (1998) *End of Millennium—The Information Age: Economy, Society and Culture, Vol III*. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Doll, B. (1995) Post-modernism’s Utopian Vision. In P. McLaren (Ed.), *Postmodernism, Post-colonialism and Pedagogy*, 89–101, Albert Park, Australia: James Nicholas Publishers.
- Đurić, V. (2004) “Feminizam i tehnologija”, *Kultura*, 107–108, maj 2004, str. 200–202.
- Ebo, B. (Ed.) (1998) *Cyberghetto or Cybertopia: Race, Class, and Gender on the Internet*, New York: Praeger;
- Drahoš, P. (1995) Information Feudalism in the Information Society, *The Information Society*, 11(3), 209–222.
- Eisler, R. (1989) *The Chalice and The Blade: Our History, Our Future*, New York: Harper and Row.
- Eisler, R. (2002) *The Power of Partnership*, Novato, CA: New World Library.
- Fendler, L. (1999) Making Trouble: Prediction, agency, and critical intellectuals. In: T. S. Popkewitz & L. Fendler (Eds.) *Critical Theories in Education: Changing terrains of knowledge and politics*, 169–189, New York: Routledge.
- Gates, B. with Myhrvold, N. & Rinearson, P. (1995) *The Road Ahead*, New York: Viking.
- Gil Calvo, E. (2000) Internet, Tocqueville and the Genius of the Place. Retrieved 18 May, 2001, from the MISTICA

Virtual Community Archives Web site: [http://funredes.org/mistica/bdd/attachado.php3/lengua/en/idarchi/16/Gil Calvo's article is written in Spanish and it can be automatically translated if using Google search engine](http://funredes.org/mistica/bdd/attachado.php3/lengua/en/idarchi/16/Gil_Calvo's_article_is_written_in_Spanish_and_it_can_be_automatically_translated_if_using_Google_search_engine). This translation does not give full meaning though. So in addition, consult: Case, J. (2001). *New Technologies: Culture and Education. Social Alternatives*, 20(1), 29–33./

Gordić-Petković, V. (2004) "Virtuelna književnost", Beograd, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.

Haraway, D. (1991) *A Cyborg Manifesto: Science, Technology and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century*. In: *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, New York: Routledge.

Haywood, T. (1995) *Info-Rich/Info-Poor: Access and Exchange in the Global Information Society*, London: Bowker/Saur.

Hawthorne, S. And Klein, R. (1999) *CyberFeminism: Connectivity, Critique and Creativity*, Melbourne: Spinifex Press.

Hughes, D. (2000) *The Internet and Sex Industries: Partners in Global Sexual Exploitation*, *Technology and Society Magazine*, Spring 2000; <http://www.uri.edu/artsci/wms/hughes/siii.htm>

Inayatullah, S. and Leggett, S. (2002) *Transforming Communication: Technology, sustainability, and future generations*, Westport, Connecticut: Praeger.

Kenway, J. (1996) *The Information Superhighway and Post-modernity: the social promise and the social price*, *Comparative Education*, 32(2), 217–231.

Nakamura, L. (2000) *Race In/For Cyberspace: Identity tourism and racial passing on the Internet*. In: D. Bell & B. M. Kennedy (Eds.) *The Cybercultures Reader*, 712–720, London: Routledge.

Negroponte, N. (1995) *Being Digital*, New York: Alfred A. Knopf.

Norman, D. (1998) *The Invisible Computer: Why good products can fail, the personal computer is so complex, and information appliances are the solution*, Cambridge, MA: MIT Press.

Ortner, S. (1983) "Zena spram muskarca kao priroda spram kulture", u: Papić, Z. i Sklevicky L. (ur.) *Antropologija zene*, Beograd: Prosveta.

Ostler, R. (1999) *Disappearing Languages*, *The Futurist*, August – September, 16–22.

Papić, Z. (1993) "Patrijarhat", *Enciklopedija političke kulture*, ur. M. Matić i M. Podunavac, Beograd; članak dostu-

pan na <http://www.gay-serbia.com/teorija/2005/05-01-11-patrijarhat/index.jsp>

Pfitzer, G. M. (1995) The Only Good Alien Is a Dead Alien: Science Fiction and the Metaphysics of Indian-Hating on the High Frontier, *Journal of American Culture*, 18(1): 51(17), Spring 1995, p. 51.

Plent, S. (2004) "Na matriksu: sajber-feminističke simulacije", *Kultura*, 107–108, maj 2004, str. 119–136.

Postman, N. (1993) *Technopoly: The surrender of culture to technology*, New York: Vintage Books.

Ropelato, J. (2006) Internet Pornography Statistics; <http://internet-filter-review.toptenreviews.com/internet-pornography-statistics.html>

Sardar, Z. (1996) *Cyberfutures: Culture and politics on the information superhighway*, New York: New York University Press.

Sardar, Z. (2000) Alt. Civilizations. FAQ: Cyberspace as the Darker Side of the West. In: D. Bell & B. M. Kennedy (Eds.), *The Cybercultures Reader*, 732–753, London: Routledge.

Schneider, B. (1999) New media and the global economy, *Journal of Futures Studies*, 4(1): 65–83.

Shenk, D. (1997) *Data Smog: Surviving the information glut*, San Francisco: HarperEdge.

Siebers, T. (Ed.) (1994) *Heterotopia: Postmodern Utopia and the Body Politics*, Michigan: The University of Michigan Press.

Spender, D. (1995) *Nattering on the net: Women, power and cyberspace*, Melbourne: Spinifex.

Sorayama, H. (1988) *Sexy Robot*; <http://www.sorayama.net/Robot/robot.html>

Trend, D. (2001) *Welcome to Cybershool: Education at the Crossroads in the Information Age*, Oxford: Rowman & Littlefield publishers, Inc.

Wertheim, M. (1999) *The Pearly Gates of Cyberspace: A History of Space from Dante to the Internet*, Sydney: Doubleday.

Wilding, F. (1998) *Where is Feminism in Cyberfeminism?*; http://www.obn.org/reading_room/writings/html/where.html

Wresch, W. (1996) *Disconnected: Haves and have-nots in the Information Age*, New Brunswick: Rutgers University Press.

O "DRUGIM PROSTORIMA" POSTMODERNOG SVETA – "EKRA NSKA KULTURA" KAO MATRICA SAŽIMANJA VREMENA I PROSTORA

Apstrakt: Sažimanje vremena i "urušavanje" prostora jedna je od žižnih tačaka u stvaralaštvu američkog pisca Dona DeLila. Ovi procesi uslovljeni su tehnologijom koja je postmodernoj kulturi nametnula atribut "vizuelne" kulture, kulture "znaka", u kojoj je svaka perspektiva relativizovana, a svako tumačenje u potpunosti zavisno od procesa proizvodnje (vizuelne) informacije. Delilo se posvećuje ovim procesima gotovo u svim svojim romanima; međutim, svakako najzanimljiviji odnos procesa medijacije događaja i samog događaja, i stvaranja "drugog" vremena i prostora, potpuno zavisnog od ovih parametara, predstavljaju romani "Podzemlje" i "Vaga" u kojima je snimak atentata na predsednika Kenedija ključni artefakt kojim Delilo ilustruje navedene relacije.

Ključne reči: "Vaga", "Podzemlje", tumačenje, tehnologija medija, Don Delilo

Key words: *Libra, Underworld, interpretation, media technology, Don DeLillo*

U članku "Moć istorije"¹, objavljenom u "Njujork tajmsu" kao prigodni tekst priredn povodom izda-

¹ DeLillo, D. "The Power of History". *The New York Times Book Review*. Sept. 7th, 1997: n. pag. Online.

vanja romana "Podzemlje", Don Delilo, jedan od najvećih savremenih američkih pisaca, govori o sažimanju vremena, nastalom kao posledica uticaja "prizora savremenog života"² na proces pisanja. Dominantna karakteristika "kulturne drame"³ koja se odvija u okruženju medija jeste, po njemu, ubrzavanje potrošnje i trenutno stvaranje otpada; to se odnosi i na vreme i prostor u kome se nalazimo, a koji postaju integralni delovi procesa potrošnje. Sadašnjost doživljavamo kao niz trenutaka koji, dokumentovani i okovani u vremenu, bljesnu i nestaju; u tom kontekstu, rekonstruisanje prošlosti u prozi govori o procesu "intimizacije i recentriranja"⁴, sagledavanjem javnih događaja iz "anonimnog ugla iskustva malog čoveka"⁵, jer na taj način preoblikujemo sopstveni doživljaj vremena i društvene stvarnosti čiji smo deo. Poredeći različite slikovne zapise dešavanja, snimak oružane pljačke i "događaje i dokumente koji svedoče o prošlosti"⁶, Delilo ističe veliku razliku između onog što čini lični doživljaj "stvaranja istorije" i onog što jeste interpretacija tog događaja u istorijskom kontekstu. On preispituje mogućnosti stvaranja određene vrste novog "kulturnog sećanja"⁷ kroz ponovljeno prikazivanje video snimaka u kojima dominira nasilje kao deo svakodnevice, postavljajući te projekcije u središte procesa kojim se briše razlika između stvarnosti i fikcije, i "insinuira saučesnički odnos između posmatrača i posmatranog"⁸.

U okviru ovog konteksta, karakteristična je Delilova rekonstrukcija društvenog značenja različitih video zapisa i drugih dokumenata iz medija koji se odnose na javne ličnosti Amerike i njihovo postavljanje u kontekst istorije Amerike XX veka, te, na taj način, i stvaranja alternativnih prostora postmoderne kulture. Romani "Vaga" i "Podzemlje" najsnažnije odslikavaju ove procese.

² Up. ibid.

³ Up. ibid.

⁴ Up. ibid.

⁵ Up. ibid.

⁶ Up. ibid.

⁷ Up. Green, J. "Disaster Footage – Spectacles of violence in DeLillo's Fiction". *Modern Fiction Studies*. 45:3, West Lafayette 1999, str. 572.

⁸ Up. ibid.

U romanu “Vaga”, Delilo se bavi temom atentata na predsednika Kenedija, pored ostalog, i sa stanovišta stvaranja identiteta učesnika u činu atentata kroz medije; on konstruiše mnogostruki identitet Lija Harvija Osvalda od mase podataka iz različitih izvora; ali, taj proces stvaranja ne može da odredi njegov identitet jednoznačno, nego ga predstavlja kao “otvorenu petlju”, pomičnu skalu na kojoj se značenja smenjuju u rasponu između dve smrti, Kenedijeve i Osvaldove, od krvnika do žrtve i nazad. Međutim, u romanu “Podzemlje”, u epizodi u kojoj se Zapruderov film⁹ prikazuje u stilizovanom okruženju elitne umetnosti, efekat koji to prikazivanje ostavlja na ličnost Džona Kenedija u potpunosti je suprotan. Svi aspekti njegovog života implodiraju ka nekoliko sekundi u zamrljanim kadrovima filma kojima je predstavljena njegova smrt¹⁰. U ovom romanu, Delilo opisuje privatnu zabavu, skup ljudi iz umetničkih krugova, gde se prikazuje snimak napravljen amaterskom kamerom. Odlomak teče kontinuirano i isprva opisuje kvalitet snimka, kao da time teži da ustanovi njegovu autentičnost, a potom opisuje sadržaj. Pojavljuje se limuzina okupana suncem, pa glava, a onda nešto udara u glavu i ona se rasprskava, i potom sledi reakcija ljudi u prostoriji, njihova zaprepašćenost i neverica. To je snimak predsednikove kolone vozila u Dalasu, i video zapis atentata na predsednika. Film je izazvao zaprepašćenje iz dva razloga – s jedne strane snimak je bio dugo zabranjen za prikazivanje, ali se znalo da postoji, i predstavljao je naizgled neposredni dokaz o onom što se zaista dogodilo u Dalasu; s druge strane, u njemu je takođe sadržan šok suočavanja s krhkošću ljudskog tela, sa štetom koju metak napravi pri udaru u ljudsku lobanju, “i to prosipanje tkiva i moždane mase predstavljalo je užasno otkrovenje”¹¹. Događaj i oni koji su u njemu učestvovali stekli su autentičnost isključivo putem filmskog medijuma – video beleška atentata na Kenedija preuzela je do-

⁹ Privatni snimak kamerom koji dokumentuje atentat na predsednika Kenedija.

¹⁰ Up. Hardin, M. (2002) “Postmodernism’s Desire for Simulated Death: Andy Warhol’s Car Crashes, J. G. Ballard’s Crash, And Don DeLillo’s White Noise”. *Literature Interpretation Theory* 13. Philadelphia 2002: Online. str. 37.

¹¹ Up. DeLilo, D. “Podzemlje”. Beograd 2008, str. 497, prev. Z. Paunović.

men svog sadržaja – snimak je postao sam atentat. Delilo, međutim, ne koristi samo uticaj filma da bi predstavio događaj iz perspektive trenutka u kojem se dešava njegovo prikazivanje. Ova epizoda, s jedne strane, najavljuje objavu univerzuma u okviru koga je “sajber prostor” primarni medijum, i snažno naglašava tezu da se Kenedijev identitet definiše preko nekoliko kadrova kojima je zabeležena njegova tragična smrt; s druge strane, kako ističe Džeremi Grin, Zapruderov film jedno je od “naših najistaknutijih obeležja neizvesnosti i haosa”¹², ili “izložba zverstava”, kako dalje navodi citirajući Balarda, koja sve pokazuje a ne govori ništa. Neizvesnost i užas, po Grinu, potiču u izvesnoj meri od problematičnosti interakcije tehnologije i telesnosti, i sa svakim novim napretkom tehnologije, snimak biva iznova podvrgnut veoma pomnom ispitivanju ne bi li se taj jaz premostio tehnološkim sredstvima. Takođe, telesnost u ovom kontekstu nije samo materijalna kategorija već se efekat posredovanog događaja prenosi u društveno tkivo i služi kao inicijator formiranja društvenog tela sintetisanog oko traumatičnog događaja.

Zapruderov film postao je artefakt popularne kulture kojem se slobodno može pristupiti preko interneta, bilo kao video zapisu, bilo kao sekvencama kadrova preko kojih je izolovana specifična tačka u vremenu, poznata kao “kadar 313”, koja u deliću sekunde obeležava baš onaj momenat kada je metak udario u glavu predsednika. Sam film svodi se na objekat namenjen konzumiranju na sličan način na koji je to i video snimak oružane pljačke koji Delilo opisuje u članku “Moć istorije”; međutim, ovaj film se smatra svedočanstvom o istorijskom događaju kojem pretpostavljamo da posreduje, i tom događaju on posledično pripisuje karakteristike robe namenjene trošenju. U romanu Zapruderov film funkcioniše kao prototip video snimka ubistva pred kamerama koji, zauzvrat, simbolizuje kulturu u kojoj su televizijske vesti definisane kao jedan u nizu oblika zabave, pa tako i jedan u nizu načina da se nešto ponudi na tržištu, budući da je uloga medija u potrošačkom društvu, u prvom redu, da proda određene kategorije publike zainteresovanim oglašivačima. Kada ovakav video snimak dospe u posed televizijske mreže, gle-

¹² Green, op. cit, str. 594.

daoci neće biti u stanju da u procesu ponavljanja iskuse tragediju, niti stradanje ljudskog bića, već samo niz slika koje se usporeno smenjuju ogoljene i oslobođene svakog obeležja izuzev onog formalno–estetskog. Na tom primeru očito je da ono što isprva nastupa kao primer avangardne umetnosti, što je pretpostavljeni cilj prikazivanja Zapruderovog filma u okolnostima u kome ga posmatra Klara Saks, u romanu “Podzemlje” veoma lako postaje očekivano standardno iskustvo prosečnog televizijskog gledaoca, vrsta tehnološkog postupka koju će asimilirati estetika kapitalizma.

Pored projekcije Zapruderovog filma, u istom poglavlju romana “Podzemlje”, naslovljenom po dokumentarnom filmu o “Rolingstonsima”, Klara Saks posećuje još dve filmske projekcije koje, svaka na svoj način, definišu posredovani prostor medija. Prva prikazuje kontroverzni dokumentarni film Roberta Frenka s američke turneje “Rolingstonsa” 1972. godine, koji je grupa naručila kao prateći materijal za album *Exile on Main Street*. Budući da je snimak turneje s jedne strane bio beleška o izvanredno uspešnim nastupima, dok je s druge strane otvoreno prikazivao razvrat i odsustvo svakog obzira iza scene, članovi grupe zaključili su da ne žele da se film pusti u promet. Film je sniman u stilu *cinéma vérité*, i pred publiku je donosio potpuno nezaštićene “Stonse” sa svim njihovim slabostima i manama, dok njegov provokativni naslov, *Cocksucker Blues*, potiče od naslova poslednjeg singla koji je grupa bila dužna da snimi za kuću “Deka” (Decca). Zbog sukoba sa zvaničnicima izdavačke kuće, tema i jezik pomenute pesme svesno su birani tako da budu uvredljivi i skandalozni u najvećoj mogućoj meri, te je, konačno, izdavačka kuća odbila da objavi singl, koji se pak pojavio tek mnogo godina kasnije na kompilaciji koja je, takođe, uskoro povučena i objavljena ponovo bez pomenute pesme. Sam film postao je predmet spora “Rolingstonsa” i reditelja, i njegovo prikazivanje još uvek podleže odredbama sudske zabrane koja nalaže da film može da se emituje isključivo u situaciji kada je reditelj fizički prisutan. Time što skandalozni naslov pozajmljuje poglavlju sopstvenog romana, Delilo veoma uspešno postavlja u fokus ubrzane promene perspektive, koje indukuje mreža medija, i naglašava da iako medijum jeste interpretacija stvarnosti, istovremeno je i njen

integralni deo i tehnološko sredstvo kojim se produkuju različite stvarnosti; takođe, naglašava da mreže informacija omeđene medijima nisu samo kanali kojim putuju informacije već da se u određenim situacijama, u zavisnosti od konteksta i međusobne povezanosti informacija ili sistema, u mrežama događa “isticanje” ili “prelivanje” informacija iz kojih se može crpeti mnoštvo nekontrolisanih interpretacija.

Film o “Rolingstonsima” u “Podzemlju” dramatično prikazuje kontrast između medijske slike o izvođačima i, u izvesnom smislu, moguće medijske slike o njima, te dinamično preplitanje slika generisanih različitim medijima koje zajedno čine integralnu sliku o predmetu prikazivanja. U “Podzemlju”, Klara odlazi na projekciju s prijateljicom Ejsi Grin i, mada se skandalozni delovi filma u pozadini smenjuju jedan za drugim, Klara filmu pristupa upravo kao artefaktu, a ne kao nekoj projekciji stvarnosti:

“Dopadalo joj se to isprano plavo svetlo filma, ta neka vrsta sutonske svetlosti, tunelsko svetlo koje je nagoveštavalo neku nepouzdanu stvarnost – zapravo, nimalo nepouzdanu, zato što nije teško verovati u ono što vidite, već u subverzivnu realnost, kvarljivu i ruševnu, privlačno tunelski plavu.”¹³

Njena pažnja usmerena je na logo na kome su usne Mika Džegera, i ona ih doživljava kao korporativni logo Zapadnog sveta, kao deo koji predstavlja poseban objekat naknadno dodat radi nadrealnog utiska o onom što on i grupa predstavljaju¹⁴. Njena prijateljica Ejsi ne posvećuje nimalo pažnje umetničkim odlikama filma, kao ni ikoničkoj vrednosti grupe u okvirima pop kulture. Za nju je film, jednostavno, veza sa sopstvenim teskobnim iskustvom koje je doživela kao deo publike na jednom od koncerata na turneji, koja je predmet filma; tako, njena izjava da ne zna o kojoj se noći radi, ali da su koncert, grad i “bend” na snimku isti kao iz njenog sećanja, i da zapravo i nije važno u kojoj je meri snimak autentičan jer su u pitanju “isti pederski ’bend’ ispošćenih milionerskih prdonja i njihovih crnih telohranitelja”, upućuje na to da film ne prenosi ništa drugo osim svojih estetskih kvaliteta – dakle, on nije svedočanstvo o

¹³ “Podzemlje”, str. 391.

¹⁴ Ibid, str. 390.

nemoralu, bahatosti i razvratu kojim bi se narušio bilo čiji ugled. Identitet “benda” uspostavljen je unapred kao komercijalni, ili korporativni, dok je film najava poniranja kulture u komercijalizaciju, koja će se desiti nešto kasnije i predstavljaće jednu od najvažnijih karakteristika postmodernog doba.

Između Zapruderovog filma i filma o “Rolingston-sima”, što čini dokumente iz domena realnog, Delilo u romanu “postavlja” projekciju filma koji sasvim izvesno pripada fikciji, a čiji je navodni autor Sergej Ajzenštajn. Film koji je, po priči, bio izgubljen i potom pronađen pod nerazjašnjenim okolnostima, naslovljen je *Unterwelt*. Klara odlazi na jedinu projekciju zakazanu u “Rejdio Siti Mjuzikholu”; u okruženju koje nije u srazmeri s temom filma, uz predstavu plesačke trupe “Raketice”, filmska projekcija predstavlja udvojenju, pa čak i sukobljenu perspektivu dve stvarnosti “hladnog rata”. S jedne strane, to je apokaliptična vizija društva na pola puta između Brojgelove slike “Trijumf smrti”¹⁵ i otkrovenja na “bilbordu” u poglavlju “Das Kapital”. S druge strane film nosi veoma snažnu političku poruku o dualizmu sveta, što pojačavaju žovijalna komercijalna atmosfera “Rejdio Siti Mjuzikhola” i izneverena očekivanja gledalaca koji su, još pre pauze, demonstrativno napuštali salu. U domenu realnog, Ajzenštajn je umetnik čija dela nose izrazito političku crtu, i mada je film o kome je ovde reč u potpunosti Delilova konstrukcija, iz nje se očituje njegovo poznavanje Ajzenštajnovog dela, u istoj meri kao i sklonost ka filmu kao medijumu i želja da slavi delo umetnika koje istovremeno izaziva smeh i uzdržano divljenje. Kako navodi Ketrin Morli¹⁶, Ajzenštajnov uticaj prisutan je i u dinamici teksta prologa, ali i u procesu montaže, u “razlamanju” scena i rezova koji čine teksturu romana. Njegovo delo takođe se bavi odslikavanjem mase, mnoštva i moći koju kolektiv prisvaja, čime se Delilo naročito bavi u romanima “Mao II” i “Beli šum”. Međutim, funkcija ovog naročitog segmenta koji se odnosi na Ajzenštajnovu poetiku, iako ne potiče iz njegovog opusa, jeste demonstriranje potrebe da publika učestvuje u

¹⁵ Brojgelova slika je motiv iz prologa romana.

¹⁶ Morley, C. “Excavating ‘Underworld’, disinterring ‘Ulysses’. Don DeLillo’s dialogue with James Joyce”. *Comparative American Studies*. 4:2. London 2006, str. 175–196.

kreiranju značenja svojim aktivnim učešćem u procesu tumačenja. “Iznose se argumenti, teorije se stvaraju na ekranu i istog trenutka bivaju poljuljane – mnogo je tu suprotstavljanja i konflikata.”¹⁷

Junakinja romana, Klara Saks, zaključuje da film predskazuje globalne pretnje čovečanstvu, u čemu nalazimo odjeke onog što je za nju predstavljala pretnja atomskom bombom ili onog što za čitaoca s kraja XX veka predstavlja pretnja genetičkom bombom; film nesumnjivo govori o dubokoj podeli koja će raspeliti svet na polovine, o “nama i njima”, i načinu na koji jedni drugima dopunjujemo egzistenciju. Ovu tezu podupire i priča koju Delilo postavlja u intermeco, između dve rolne filma, u kojoj se posvećuje “Munmenu 157” i crtačima grafita, umetnicima iz “Podzemlja”; ma koliko da je film fantastičan i nadrealan, on za Klaru, ali reklo bi se i za obaveštenog čitaoca, za razliku od prethodna dva filma u tom trenutku predstavlja srž stvarnosti, ili makar srž stvarnosti romana. Sve što Ajzenštajn želi da vidimo, na kraju krajeva, jesu protivurečnosti postojanja. “Gledaš u lica na ekranu i vidiš obogaljene žudnje, unutrašnje podele ljudi i sistema, sudare i ubrzanja različitih sila, koji narušavaju ravnotežu tako da to ostaje trajno obeležje stvari.”¹⁸

“Drugi” su uvek u graničnom području predstave; oni su deo neizdiferenciranog mnoštva, stereotip ili utvare, statistički podaci kojih postajemo svesni tek putem medija masovne komunikacije kroz prizore skupova, gomile ili masovnih katastrofa. U tom obliku, kako navodi Grin¹⁹, kolektiv je predstavljen ambivalentno, ili kao preteća sila ili kao ugroženi entitet. Savremene nesreće uvek podrazumevaju slom tehnoloških sistema i stupanje na teritoriju izvan one omeđene sigurnošću koju takvi sistemi pružaju. Ipak, katastrofe koje opčinjavaju posmatrača, uvek su one u kojima neadekvatnost tehnologije rezultira smrću pojedinca ili, čak, smrću mnoštva. U medijima masovne komunikacije, izveštavanje o masovnim žrtvama savremenih katastrofa obeležava granice transparentnosti tehnologije; to su trenuci u kojima ona po-

¹⁷ “Podzemlje”, str. 437.

¹⁸ Ibid, str. 453.

¹⁹ Up. Green, op. cit, str. 581.

staje vidljiva u društvenom tkivu, a istovremeno nosi i negativan predznak. Scene u kojima skršena ljudska tela svedoče o ranjivosti čoveka i izloženosti na milost i nemilost tehnologiji, pomoću koje putujemo ili stvaramo energiju, podrazumevaju jedan nivo identifikacije sa žrtvama nesreće i generisanje straha od tehnološke zavisnosti. Međutim, izvesnost smrti nije ni uvećana niti umanjena zbog toga što je potvrđena i proračunata tehnološkim sredstvima; u tome i jeste najveća ironija ljudske zavisnosti od tehnologije: u pitanjima totaliteta, života ili smrti, i tehnologija i neizvesnost “prirodnog” stanja mogu da pruže jednako izvesne odgovore. Takođe, uticaj kolektivne traume na formiranje kolektivnog sopstva, posredstvom sistema medija masovne komunikacije ili traume spektakla nasilja, formira snažan kompleks veza kojima se spajaju vreme i prostor u jedinstvene i neponovljive strukture nadilazeći fizičke barijere s kojima se neminovno suočavaju ljudske jedinice. U tome se upravo i sastoji suština razmišljanja o “kulturi mreža”, ako se tako jednim imenom može nazvati raznorodni asamblaž savremene i neminovno globalne kulture, u doživljaju jednog istovremeno kao mnogostrukog, jedinstvenog i opšteg. U Delilovom pisanju, ti fragmenti se prepliću i pretapaju jedan u drugi formirajući jednu sveobuhvatnu strukturu različitih formi kulture, hibridnih tvorevina, razgranatih izdanaka i jedinstvenih varijacija – svaki, i onda kada nije u vezi s nekim drugim fragmentom, stoji u neraskidivoj vezi prema celini koju svi zajedno tvore, prema slici, ili jednoj od slika koju će u kaleidoskopu zajednički tvoriti. Tokovi informacija pokazuju tendenciju da se “prelivaju” izvan mreža u kojima cirkulišu, i da tako prevaziđu ograničenost nekog medijuma otvarajući se u jedno šire polje. Ono što su nekada predstavljala “medijska saopštenja”, više ne može da bude predstavljeno tokom, kroz definisani kanal od pošiljaoca ka primaocu; poruke se šire i deluju jedne na druge, mešaju se i mutiraju u jedinstvenoj (ali ne i jednoobraznoj) informacionoj ravni; informacije prelaze različite kanale i prelamaju se kroz različite medije – menjaju svoj oblik svaki put kada se dekodiraju ili ponovo kodiraju na lokalnom nivou. Svaku kulturnu produkciju ili formaciju, svaki proces proizvodnje značenja sve je teže odvojiti od informacionih procesa koji se odvijaju na širem planu i koji regulišu

brzinu i opseg protoka slika i reči na celoj planeti povezanoj hipervezama.

Delilov roman "Podzemlje" prikazuje procese i stanja koji su doveli ili dovode do onog trenutka koji Virilio imenuje "opštim incidentom"; širenje informacija u sistemima medija često podrazumeva njihovo razorno dejstvo i ireverzibilnost efekata, jer se očekuje da će konačni produkt tog procesa biti konačno poništenje prostorno-vremenskog kontinuuma i materijalnosti postojanja. Ipak, iako se svet tako određene savremene kulture može doživljavati kao mesto "razaranja u kome vlada zaglušujuća buka belog šuma", gde su ljudi osuđeni da više ne raspoznaju rastojanja ili vremenske periode koji bi bili parametri njihovog ličnog kontakta s drugim ljudima, već svoje opštenje vezuju uz globalne medije, Delilova dela, mada nesumnjivo poseduju i tu dimenziju, ipak ne govore o nastupanju hegemonije nematerijalnog nad materijalnim; on kroz njih iznosi svoje mišljenje da procesi ubrzavanja toka istorije i poništavanja fizičkih dimenzija, kojima se poima udaljenost, nose i onu drugu poruku, manje očitu, ali stoga i neuporedivo značajniju – o tome da takav sled događaja predstavlja "produktivni potencijal" za transformaciju postinformacionog društva.

ELEKTRONSKA KOMUNIKACIJA 2.0: FEJSBUK KAO VIRTUELNA ZAJEDNICA

Apstrakt: *U radu je dat pregled konteksta u kome je nastala društvena mreža "Fejsbuk", kao i njegove opšte karakteristike iz komunikaciono-lingvističkog ugla, s naglaskom na društveni uticaj koji takve "mreže" mogu da imaju. Potom se detaljnije razmatraju nekoliko aspekti "Fejsbuka", kao što su novosti i zid, koji služe da bi se korisnici obavestili o promenama u statusu drugih korisnika, "blogerski" aspekt "Fejsbuka" u obliku statusa i beleški, čime sam korisnik svojim "prijateljima" prenosi detalje iz svog života na manje ili više iscrpan način, časkanje, koje se odvija na veoma sličan način kao i ranije elektronsko časkanje, samo što je ograničeno na komunikaciju među ljudima koji su jedni drugima "prijatelji" na "Fejsbuku", i čačkanje, svojevrsno flertovanje među korisnicima koje igra fatičku ulogu održavanja kontakata. U zaključku, dat je osvrt i na negativne aspekte umrežavanja i komuniciranja na "Fejsbuku".*

Ključne reči: *"Fejsbuk", virtuelne zajednice, društveni kapital, zloupotreba*

Key words: *Facebook, virtual communities, social capital, abuse*

Internet je u svakom smislu bio i ostao dinamična i interaktivna pojava koja na potpuno nov i dosad nezabeležen način menja sve ono što se znalo ne samo o jeziku i komunikaciji nego i o društvu i zajednicama. Ko god da se bavi proučavanjem ovih i drugih aspekata interneta, ne može da se osloni na vreme koje će dokazati da je u pravu, nego mora, baš naprotiv, da vodi bitku s njim i iznova osvežava i podmlađuje svoja znanja

iz ove oblasti. Pojava nove generacije načina komuniciranja, ako internet posmatramo iz tog ugla, već se desila, što iziskuje novo obraćanje, nove uvide i nove analize.

Jedna takva novina, sve popularnija među ljudima svih generacija, jeste “Fejsbuk” (eng. *Facebook*). Nastao je 2004. godine kao zatvoren sistem komuniciranja i povezivanja studenata i profesora na Univerzitetu Harvard, u doba kada je svetom vladala groznica “ćaskaonica” i diskusionih grupa, kada se internet s telefonskih centrala selio na mnogo brže kablovske mreže i kada je broj korisnika i vlasnika kompjutera vrtoglavo rastao, a cene opreme vrtoglavo padale. Klima je očigledno bila povoljna za nastanak nove generacije drugačije komunikacije, samo je bilo potrebno malo vremena da se i ovaj sistem, kao i svi drugi pre njega,¹ ponudi javnosti. Naime, “mreža” se s Univerziteta Harvard proširila prvo na druge univerzitete u okolini Bostona, odakle je buknuła i postala dostupna svim studentima, a potom i srednjoškolicima u Americi. Revolucionaran korak dogodio se 26. septembra 2006. godine, kada je “Fejsbuk” postao otvoren za svakog starijeg od 13 godina ko ima otvorenu stvarnu *e-mail* adresu.

“Fejsbuk” je društvena mreža koja omogućava stvaranje virtuelnih zajednica, pri čemu korisnici mogu da se povezuju na osnovu različitih zajedničkih karakteristika. Pored očiglednog i najčešćeg povezivanja, ostvarenog na osnovu pravih poznanstava, korisnici mogu da stupaju u kontakt priključujući se na “mreže” organizovane po gradovima u kojima žive ili u kojima su boravili, po školama i univerzitetima na kojima su diplomirali, po radnim mestima, ali i po zaista raznovrsnim društvenim temama koje ih zanimaju (od problema zaštite životinja i njihovih prava, preko društvenih akcija kao što je, na primer, očuvanje parka u nekom gradu, do grupa poput “Velikog brata”, “Operacije Trijumf”, “48 sati svadbe”, “Menjam ženu” – *Haters Club!*).

Virtuelne zajednice nisu novina na internetu, već postoje od samih početaka elektronske komunikacije. Da bi se definisala virtuelna zajednica, potrebno je prethodno definisati zajednicu shvaćenu na tradicio-

¹ Za više detalja o istorijatu komunikacije na internetu videti: Radić-Bojanić, B. *Neko za chat?! Diskurs elektronskih ćaskaonica na engleskom i srpskom jeziku*. Novi Sad, 2007, str. 9–13.

nalani način. Autori koji su pisali o virtuelnim zajednicama² slažu se u tome da tradicionalnu zajednicu prvo definiše lokacija: ljudi koji dele isti prostor ispunjavaju prvi uslov da čine zajednicu. Osim zajedničkog prostora, ljudi koji čine zajednicu moraju da dele i jezik, da imaju razvijene različite društvene uloge, da znaju granice svoje zajednice, da imaju rituale, posvećenost zajednici, pravila, norme i standarde zajednice. Kada se govori o virtuelnim zajednicama, prvo što se uočava jeste odsustvo zajedničkog fizičkog prostora ljudi koji čine zajednicu shvaćenu u tradicionalom smislu. Sve zajednice su, osim onih koje su zasnovane na kontaktu licem u lice, zamišljene.³ Virtuelnu zajednicu mogu da čine ljudi koji se možda nalaze u istom gradu, a možda i na drugom kraju sveta. Ono što ih povezuje, stoga, nije lokacija, nego interes za datu temu i jezik koji je jedini način da učesnici obznane svoje prisustvo.⁴

“Fejsbuk”, kao jedna od velikog broja postojećih elektronskih društvenih mreža, svojim korisnicima daje mogućnost da, praveći “elektronski profil”, grade virtuelnu mrežu prijateljstava i poznanstava, i da na taj način prevaziđu jaz između elektronskog i vanelektronskog sveta. Za razliku od ranijih virtuelnih zajednica (diskusione grupe, “časkaonice”), u kojima je pravac ostvarivanja kontakta išao od elektronskog sveta ka vanelektronskom, što znači da su se ljudi prvo upoznivali na internetu a potom u stvarnom životu, tendencija na “Fejsbuku” je obrnuta: korisnici koji već imaju ostvarene društvene ili poslovne kontakte u vanelektronskom svetu, povezuju se i preko ove “mreže”, te svoj društveni odnos realizuju na još jednom nivou.⁵

² Baym, N. The emergence of on-line community. In: Jones, S. (ed.) *Cybersociety 2.0: Revising computer-mediated communication and community*. London, New Delhi, 1998.

Crystal, D. *Language and the Internet*. Cambridge, 2001.

Rheingold, H. *Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. 1993; www.well.com/user/hlr/vcbook (postavljeno 1996. godine, poslednji pristup 2. avgusta 2009. godine)

³ Baym, op. cit, str. 38.

⁴ Radić-Bojanić, B. Virtuelne zajednice kao jezičke zajednice. *Teme*, XXX/1, Niš, 2006, str. 60.

⁵ Ellison, N. B, Steinfield, C. & Lampe, C. The benefits of Facebook “friends”: Social capital and college students’ use of on-line social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. 2007; <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> (postavljeno 2007. godine, poslednji pristup 27. jula 2009. godine)

Ovo, doduše, nije jedini način i pravac ostvarivanja kontakta, već može zaista da dođe do uspostavljanja isključivo virtuelnog poznanstva među ljudima koje je povezalozajedničko interesovanje za datu temu ili problem.

Tako društveni kapital (eng. *social capital*) – koji obuhvata resurse nastale povezivanjem ljudi koji grade trajne mreže odnosa⁶, vezivno tkivo koje drži svaku zajednicu na okupu – igra veoma bitnu ulogu i na internetu. Uprkos ranijim tvrdnjama da je internet velika pretnja društvenom kapitalu mnogih zajednica, jer korisnike odvlači od međuljudskih kontakata u vanelektronskom svetu, dokazano je da elektronski kontakti i komunikacija mogu da dopune ili, čak, zamene međuljudske kontakte za koje korisnici nemaju vremena, te da ih ojačaju i nadgrade.⁷ Istraživanja⁸ su pokazala da “Fejsbuk” ima pozitivan uticaj na društvenu dobrobit studenata, pošto se ispostavilo da studenti koji imaju nizak stepen samopoštovanja i visok stepen nezadovoljstva životom, ostvaruju, putem “Fejsbuka”, različite društvene veze i kontakte, čime povećavaju svoj društveni kapital. Te veze najčešće uspostavljaju s drugim studentima, poznanicima koje sreću na “kampusu” ili žurkama, jer veze s rodbinom i bliskim prijateljima već postoje, tako da novostvoreni kontakti pružaju nove perspektive i prilike za druženje i razmenu iskustava. Pored novih poznanstava, studenti mogu da obnove i stara, jer im “Fejsbuk” pruža mogućnost da pronađu nekadašnje zaboravljene prijatelje iz srednje škole ili detinjstva, čime mogu da osnaže stare veze i dodaju ih novim, što nadalje opet uvećava njihov društveni kapital.

Pored pitanja virtuelne zajednice, od velikog značaja je i pitanje identiteta i načina na koji se korisnici predstavljaju drugima. Zbog prirode društvenih mreža koje korisnici ostvaruju ili kojima se pridružuju, veoma je verovatno da su lične informacije koje o sebi daju mnogo tačnije od onog što stavljaju u “profile” u “časakaonicama” ili diskusionim grupama, pogotovo zato što su kontakti na “Fejsbuku” zasnovani na stvarnim kontaktima u vanelektronskom svetu.

⁶ Ibid.

⁷ Hampton, K. & Wellman, B. Neighboring in Netville: How the Internet supports community and social capital in a wired suburb. *City & Community*, 2 (4), 2003, pp. 277–311.

⁸ Ellison et. al, op. cit.

Svaki korisnik može da dopuni svoj “profil” željenom količinom informacija, što znači da se ovaj raspon kreće od najosnovnijih podataka (ime, prezime i datum rođenja), do veoma detaljnih (bračno stanje, adresa, posao/fakultet, *e-mail* adresa, politički i verski stavovi, omiljeni filmovi itd.), što prvenstveno zavisi isključivo od toga koliko svako želi da s drugima podeli detalje o svom životu. Informacije navedene u “profilu” omogućavaju svakom korisniku da se poveže s drugim korisnicima koji su naveli slične ili iste podatke u svom “profilu”, čime krug poznanstava može, ali i ne mora, da se proširi.

S komunikacijske tačke gledišta, najinteresantnija osobina “Fejsbuka” nesumnjivo je mogućnost integrisanja različitih dosadašnjih načina oblika komunikacije na internetu (“blogova”, časKANja, “mejliranja”) s novim interaktivnim, multimedijalnim i vizuelnim sadržajima koji su pripadali domenu “veb” stranica. Ukratko, svaki korisnik ima mogućnost da u okviru svog “profila” na “Fejsbuku” koristi sledeće opcije, putem kojih komunicira s ostalim korisnicima koje ima navedene kao “prijatelje” u svom “profilu”: *zid* (eng. *Wall*), osnovnu postavku na “profilu” svakog korisnika na kome on sam, ali i drugi, može da ostavlja poruke; *novosti* (eng. *News Feed*), stranicu zajedničku svima onima koji se nalaze u istoj “mreži”, na kojoj može da prati ne samo sopstvene nego i tuđe novosti; *beleške* (eng. *Notes*) i *status* (eng. *Status*), kao dve opcije “blogerske prirode”; *fotografije* (eng. *Photos*); *čačkanja* (eng. *Pokes*), aplikaciju koja omogućava korisnicima da jedni druge virtuelno “čačkaju”, tj. zadirkuju na različite načine; i *poklone* (eng. *Gifts*), aplikaciju koja služi za slanje virtuelnih poklona drugim korisnicima.

Novosti predstavljaju osnovnu stranicu, drugačiju za svakog korisnika, pošto svako ima različite “prijatelje” na svom “profilu”. Na toj “veb” stranici, korisnik može da vidi najnovije aktivnosti koje njegovi “prijatelji” stavljaju na svoje individualne “profile”, u rasponu od promena statusa, preko rođendana i drugih događaja (okupljanja, žurke, proslave), do zanimljivih slika i “linkova” ka muzičkim sadržajima (najčešće je u pitanju “sajt” *YouTube*). Svaki korisnik koji pripada “mreži prijatelja” može da komentariše postavljene aktivnosti, a drugi mogu da odgovaraju, što se vrlo često pretvori u prijateljsko “prepućavanje” i nadmetanje u dosetljivosti. Nasuprot tome, mnogo korisnika žalilo se da *novosti* pružaju suviše informacija pretrpanih

različitim sadržajima koje neko možda ne želi da prati, što je rešeno uvođenjem opcije biranja sadržaja koji se pojavljuju na stranici *novosti* svakog korisnika. Osim toga, naročito izražen problem kod korisnika koji imaju više stotina “prijatelja” na svom “profilu” jeste to što *novosti* olakšavaju drugima praćenje tuđih aktivnosti, kao što su promene statusa ili veze, razgovori s ostalim korisnicima ili gledanje tuđih fotografija. Iako “Fejsbuk” nudi mogućnost stavljanja oznake “privatno” na neke od sadržaja, to nije moguće uraditi sa svim onim što se pojavljuje na stranici *novosti*.

Zid, osnovni prostor na “profilu” svakog korisnika, mesto je na kome “prijatelji” datog korisnika mogu da ostavljaju poruke koje će biti vidljive i svim drugim korisnicima sa spiska “prijatelja” (v. primer 1). Pored poruka, od 2007. godine “Fejsbuk” nudi mogućnost ostavljanja različitih vrsta multimedijalnih sadržaja, te se često dešava da ili sam korisnik, ili njegovi “prijatelji”, “okače” na *zid* zanimljivu ili smešnu fotografiju uz komentar, omiljenu pesmu ili spot, ili možda neki interesantni “link”. Svako s liste “prijatelja” ima mogućnost da navedeni sadržaj pogleda ili poslušaa, kao i da ostavi komentar. Istovremeno, to se sve vidi i na stranici *novosti* svakog s liste “prijatelja”, što ponekad može da izazove prezasićenost sadržajima i nezadovoljstvo korisnika.

Primer 1.

<p>NN1 <i>Asidur, mis 'im stvaaaarno! Čenejske studije si ostavila meni u amanet? Taki o 'ma da si poslala apstrakt! ;))))))</i></p>
<p>NN2 <i>prva međunarodna interdisciplinarna višestudijska konferencija "jezik, rakija, otadžbina, armija" ja predsedavam sekcijom "nisam majstor da napravim bure" izlažem rad pod naslovom "suzama sam lepila tapete kad majstori odoše a ostaviše mi dete"</i></p>
<p>NN3 <i>Cuvam se za apstrakt kada mi bude preticalo inspiracije, trenutno mi svu ubise... Za Jezik i rakiju pokusacu da preporucim plenarne govornike, ali i za to mi treba vise inspiracije, da slucajno ne napravim gresku</i></p>
<p>NN2 <i>Mislim da jezik i rakiju NN4 pokriva s lakoćom, naročito pošto je on kaniing linguist. ja bih NN3 i sebe zadužila za armiju, pošto upravljamo svaka svojom na svoj način, dok bih otadžbinu ostavila otvorenom za sugestije i beli šengen. shvatite kako hoćete :DDD</i></p>

NN1

Pozdravljam ovakvu vašu bezobalnu stručnu i naučnu imaginaciju! Tako treba! Plenarno i sa merakom. Ja ću, s obzirom na svoje preferencije, sebi rezervisati temu "Ironični diskurs šardonea u kreativnom pregnuću Alanis Moriset"

Svako ima mogućnost "blogovanja" na svom "profilu", i to na dva načina. S jedne strane, korisnik može da objavljuje duže tekstove s proizvoljnim sadržajem u odeljku pod naslovom *beleške*, a drugi mogu da uključe opciju da dobiju svaki novoobjavljeni tekst čim izađe. Pored toga što zaista može da piše "blog" u odeljku *beleške*, korisnik može da poveže taj odeljak sa svojim "blogom" s nekog drugog "sajta" i integriše informacije koje objavljuje tamo sa svojim profilom na "Fejsbuku". S druge strane, korisnici mnogo češće koriste opciju "mikrobloga", u obliku opisa sopstvenog *statusa*, gde je osnovno pitanje koje "Fejsbuk" postavlja: "Šta ti je na umu?" (*What's on your mind?*). Iza imena samog korisnika može da se upiše ostatak izjave, što može da čini koherentnu rečenicu (npr. *Biljana Bojanić se vratila iz pakla betanije. nazad za 4 nedelje.*), ali ovo ne mora da bude slučaj (npr. *Biljana Bojanić ljubinka, sine, ide tata u rat. treći. svecki.*). Naposljetku, svi drugi korisnici koji se nalaze na spisku "prijatelja" mogu da komentarišu trenutni ili raniji status (v. primer 2), čime se i osnažuju međuljudske veze i povećava razmena iskustava.

Primer 2.

NN1

back to the saltmines (status)

NN2

Život više nije sladak?

NN1

biće sutra kad ga zabiberimo :D

Jedna od najnovijih stvari koje je "Fejsbuk" ponudio svojim korisnicima u aprilu 2008. godine jeste mogućnost ćaskanja s drugim korisnicima. Iako ovo na prvi pogled zvuči kao već viđeno i pomalo otrcano "skajpom", "mesindžerom" i "mIRC-om", značajna razlika u odnosu na navedene programe za simultanu komunikaciju leži u tome da korisnici "Fejsbuka" mogu da ćaskaju samo s ljudima koji im se nalaze na listi "prijatelja". Pored toga, bitno je da su obe osobe istovremeno prisutne na "Fejsbuku" i da su obe voljne da ćaskaju, što se vidi po tome da li su uključili ili

isključili tu opciju. Drugim rečima, neko može da bude prisutan na “Fejsbuku”, da čita *novosti*, komentariše, gleda slike ili sluša muziku, ali opcija *ćaskanja* može da bude isključena, čime taj korisnik postaje nevidljiv za druge. Iako ovakav pristup simultanoj komunikaciji zvuči kao ograničavanje opcija korisnicima u upoznavanju novih ljudi i komuniciranju s njima, suština i jeste u tome. Naime, opcija *ćaskanja* na “Fejsbuku” samo je pomoćno sredstvo izgradnje virtualne zajednice i način produblјivanja već postojećih prijateljstava, a ne novi prozor u svet. Strastvenim “ćaskačima” već su poznati i programi i “ćaskaonice”, koje im nude pregršt mogućnosti za nova poznanstva i iskustva, pa se od “Fejsbuka” ni ne očekuju revolucionarni potezi u tom smislu, premda su i sami vlasnici “sajta” najavili da je u toku integrisanje “Fejsbuka” s drugim programima za simultanu komunikaciju.

Pored opisanog sinhronog komuniciranja, postoji i mogućnost za asinhronu razmenu poruka, veoma nalik *e-mailu*. Naime, korisnici imaju mogućnost da pošalju poruku jednoj ili više osoba koje se nalaze na njihovoj listi “prijatelja”, ali ne i drugim korisnicima. Signal za novopristiglu poruku obično se vidi na samom vrhu stranice, pored reči *Inbox*, a korisnik otvaranjem novopristigle poruke može da vidi i sve druge koje su joj prethodile (v. primer 3), što olakšava kontekstualizaciju komunikacije i praćenje razmene informacija.

Primer 3.

NN1

Joј, nije valјda zbog komplikacija u trudnoći? Nadam se da nije ništa ozbilјno. Možda sad budeš imala vremena napisati nam koju riječ. U subotu smo vjerovatno na okupu kod NN3 mame.

Pozdrav

NN2

Nije to, sve je u redu, nego sam stvarno umorna i treba mi odmora. onda mi je dr rekao – ajde ti desetak dana malo odmori, odspavaj, šetaј i nemoј ići na posao, pa ćemo da zatvorimo bolovanje. jeeee :) ne brini se...

puno pozdrava za sve tri i setite me se u subotu na makar 1 minut :)

NN1

Ne brini, svaki put si ti jedna od tema razgovora. NN3 obično kaže: E sad bi NN1...

Druge mogućnosti koje “Fejsbuk” nudi su, između ostalog, *ćaćkanje*, svojevrsno flertovanje među korisnicima koje, u stvari, igra fatičku ulogu održavanja

kontakata, zatim najava događaja kao što su žurke ili rođendani, što su svojevrsni podsetnici “prijateljima” u istoj “mreži”, te davanje poklona, tj. virtuelno slanje malih crteža uz koje korisnik može da pošalje “prijatelju” i prikladnu poruku. Svi navedeni načini ostvarivanja kontakata među “prijateljima” igraju značajnu ulogu izgradnje društvenog kapitala, a umnogome podsećaju na “emotograme” i njihovu funkciju u elektronskim “ćaskaonicama”: u situaciji kada korisnici nemaju nove informacije koje bi mogli da podele s drugima, a stalo im je da održe kontakt, osmeh ili, u slučaju “Fejsbuka”, *čaćkanje*, dovoljno je da “prijateljima” daju do znanja da su prisutni i da misle na njih. Tako na “Fejsbuku” korisnici mogu jedni druge virtuelno da *čaćkaju* na različite načine: mogu zajedno da “ispeku” kolač, zajedno da “pronevere” novac, da se “igraju” doktora, da bace “polarnog medveda” jedan na drugog, da jedni druge “spotiču” i da se “bocakaju kašiljuškama” (kombinacija kašike i viljuške). Osim toga, oni mogu jedni drugima da “pošalju” poklone u obliku srca, balona ili bombona, ali i u obliku smrdljive čarape, čizme u stražnjicu, baklave i tufahija, Noama Čomskog ili najuzbudljivijeg šopinga! Očigledno je da mašti na “Fejsbuku” nema kraja ni granica, te da virtuelni svet lišen tereta telesnog dozvoljava poigravanja čiji se završetak ne nazire.

Naposletku, na “Fejsbuku” je moguće osnivanje različitih grupa i “mreža” kojima korisnici mogu da pristupe. Unutar njih može da dođe do diskusija, razmene informacija, fotografija i video-snimaka, organizovanja različitih događaja itd. Raznovrsnost kategorija grupa zaista je velika; kreće se od zdravlja i dobrobiti, preko istorije, do grupa koje su nastale isključivo radi zabave. Uz svaku grupu na početnoj stranici stoji opis (npr. ime grupe: *Sacuvaj život! STOP brzom vožnji i nasilju na ulicama!* ili: *Da li je 5 minuta tvog života toliko dragoceno da moraš da dodaš gas? Da li razmišljaš kada voziš još nekoga u kolima? Da li ćeš stvarno biti faca kada ugrožavaš svoj i tuđi život? Prijatelji, ova grupa nije startovana bez potrebe, širite priču i makar pokušajte da urazumite neku budalu za koju znate da radi gore navedeno...*), broj članova (koji korisniku ako se pridruži grupi mogu postati “prijatelji”), teme za diskusiju (npr. *U znak sećanja na našeg prijatelja...*), fotografije i video-snimci vezani za temu grupe.

Na kraju, umesto zaključka, u razmatranjima o “Fejsbuku” dotaknute su i negativne strane ovog feno-

mena. I kritičari i sami korisnici svesni su potencijala zloupotrebe koji leže prvenstveno u činjenici da mnogo podataka koje korisnici ostavljaju na svojim “profilima” na “Fejsbuku” vrlo lako mogu da padnu u ruke različitim organizacijama koje se bave istraživanjem tržišta ili reklamiranjem, ali i pojedincima koji žele da “ukradu” nečiji identitet. Neke klauzule o privatnosti informacija na “Fejsbuku” su sporne, naročito ona koja se tiče toga da “Fejsbuk” može da daje ili prodaje podatke o svojim korisnicima kompanijama s kojima saraduje, iako sami zvaničnici tvrde da se to nikada nije desilo. Pored toga, činjenica da nijedan korisnik ne može da zatvori i izbrise svoj “profil”, čak i ako ne želi više nikada da koristi ovu “mrežu”, nameće konstataciju da će svi podaci o tom korisniku ostati na “Fejsbuku” zauvek dostupni svima koji znaju kako da ih pronađu. Dosta se ljudi žalilo na to da njihovi poslodavci koriste ovu činjenicu kao sredstvo diskriminacije, naročito ako su u pitanju različiti “nestašluci” iz mladosti koje su korisnici objavili na svom “profilu” misleći da će podaci ostati tajni i privatni. Istini za volju, svaki “profil” može da se “očisti” ručno, tj. pojedinačnim brisanjem svake stavke, svakog komentara ili svake fotografije, što može da bude veoma dugotrajan i mučan posao, zbog čega mnogo korisnika to i ne želi da radi. Takođe, u samom “Fejsbuku” ostavljena je mogućnost da “profili” nekih korisnika budu zatvoreni bez objašnjenja, što predstavlja jednu vrstu cenzure. Naime, dešavalo se da ukoliko neko provodi suviše vremena na “Fejsbuku”, ostavlja suviše poruka, dodaje previše “prijatelja”, ostane bez naloga! Apsurdno je to što se u “Fejsbuku” nigde jasno ne kaže koji su kriterijumi i ograničenja koje korisnici treba da poštuju da im “profil” ne bi bio zatvoren.

Kao što je slučaj sa svim drugim pojavama na internetu, i za “Fejsbuk” treba sačekati i videti šta će budućnost doneti. On može da bude samo jedna od mnogih “mreža” koje će se polako gasiti i nestati u toku narednih nekoliko godina, ali može i da ostane izuzetan potencijal izgradnje elektronskog društvenog kapitala i jedna od najrazvijenijih “mreža” na kojima nastaju različite virtuelne zajednice. Sve ukazuje na to da će se verovatno desiti ovo drugo, iako izbijanje skandala vezanog za privatnost informacija i proneveru poverenja korisnika može zauvek da učini “Fejsbuk” omraženim mestom.

SRPSKA KNJIŽEVNA BLOGOSFERA

Apstrakt: U tekstu je dat pregled srpskih književnih "blogova", s obzirom na njihove potencijale u domenu prenošenja informacija, formiranja komunikacionih kanala, mogućnosti digitalnog izdavaštva i doprinosa novim praksama čitanja i pisanja. Ukazuje se na razlike između "klasične" forme dnevnika i "bloga" kao "mrežnog dnevnika". Te razlike ogledaju se u drugačijem toku recepcije "klasičnog" i "mrežnog" dnevnika, kao i u hipertekstualnom karakteru "bloga". U ostvarivanju potencijala "bloga", kao nove književne i komunikacijske forme, zapaža se stalna ambivalencija – između individualnog i privatnog, slobodnog i anarhičnog, komunikativnog i površnog. Većina postojećih srpskih književnih "blogova" ne bi zadovoljila iole strožije književno–estetske zahteve. Još uvek su otvorena brojna pitanja koja se tiču doprinosa književnih "blogova" književnom životu, a pojedina od tih pitanja (npr. o autorskim i izdavačkim pravima) prekoračuju domen književnosti i zadiru u oblasti prava i filozofije. Još uvek nerešeno pitanje predstavlja stvarni doprinos "blogosfere" novim književnim iskustvima i mogućnostima nelinearnog pisanja i čitanja.

Ključne reči: srpski književni "blogovi", informacija, komunikacija, digitalni "samizdat"

Key words: serbian literary blogs, information, communication, digital self-publishing

Književni¹ "blogovi" su još uvek relativno zanimljiva nova pojava, smeštena negde uz samu marginu širokog polja savremene književnosti, sa slabim uticajem na oblikovanje književnog života, ali u isti mah s

¹ Ovaj tekst predstavlja prerađenu verziju saopštenja izloženog na regionalnom skupu pod nazivom "BlogOpen", održanom 4. i 5. oktobra 2008. godine u Boru.

veoma bogatim, neiskorišćenim potencijalima. Ambicija je da se ovim tekstom, na osnovu “građe” koju nudi srpska književna “blogosfera”, prezentuju neka razmišljanja koja bi pomogla da se bliže odredi karakter ove pojave i njene mogućnosti.

“Blog” je reč stara deset godina: termin *weblog*, u smislu ličnog dnevnika koji se objavljuje na internetu, pojavio se 1997, a dve godine kasnije, duhovitim razdvajanjem na *we blog* (mi “blogujemo”), u rečnike je ušla nova reč za novu pojavu.

Poređenje “bloga” s dnevnikom ima, međutim, i važnih ograničenja. Razlika između “klasične” dnevničke forme i “bloga” ispoljava se, pre svega, u načinu čitanja. Prvo, dok se zapisi na “blogu” pišu, kao i dnevnički zapisi, uobičajenim hronološkim redosledom, po pravilu se čitaju pak obrnutim hronološkim redosledom – od najnovijih ka sve ranijim zapisima. Tako, čitalac dnevnika sledi predočenu genezu individualnog jedinstva ličnosti, koja se dovršava na kraju dnevničkog teksta, a čitalac “bloga” mora da rekonstruiše to jedinstvo, polazeći od njegove poslednje, ali još uvek ne i dovršene instance. Na taj način je položaj čitaoca “bloga” hermeneutički slobodniji, ali i nesigurniji. Druga važna razlika proističe iz hipertekstualnog karaktera “bloga”; njegov standard je povezivanje – interno – s drugim zapisima unutar “bloga” i – eksterno – s drugim (hiper)tekstualnim i netekstualnim digitalnim dokumentima, što praktično veoma otežava, ako ne i onemogućava, linearno hronološko čitanje. Moguće je, naravno, pisati “blogove” koji će koristiti hipertekst samo za unutrašnju navigaciju; tako je moguće postaviti “blog” na taj način da se prikazuju najpre najstariji zapisi, ali isto tako je moguće da se dnevnik štampa obrnutim ili bilo kojim redosledom: sve su to, ipak, samo formalni eksperimenti.

Moglo bi da se kaže da priroda “bloga” dobro odgovara zahtevima književnog stvaralaštva: pomislimo samo na individualnost, slobodu i komunikativnost “blogova”, kojima bi trebalo da se “odazivaju” odgovarajuća svojstva književnosti. “Blog” se ukazuje kao podesan ventil za izražavanje onog ličnog u doba kojim dominira masovno i sistemsko, onog nesputanog u okruženju koje je podvrgnuto strogoj regulaciji, onog trenutnog i autentičnog glasa jedne indi-

vidualnosti upućene drugim, u uslovima sve snažnije i sve suptilnije medijske manipulacije. Svakako, tu gde su obećanja, leže i opasnosti, a njih primećujemo u svođenju na privatno, anarhično i površno. Osnovni nedostaci (ne samo književnih) “blogova” leže gotovo u istim tačkama u kojima su i njihove vrline. Tako, na primer, demokratizaciji učešća u književnom životu, kao jednom od nespornih učinaka “blog” književnosti, suprotstavlja se, poput slike u ogledalu, njena neselektivnost. Činjenica da danas svako može da, posredstvom interneta kao medija, publikuje lakše i više nego ikada ranije, povlači sobom zahtev da se na ovaj medij primenjuju ne samo isti vrednosni zahtevi kao na štampanu književnost već i da se pronađu novi kriterijumi kojima će se prethodno filtrirati neprohodna šuma “blogova” s književnim pretenzijama. Digitalni “samizdat” kao da je svrha samom sebi: pisci umišljaju da šalju belom svetu svoje (hiper)tekstove, ali njih niko (ozbiljno) ne čita. Nažalost, na većini takvih “blogova” i nema šta da se pročita. Posle oduševljenja novim mogućnostima komunikacije (jer i “blog” je, između ostalog, jedna komunikativna forma), na dnevni red dolazi briga o kvalitetu te komunikacije. Književnih “blogova” ima mnogo, čak, i na srpskom jezičkom prostoru, ali među njima je samo mali broj onih koji bi mogli da zadovolje iole stroge vrednosne zahteve.

Kada govorimo, u užem smislu, o “srpskoj književnoj blogosferi”, činimo to po analogiji s načinom na koji se govori o srpskoj književnosti, a ne mislimo na neku geografsku odrednicu. Računarski “serveri”, na kojima se “vrte” digitalna bića srpskih književnih “blogova”, fizički mogu da se nalaze na bilo kojem kontinentu, u bilo kojoj državi. Tako se, na primer, prema podacima iz međunarodnog registra domena, početkom avgusta 2009. “blog” pod nazivom “Tragovi” – <http://tragovi.com/blog/> – fizički “nalazi” u Nemačkoj, kao i “Kišobran” – <http://www.kisobranblog.com/> i “Prozaonline” – <http://prozaonline.com/>; na serverima u SAD-u su, između ostalih, “Jurodivi” – <http://jurodivi.blogspot.com/> (u Kaliforniji), “Poezin” – <http://www.poezin.net/> (u Pensilvaniji), kao i “blogovi” M. S. Pešića – <http://www.pesic.name/> (u Severnoj Karolini) i Saše Jelenkovića – <http://www.elpenor.net/> (u Kaliforniji), dok je “Metafora” – <http://www.meta-fora.com/> – smeštena u Kanadi. Od poznatijih i kvalitetnijih “blo-

gova”, samo su Pavićevi “Hazari” – <http://www.khazars.com> – fizički u Srbiji.

Doprinose književne “blogosfere” književnom životu, ali i mogućnostima književnog izražavanja, pokušaćemo da objedinimo pod sledećim aspektima:

- informacija,
- komunikacija,
- publikovanje,
- pisanje i čitanje.

1. Potencijal “bloga” kao informativnog medija koristi se na raznovrsne načine. Promotivni “blog” pisca, izdavačke kuće, književnog udruženja ili manifestacije, predstavlja dobar izbor načina mrežnog prisustva, bolji nego statičan internet “sajt”. “Blogovi” Milorada Pavića i Srđana V. Tešina – <http://tesin.wordpress.com/> – uspešno eksploatišu mogućnosti promotivnog “bloga”, čija je funkcija da podrži piščeve aktivnosti, predstavi nova izdanja, obavesti o održanim književnim večerima, referiše o tekstovima kritičara itd. Obojica povezuju “blog” s drugim internet sadržajima; Pavićev “blog” je pregledniji.

Književno društvo “Treći trg”, pored svog matičnog “sajta” na kojem se nalazi i istoimeni časopis – <http://www.trecitr.org.rs> – održava i tri “bloga” koji dele moto “Trgni se!”, prvobitno zamišljena kao podrška festivalu poezije koji ovo društvo organizuje; vremenom, “blogovi” su se razvili u dinamičnu kolekciju u kojoj, i pored obilja drugog sadržaja (intervjui, kritički tekstovi i dr.), dominira informativno–promotivna komponenta.

Kada u ovom kontekstu pominjemo “Dnevni glasnik” – <http://novosti-iz-bkd.blogspot.com/> – koji vodi Dušan Gojkov kao prateći sadržaj uz elektronski časopis “Balkanski književni glasnik”, time ukazujemo na još jednu mogućnost kreativnog prilagođavanja tehnologije “bloga”. “Dnevni glasnik”, baš kao i njegov pandan, “Književnost.org” – <http://www.knjizevnost.org> – koji vodi Goran Karanović iz Mostara, bavi se redistribucijom informacija o književnosti objavljenih u drugim medijima, najčešće u elektronskoj formi. Izdanci savremene *copy-paste* kulture, ovi mrežni projekti koriste samo tehnologiju, ali ne i logiku “bloga”. Ne sporeći da su korisni i verovatno veoma posećeni,

ovi “blogovi” niti kreiraju niti preoblikuju informacije, već u najboljem slučaju vrše njihovu selekciju. Može se očekivati da će ih u narednim godinama zameniti “sajtovi” s efikasnijom tehnologijom agregacije RSS kanala.

Pandan kompleksnom “blogu” sa snažnim ličnim pečatom, kompetentnom selekcijom i obradom informacija, kao i “kritičkim odnosom” prema savremenoj književnoj proizvodnji, kakav je “Knjiški moljac” – *knjigoljub.blog.hr* – hrvatskog kritičara Božidara Alajbegovića, ne postoji na srpskoj strani interneta.

2. Kada govorimo o “blogu” kao komunikacijskom kanalu, verovatno najpre pomislimo na veoma posećene “mreže blogova”. Medijski sistem B92 održava jednu takvu mrežu – <http://blog.b92.net> – na kojoj, između ostalih, svoje dnevnike vode Biljana Srbljanović i Marko Vidojković (koga će zainteresovani čitaoci morati da potraže u arhivi – <http://blog.b92.net/arhiva/blog/20.html>). Buran diskusioni i polemički prostor koji se otvara na njihovim i njima srodnim “blogovima”, ipak, ne spada u domen “književne”, već pre političke ili ideološke “blogosfere”. Komentari, posebno kod Vidojkovića, ponekad su ispunjeni uvredama, diskvalifikacijama ili notornim prostaklukom. Sporan je kvalitet povratne veze s čitaocem koja može na taj način da se ostvari; ona pre podseća na veze koje se uspostavljaju na internet forumima.

Pozitivnih primera korišćenja komunikacijskih potencijala “bloga” ima više; najuspešniji među njima izgrađuju prave virtuelne književne zajednice, kao što su one koje se obrazuju oko “Kišobrana” ili “sajta” pod nazivom “Prozaonlajn”. “Kišobran” (koji vodi Branislav Dimitrijević) je objavio, čak, i dva (štampana) zbornika prozanih tekstova. Prema ovoj tranziciji, za papir možemo da zadržimo određene rezerve, ali zašto i u štampanom kada već postoje digitalni vidovi tih tekstova; da li je u pitanju “fetišizam knjige”, uverenje da štampana knjiga vredi više od virtuelne, ili neki treći razlog, svejedno, vitalnost “bloga” ovde se potvrđuje rekursom na stariji medij.

3. Ovim smo se dotakli verovatno i najočevidnijeg doprinosa “blogosfere” književnom životu. Zahvaljujući internetu, do te mere je olakšano objavljivanje (ne samo književnih) tekstova, da se može govoriti o pravoj revoluciji u izdavaštvu. Izraz nije preteran, po-

što najšira dostupnost mrežnih digitalnih publikacija otvara perspektivu analognu onoj koja je na početku moderne epohe otvorena otkrićem štampe pokretnim slovima. Odnosi su složeniji utoliko više što se danas civilizaciji knjige ne upućuje izazov prevashodno od usmenih (radio) i slikovnih medija (televizija), već od medija koji je takođe tekstualan – hipertekstualan. Danas, kao da stara metafora biblioteke–sveta dobija realne ili, bolje rečeno, digitalne obrise.

Među pitanjima koje otvara digitalni “samizdat”, posebno je važno pitanje prava, autorskih i izdavačkih, i možda nigde nije tako očigledno, kao u ovom slučaju, da su ta prava u sukobu, jer se hrane sukobljenim interesima. Na prvi pogled, i pisac i njegov izdavač žele da objavljuju, ali to ne znači isto i za pisca i za izdavača. Izdavaštvo je industrija, pisanje oblik umetnosti. Izdavači proizvode robu, pisci pišu književna dela. Čak i kada se hvali svojom kulturnom misijom, izdavač mora, u prvom redu, da ima pred sobom predstavu ekonomske dobiti. Taj oblik dobiti je za pisca, međutim, sekundaran. Još jedan problem za današnjeg izdavača, koji nije pronašao optimalan poslovni model da odgovori izazovu digitalnog “samizdata”, leži u tome što književno umetničko delo, za razliku od npr. dela likovnih umetnosti, nije materijalni predmet koji bi mogao da se poseduje, pa je, samim tim, podložan zakonima sveta trgovine. Ono što kupujemo u knjižarama nisu književna dela, već njihovi materijalni “nosioci”, indiferentni prema tome da li “nose” Homerovu “Ilijadu”, Pekićevo “Zlatno runo”, neki petparački roman ili priručnik za gašenje sobnog bilja.

Piscima bi najviše odgovaralo kada bi nekako mogli da isključe izdavače kao posrednike do čitalaca. Izdavačima bi najviše odgovaralo kada bi imali posla samo s delima kojima su odavno istekla autorska prava ili, ako autore već ne mogu da izbegnu, da to budu oni čija će se dela bolje prodavati. Čitaocima je svejedno, samo da je besplatno. Čarobna reč našeg vremena glasi: “otvoreni pristup”. Pitanje je da li smemo, kada je o književnom digitalnom izdavaštvu reč, da povučemo paralelu s naučnim digitalnim izdavaštvom, koje svojim autorima obećava veću vidljivost, veću citiranost, naučni uticaj i, zahvaljujući tome, lakši pristup fondovima za nova istraživanja. Sigurno je da su i u Srbiji sve brojniji pisci koji postavljaju na in-

ternet pojedinačne tekstove ili čitave knjige. Da li oni time umanjuju ili, naprotiv, uvećavaju izgled za prodaju svojih štampanih izdanja? Neće li puka dostupnost digitalnih izdanja, makar i skromnijih književno–estetskih vrednosti, učiniti da ova budu čitanija od štampanih, usto vrednijih izdanja? Ali, odbijanje da se o književnosti misli logikom ekonomske isplativosti ne ugrožava književnost, nego samu tu logiku.

Medij autorskog “bloga” nudi se kao moguće, ali ne i jedino rešenje za digitalni “samizdat”. Kao “pionira”, ponovo bi trebalo pomenuti Milorada Pavića, a posebno je među mladim i nekomercijalnim piscima sve više onih koji svoje tekstove paralelno objavljuju u štampanoj periodici, u “običnim” knjigama na papiru i na “blogovima”. Uzoran, osim toga, veoma kvalitetan primer predstavlja “Astapovo” pesnika i kritičara Nikole Živanovića – <http://astapovo.blogspot.com>.

Pored autorskog, kao poseban oblik može da se pomeni “blog” s antologičarskim ambicijama, kakvi su već pomenuti “Tragovi” ili “d-mol” – <http://blogoye.org/dmol> – a tom tipu pripada i trenutno najkvalitetniji primerak srpske književne “blogosfere”, zajednički projekat mladih pesnika Vladimira Stojnića i Bojana Savića-Ostojića – “Jurodivi”. Na ovom “blogu” objavljuje se probrana, često originalno prevedena, skoro uvek prokomentarisana poezija. Lični udeo i kompetencija, tako važni za medij “bloga”, ovde garantuju i književnu vrednost. Da svoju mrežnu avanturu shvata ozbiljno, ovaj dvojac pokazuje i pokretanjem elektronskog časopisa specijalizovanog za poeziju, “Agon” – <http://www.agoncasopis.com>. U skromnijoj formi fanzina deluje “Poezin”, jedan od svega nekoliko višautorskih književnih “blogova” kod nas.

4. Ako je doprinos demokratizaciji publikovanja najvidljiviji učinak književne “blogosfere”, najsporniji je njen doprinos iskustvima i mogućnostima pisanja i čitanja. Proširuje li “blog” stvaralačke potencijale književnosti? Menja li “blog” način na koji prihvatamo književna dela? Ostaju li dela ista kada nam se prezentuju posredstvom “bloga” kao medija? Možda će, zahvaljujući “blogosferi”, da bude udahnut novi život konceptima “otvorenog dela” ili “beskonačne knjige”, tako popularnim u dvadesetom veku (Borhes, Kortasar, Pavić). U klasičnom mediju knjige moguće je samo približavanje nelinearnom, otvorenom

književnom delu. Hipertekst, osnovni oblik postojanja teksta u mrežnoj inkarnaciji, razbija linearnost dela, ali instancu autora ostavlja neprikosnovenom. Onaj ko određuje sadržaj jedinica teksta, povezanih uzajamnim vezama i “sidrima”, ipak ostaje autor. Delo je samo uslovno otvoreno; sloboda je ostvarena samo u granicama zadatim autorskom voljom.

Tako je to u onom obliku mrežne egzistencije koji se uobičajeno naziva *Web 1.0*. Ali *Web 2.0*, mreža koja podrazumeva učešće umreženih, i “blog”, kao jedan od karakterističnih oblika u kojima se potvrđuje taj novi tip mreže – mogu li oni da označe mesto na kojem će granice biti prekoračene? Može li “blog” da bude ono što nas privlači mogućnošću istovremeno nelinearnog i neautorskog (u najmanju ruku, multi-autorskog) dela? Može li “blog”, izvorno osmišljen kao “lični dnevnik”, da prekorači sopstvene granice i ostvari šire potencijale medija? Potpisniku ovog teksta nije poznato da tako nešto, za sada, postoji unutar srpske književne “blogosfere”.



RETORIKA I EKTRAN

Apstrakt: *U radu su problematizovani novi aspekti retorike i ekranske kulture. Reč je o čestoj i posebnoj trgovini rečima. Duhovnost i istinska duhovitost postaju sve udaljeniji od ekrana. Postepeno nastaje naročiti retorički narcizam. Gledaoci su zbunjeni erističkim lukavstvima i retoričkim manirizmom. Ipak, stvaraju se i novi oblici neposrednosti kojim se uslovljava pojava hibridnih žanrova.*

Ključne reči: *retorika, ekran, retorički narcizam, manirizam*

Key words: *rhetoric, screen, rhetoric narcissism, manirism*

Zloupotrebe medija

U poslednje vreme, retorička saznanja dostižu na televiziji svoju punu primenu u mnogim pravcima medijskih istraživanja.¹ Mogućnost upotrebe i zloupotrebe retorike u medijima masovne komunikacije, posebno elektronskih medija, gotovo je neograničena. Dešava se da posrednici različitih informacija dosegnu do novih komunikativnih oblika i žanrova, još uvek nedostupnih i novim retoričkim izučavanjima.

Međutim, nije uopšte retkost da se posredstvom ovih medija vrši i primetna, sve češća zloupotreba retoričkih saznanja. Svetkovine, različite predstave i predstavljanja često služe za svojevrsna eristička spletkarenja koja postaju sve sofisticiranija. Tako se dolazi do određene erističke napetosti kojom se razara suštinska priroda informacije, pa i medija, a ne retko i medijske etičnosti, ali i nešto što se smatra suštinom umetničke i humanističke prirode medija.

Povremeno se senzacionalističkim pristupom, stalnim skraćivanjem poruka i osiromašenjem idejnog sveta,

¹ Rad u okviru istraživačkog projekta "Struktura i profesionalne promene u masmedijskom kompleksu Srbije 2006–2010. godine"; NTR br. 149063.

neodmerenom upotrebom epiteta, superlativa i gotovo grotesknih trivijalnosti, informacija degeneriše do mere neprepoznatljivosti njene suštinske prirode. To rađa, kod određenog broja recipijenata, svojevrsni horizont melanholije koji za posledicu ima neverovanje u mogućnost uspostavljanja “neisposredovanog” odnosa sa stvarnim svetom.

Moderna publika je, zbog neprilagođene retorike takvih medija, u stanju trajnog nepoverenja, izazvanog neurotičnom retorizacijom elektronskih medija, posebno televizije. Sve naglašenije preterivanje (gomi-lanje superlativa i hiperbola), silazak u “kičersku” frazeologiju, “ispiranje” od suštine, napadno ulaženje u svet zabave i svet kao zabavu, dovodi do medijskih isključivosti, stalne žurbe koja vodi od sadržaja prema prividu sadržaja.

Slike životne stvarnosti ogledaju se u lažnoj sentimentalnoj težnji za ružičastim ukrasima govora. Većina voditelja zabavnih razgovornih emisija samo simulira pravo slikanje stvarnosti: beži se u naviku kvaziretoričkih ushićenja s obaveznim smehom prema svemu što se izgovori, ili se nastoji, na napadan način, da se stvori slika o “žalosnijoj žalosti” i “radosnijoj radosti”. Tako se smatra, gotovo neophodnim, da svako veselo razmišljanje pređe u lakrdiju, a svaka ozbiljnost u sumor, melanholiju, očaj i pesimizam. Čak se i elementi religioznosti posmatraju u ovom svetlu. Ponavlja se učestvovanje onih koji o religioznosti misle isto i na isti način kako se o toj temi razmišljalo stolicima. Time se proizvodi poseban retorički efekat. U želji da se religiji, recimo, ustupi neophodni medijski prostor, minorizuje se značaj mislilačkih elemenata da bi se što više prostora ostavilo egzegezi lišenoj tragalačkih činilaca.

Površna rasprisanost

Zbog površne retoričnosti na televiziji, kod ozbiljnih gledalaca preovlađuje nastojanje da se ekranu kaže “zbogom”. Mnogi moderni pesnici (Novica Tadić, Slobodan Zubanović, Petar Cvetković, Duško Novaković, Miroslav Maksimović, Nebojša Vasović, Milovan Marčetić...) o televiziji govore kao o simbolu preoblikovane *đavolje zadnjice* (N. Tadić).

Postojeći televizijski govor rađa, u mnogim slučajevima, izvesnu potištenost usredsređenih potrošača i svojevrsni umor od takve retoričnosti. Ma kako se napadno slavio ili kudilo život, svaka od ovih retoričkih prenaplašenosti vodi svojevrsnom samoprezrenju posla kojim se neiskreno bave poluobavešteni novinari. Retorički zamor, uslovljen mnogim frazerstvima, jeste i prikazivanje posebnog straha od istine ili namerno prikriivanje istine. Česta retorička invalidnost, uslovljena činjenicama da se novinarskim poslovima češće bave “nenovinari” nego novinari, programi novinarskih studija lišeni predmeta iz oblasti jezika i govorne kulture, gotovo beznadežno nepoverenje u moć izgovorene reči, dovode do takvog stanja duha u kojem se beži od stvarnih činjenica života.

Retorika površne rasprisanosti onemogućava savremenom novinaru da ima čvrste narativne parametre kojima bi se držao sopstvenog profesionalnog mislilačkog suda o pojavnostima. Često su u pitanju politička osujećenja, ali i poremećaji druge vrste: od neprofesionalnosti do odsustva stvaralačkih moći i namera.

“Jezik ekrana” često je neodmeren u svojoj pompeznosti i ograničen u svojim dometima i dejstvima. Gotovo sasvim odgovara prostoru limitirajuće političke scene. Politika i udvorištva u vezi s njom postaju modeli i za druge oblike medijskog delovanja. Na ekranu jedva da ima emisija iz kulture!

Gotovo jedina “kultura” postaje sport koji, takode, beži iz granica svog autentičnog okrilja. Medijska opčinjenost sportom uslovljava idolatriju retorike banalnosti. Malo ko će danas reći nešto *jednostavno*. Jednostavne stvari se nepotrebno komplikuju, a komplikovanost nastoji da se uprosti. Otuda i dominacija sintagme *prosto kazano*. Tako se na silu omeđava život, koji je, po određenju, neomeđiv. Sve je manje metafora zahvaljujući kojima bi se prepoznala nova priroda slikovitosti i intelektualizma. Sve je više banalnosti, kiča i trivijalnog.

Iznudeno omeđivanje rečima

Ekran je, stoga, u retoričkom smislu, posledica poteza iznudenog omeđivanja rečima. Umesto izrastanja u eristički bogatu koloritnu sliku novog retoričkog vremena, on sve više postaje prostor za omeđivanje i

osakaćivanje reči; umesto da ekran postane ilustrativni isečak otvorene neomeđene stvarnosti, on retoričkom geometrijom spletkarenja u jeziku postaje odsustvo autentične, a često i svake etičnosti; umesto tragalačkih stilizacija, često doživljavamo izveštačenost i frazerstvo na retoričkom planu.

Trgovanje rečima

Ekran je, takođe, i novo mesto trgovanja rečima. Na njemu se često ustanovljavaju ceremonijalnosti retoričkih prenemaganja i izbegava većina onog što je nepredviđeno, slučajno, drugačije. Zanimljivo je samo ono što je glumljeno i scenarijem predviđeno, iako sve vrvu od "rialiti" predstava, od organizovane spontanosti. Stoga je ekran i mesto *trgovanja rečima*.

Na ekranu gotovo svaka izgovorena reč ima retoričku pozadinu posebnog trgovanja s javnošću i skrivenom javnošću koja, u stvari, upravlja, najčešće, izgovorenim rečima. Tako se na medijima često uspostavlja svojevrsni neautentični, u kiču ogrezli, ceremonijal. U takvoj predstavi ne dozvoljava se nikakav nepredvidljivi retorički slučaj. Retorički prostor omeđen je posebnim stereotipima. Razgovor je sveden na verbalne obredne celine. Tu ima veoma malo istinske dijaloške razmene. Dijalog prestaje da biva kružni tok reči. Umesto reči sa značenjima, ekranom "krstare" pogrešno upotrebljeni kvazistručni moderni termini, različiti hobizmi, ludizmi, artizmi, napadni elementi žargona, dekontekstualizovani profesionalizmi, udvarački populizmi (*definitivno, sjajno...*). Iako retorička razmena podrazumeva interakciju, sukobljavanje s drugim, ona je često neizvodljiva jer su i matrice razgovora lažne. One su izbledele, dovedene do takvog osiromašenja da se samo prepoznaju, a ni u čemu ne inoviraju. Na taj način, gubi se svest o potrebi različitosti retoričkih proizvoda na ekranu. Stvara se svojevrsni začarani krug u kome se, umesto razgovora, favorizuju obrasci, formule, kanoni, nefunkcionalni maniri i prazni retorički ceremonijali.

Lažni sjaj retoričke ceremonijalnosti na ekranu utiče na prazninu izgovorenog, ako se uopšte i desi poneka promišljeno izgovorena reč. Takvim kontekstualizovanjem, promišljena reč, obavezno omeđena žurbom, gubi na značaju i postaje samo jedna od brzoprolazećih stilskih varijanti ekrana. Gubi se njena pri-

rodna dominacija. Tako *promišljeno* i *izlišno* postaju izjednačeni. *Izlišno*, čak, ima preče pravo na završnu reč, kao svojevrsna verbalizovana istina o svetu. Kri-tička svest se potiskuje ili sasvim nestaje. Pravi život reči se neutralizuje, gotovo poništava. Nametanjem narativnih stereotipa stvara se posebna verbalna mo-da koja postaje gotovo pandemična. Ekran, tako, po-staje mesto na kome se podstiče površnost, a govor postaje informativna maska.

Na taj način se retorička svojstva ekrana zasnivaju na informativnim prividima. Njima se najočitije obelo-danjuje nedostatak kreativnosti u razumevanju jezi-ka. Ispraznost govora gotovo postaje pravilo. Razgo-vornim ceremonijalima kanonizuje se ispraznost, te postaje posebnim erističkim sistemom zasnovanim na obmani.

Privid autentičnosti ili autentičnost privida

Duhovnost i duhovitost bivaju oblici sve dalji od me-dijske retorike. Kao da se ovakvim odnosom prema rečima ismeva istina. Novinari postaju govornici–ma-niristi. Teže da se drže principa realnosti a, u stvari, sve su dalje od njega. Ekran, u jezičkom smislu, po-staje poseban mutni prostor u kome privid auten-tičnosti prerasta u autentičnost privida. Iako okruženi mogućnošću da biraju između mnogih kanala, gle-daoci prestaju da budu i slušaoci, jer imaju malo šta novog da čuju. U stvari, oni su okruženi posebnom “praznošumećom” samoćom, inače punom slika koje se gomilaju pred očima lišene mogućnosti da ver-balno kazuju.

Ekran, otuda, postaje govorom maglovitih slika, blje-štećih i ponekad okrepljujućih, ali s mnogo retoričkih šumova, smetnji, stilskih lomova i padova. “Govor ekrana” jeste zadihano isprekidano mucanje astmati-čno zadihanog večitog žurbenika! I to je glavno obe-ležje njegovog stila i tehnike govora. Takva tehnika se nasleđuje, doteruje u svojim nesavršenostima, da bi što bolje prikrila nedoumice, neslaganja, raskole, de-presije i nedaće.

Na drugoj senzacionalističkoj strani, upravo se ne-doumice, raskoli, neslaganja, depresije i nedaće poja-čavaju do stepena iskliznuća s koloseka normalnog govora. To uslovljava posebno nepoverenje u ono što

je izrečeno na ekranu. Gledalac postaje svestan da prisustvuje posebnoj i izlišnoj retoričkoj predstavi. Prisustvo govornika obezbeđuje alibi za ubijanje praznine. Lica se smenjuju, retoričke matrice i verbalne kopije ostaju.

Paradoksalno, sve je manje govorne raznolikosti na ekranu, iako je sve veća žanrovska razuđenost ovog medija. Neprestano se menjati, a suštinski ostajati isti – postaje poseban identitet retorike ekrana. Takva konfuzija retoričkih žanrova na televiziji ukazuje na izvesnu traumatičnost ovog medija. Otuda gotovo svaka sentimentalnost postaje tragikomična, a svaka tragika patetična. Promašenost cilja postaje standardom ekranske retorike. Trudeći se da prati i da se prilagođava meri života, ona se percipira kao bezmerje opštosti, neodređenosti, suvišnosti, kvazistručnosti. Jer, kada se život svede na omeđeni prostor ekrana, govor bi morao da prati strasti koje izostaju zbog uramljivanja prostora.

Geometriju slike trebalo bi da prati i posebna recipročnost govora, osećanja i strasti. Umesto toga, površnost viđenja stvari postaje glavna poetička okosnica ekrana. Kod nas, novinari najčešće pridaju značaja *površno političkom* u različitim oblicima, dajući mu okviru senzacionalističko–proročke predstave za široke praznoverne mase.

Budućnost na ekranu

Na retoričkoj ravni ekrana, razdori prividno postaju još dublji, protivurečnosti izgledaju nepremostive. Izdaleka se stalno sugeriše nemogućnost budućnosti bez ekrana. Beperspektivnost postaje krajnje stecište onih koji hoće pored ekrana da dopru do bolje ili bilo kakve perspektive. Na ekranu se govor uvek odvija u znaku nameštene besedničke predstave s najčešće lošim govornicima. Stiče se utisak da ne može da se pobegne od navalice reči, a ona se ogleda u želji za što većim proizvođenjem spektakularnosti, čak i onda kada u događaju nema nikakvih činilaca za to.

Priroda trajno glumljene neprekinute svetkovine ogleda se u tome da se neprestano oponaša i stvara spektakularnost. A kada do nje zaista i dođe, onda se pribegava novim preterivanjima. Tako, i sadašnjost i budućnost žive u znaku opšteg spektakla. Otuda je

budućnost uvek retorički omeđena patetičnom retorikom sadašnjice. A sadašnjost postaje puko upražnjavanje patetičnih retoričkih obreda koji izrastaju sami iz sebe hraneći se verbalnim pomodnim floskulama.

Jezik na ekranu često ima samo ukrasna svojstva, s malo pravih značenjskih odrednica. Individualnost se, stoga, ističe upražnjavanjem posebnih retoričkih rituala. Novinari često glume protivljenje i pobunu, čak i istraživanje, a, u stvari, pristaju na oportunitizam. Tako ritualizovanom retorikom gubi se svaka nazi-ruća originalnost, koja se utapa u bujicu krajnjih banalnosti. Mogućnošću da se snimci govora ponove, da se pojedinosti repriziraju, prisustvujemo obredu u kojem jedni isti akteri izvode predstavu i, pri tom, posmatraju sami sebe.

Retorički narcizam

Posredstvom retoričke dvostrukosti u komunikativnom lancu, ista osoba jeste i ona koja priča, koja se izlaže pogledima, i ona koja sebe sluša i razgleda se u posebnom retoričkom narcizmu pomodnosti. Gledalac, stoga, postaje pasivan, neaktivan primalac informacije, potrošač polupotrebni roba. Njegovo lično stanje utapa se u demonizam mnoštva.

Teško je, ipak, u tome ne učestvovati. Ko od nas nije privučen mnogolikom magijom pokretnih slika i lavine reči? Ko od nas nije mnogo puta neuspešno raskidao s izazovima šarenila i prividnim raznolikostima da bi se, na kraju, vratio svojoj istosti videći da nije ni izlazio iz njene ljuštore? Medijsko ludilo teško je svesti na stanje razumnosti. Na ekranu, zato, ima malo mogućnosti za ironiju i druge figure duhovitosti. Ponekad postoji izvesna ironija unutar dijaloga aktera, ali je ona praktično nemoguća između onog koji gleda i sluša i onog koji se gleda i sluša. I kada postoji ironijska povratna informacija, nema mogućnosti da se ona čuje na ekranu onako kako bi trebalo.

Uključivanje gledalaca povremeno je i selektivno. Na stranu to što tako oblikovana nepravedna dijaloška mogućnost pasivizuje prave sagovornike. Koliko nas se u trezvenom stanju uključuje neposredno u emisiju, osim ako nismo lično pozvani? Znamo li nekog sasvim ozbiljnog ko bi pasionirano slao poruke za program "uživo".

Taština i retorika

Otuda neprestano narasta posebna retorička taština medijskih delatnika. Zbog toga, izvesna besednička arogancija, čak agresivnost, iskorenjuje pravu neposrednost u nastupu. Medijskim retoričkim oblicima procenjivanja sagovornika, ili onog što je rečeno, umesto da se razdvaja bitno od nebitnog, ono se spaja, a sve se predstavlja kao veoma važno.

Podjednaka važnost pridaje se i govoru “na temu” (obavezno je predlog “na” i obavezno se školski naglašava da je reč o “temi”) i govoru argumentima *ad hominem*. Tako se retorička ispraznost, u najmanju ruku, udvostručuje, izlazi izvan horizonta i postaje gotovo obavezni deo televizijske poetike. Na taj način, površnost u govoru postaje ogledalo u kome se ogledaju mnogi lokalni oponašatelji.

Ekran, svakako, nije mesto na kome bi se učilo besedništvu. U najvećem broju slučajeva nije, osim ako se ne prenose darovi drugih medija (pozorišta, filma, javnih nastupa...). Jezik medija nije od onih u kome bi se osetile stilske raznorodnosti koje bi trebalo bezrezervno usvojiti; bez obzira na to što, čak, i naše uvo na ekranu “sluša vizuelno”. Takva sinestezija često smeta bogaćenju retoričkog dela bića ekrana. Na ekranu i naše uvo “gleda”, a naš jezik se neprestano, uglavnom neuspešno, bori s frazerskim matricama svakodnevice.

Ugledni praktičari medija čak preporučuju da se na televiziji govori što prirodnije, opuštenije, što bliže govoru svakodnevice! Sva nevolja televizije nije u bežanju od svakodnevice. Retorički pad upravo nastupa kada se opuštenost doživi kao nebrižljivost, improvizacija, neznaštvo i nadmenost, a govor svakodnevice kao nedostižni uzor. Tada nastaje posebna retorička vrteška u kojoj se *vrši upis*, umesto da se *upisuje*. Dekomponovanje predikata, u stvari, jeste komponovanje vrteške besmisla u kojoj se ne snalazi onaj ko hoće da misli. Kada smo, u poslednje vreme, čuli da neko na televiziji kaže “idem lekaru”? Koliko ambolija nastalih pogrešnom upotrebom predloga! Koliko pogrešnih oblika prvog lica množine aorista (*mi bi*, umesto *mi bismo*)! Gledalac tako, hteo ne hteo, prisustvuje neprekidnoj paradi besedničkih šarlatana, lakrdijaša i retoričkih polupajaca kojima je najjače merilo: *Ko danas tako govori?*

Novi retorički maniri

Gledalac postaje zbunjen novim retoričkim (i pravopisnim) manirima na ekranu. Nikako da dopre do svrhe retoričke nebrizne pomahnitalosti. Nepostojanje duhovitih dvosmislenosti ga osiromašuje, a amfibičnost informacija dezorijentiše. Tako, na ekranu često jasno ne deluje razumno, a razumno nije jasno.

Zbunjujući nedostatak ukusa u jeziku poistovećuje se sa savršenstvom jednostavnosti. Zato, napadna iskrenost, često glumljena, oslepljuje gledaoca. To je, zapravo, stanje u kome retorika na ekranu doživljava svoju negaciju. Istina, napadna raspričanost, koja ima svoju retoričku osnovanost i podleže izvesnim zakonitostima, ponekad dovodi do izvesnih novih besedničkih ceremonijalnosti. Donekle, ona novinaru daje izvesnu ulogu i obezbeđuje poseban protokolarni položaj.

Paradoksalno, negacija tradicionalnih retoričkih principa ponekad dovodi do razvoja nove retoričnosti i posebne neposrednosti svojstvene retorici svakodnevice kakva se ponekad sreće, izdvojimo ipak, u jutarnjem radio i TV programu B92. To, međutim, mogu da nose samo novinari koji u svom iskustvu i obrazovanju imaju talog mnogih razvijenih, od ludičkih do intelektualističkih, oblika retoričnosti.

Takav oblik retoričke neposrednosti nastoje da oponašaju i neki drugi mediji. To doprinosi trošenju modela i narcisoidnoj neinventivnosti neoriginalnih autora. Postoji opasnost da se prvobitna spontanost *duhovitih brbljarija* (uostalom, svaki, pa i TV roman, traži svojevrsno *brbljanje*) postepeno izgubi ili sasvim potisne.

Neposrednost govora

To potiskivanje je, inače, neminovno, a može da bude, čak, i poželjno ako posle njega sledi otkrivanje novih oblika retoričkih neposrednosti. Stoga bi retoričnost na ekranu morala da sledi unutrašnja svojstva različitih jezičkih bogatstava i da ih afirmiše kao nove medijske žanrove i konverzacione oblike u okviru starog sistema retoričnosti. Inventivnost, duhovitost i mašta trebalo bi da budu glavni razlikujućii činioci bekstva iz trivijalnosti svakodnevne retoričnosti.

Najzad, retoričnost na ekranu, kao glavni posrednik informativnosti bez koje ne može da opstane nijedan televizijski žanr, trebalo bi da, u mnogostrukosti elastičnog sinkretizma, spoji i proširi elemente tradicionalne informativnosti. Tako bi se, možda, ispraznost postepeno razoružavala.

Ispraznost i, na drugoj strani, suvišnost, po prirodi televizijskog šarenila su napadni i ponekad dobijaju pandemijske razmere. Naposrednim, duhovitim, ironičnim, svedenim, ali mnogorekim skepticizmom, novinar, u svoj svojoj intelektualnoj angažovanosti, ako je uopšte poseduje, može da dovede i gledaoca do svesnosti o preimućtvima, nedoslednostima, protivrečnostima i organičenjima medija. Duhovitost i autentična duhovnost, pomešane s novinarskim darom, razvijenom retoričnošću i harizmom, trebalo bi da okrenu televizijski medij prema autentičnim potrebama gledalaca.

Od početka do danas, mudra ćutljivost i pametna raspričanost ipak hronično nedostaju televiziji. Možda je utopijski misliti da će ikada biti bitno drugačije.

JASMINA VRBAVAC

UDK 316.774:654.19
659.443/.445

TELEVIZIJA, PROMOCIJA ILI SMRT KNJIGE

Apstrakt: *U radu polazim od toga da se knjiga u eri proizvodne ekspanzije sve više tretira kao roba i da joj je neophodna promocija koja bi izdvojila pojedinačni naslov iz sve većeg broja napisanih i objavljenih dela. Televizija, kao jedan od "najjačih" medija, posrednika u afirmaciji knjige, ukazuje se, međutim, kao medij koji je po svojoj prirodi, zbog dominacije slike, u potpunosti suprotstavljen štampanoj reči i, kao takav, često nepodesan za njenu promociju. Zbog nekompatibilnosti knjige i televizije, vizuelnog i štampanog medija, svaka promocija na televiziji ima dvostruku prirodu – afirmaciju knjige i njenog istovremenog potiranja. Ovim tekstom želim da ukažem na probleme koji nastaju u sudaru dva medija i na bezizlazan položaj u koji dospeva knjiga kao artefakt, za čiji opstanak je televizijska promocija važna, ali i kobna po njenu suštinu.*

Cljučne reči: *knjiga, televizija, suprotstavljeni mediji, promocija, reklama, "smrt knjige"*

Key words: *book, television, opposite media, promotion, advertising, death of the book*

Vrlo brzo, po ulasku televizije u obavezni deo svakodnevice, pojavila se konstatacija da ono čega nema na televiziji (u medijima), to i ne postoji. Ovu tezu nije usloвила samo neosporna dominacija medija u ljudskim životima već i činjenica da se eksplozija proizvodnje materijalnog i nematerijalnog sveta oko nas razvila do granica nepoznatljivosti; tako je postalo gotovo nemoguće sagledati je bez dodatne pomoći posrednika (medija) koji će iz nepregledne ponude izvući i akcentovati određene proizvode da celokupna proizvodnja ne bi implodirala i dosegla definitivni besmisao koji se već duže vremena preteći nadvija nad njom. Zakonitost prelaska eksplozije u imploziju,

Bodrijar je razmatrao u razmerama ekonomije koja se preliva na životne zakonitosti, poredeći ih s fizičkim procesima u makro sistemima čitavog svemira.¹ Svaka ekspanzija će na kraju dovesti do svojevrstnog urušavanja sopstvenog sistema. Ono što se danas događa jeste pokušaj da se krizno stanje prebrodi uz posredničku pomoć medija koji bi trebalo da imaju ulogu vodilje, usmerivača kroz “neprohodnu šumu” proizvoda čiji se broj progresivno umnožava svakim danom. Koliko ova taktika “delimičnog krčenja šume” i osvetljavanja samo određenih, izabranih delova pomoću medija, može zaista da bude uspešna, a ne samo privremena iluzija spasonosnog rešenja, nije moguće precizno utvrditi, mada se pukotine već duže vreme jasno uočavaju. Broj medija koji prenosi reklamu/poruku svakodnevno raste, jer su i mediji deo proizvodnog sistema, a broj reklamiranih proizvoda uvećava se progresivno, shodno uvećanju proizvodnje i saobraženom shvatanju da je medijska reklama najbolji način da proizvod stigne do potrošača.

Prezasićenost proizvodima (a gotovo da i nema stvari koja se ne bi mogla nazvati proizvodom), dovela je do opšteg šuma, nemogućnosti da se raspozna i izdvoji bilo šta od onog što tržište nudi bez posrednika – bilo da je to medij/poruka ili reklama kao dodatno apostrofirana informacija, takođe prenosiva putem medija. Merkantilistički pristup stvarnosti proširio se na sve domene života, pa i na umetnost koja je počela da se “proizvodi”, a njeni produkti da se posmatraju kao roba². Pojeftinjenje proizvodnje (štampanja) knjige, ali i pojednostavljenje procesa samog pisanja (pomoću kompjutera), doprinelo je tome da knjiga postane proizvod, roba kojom se prezasićeno tržište guši; ta-

¹ “Danas se pojavljuje neka sasvim druga žestina (proizvodnje – prim. autora), koju mi više ne umemo da analiziramo, jer se ne poklapa s tradicionalnom shemom eksplozivne žestine: to je *implozivna* žestina koja više ne proističe iz ekspanzije jednog sistema. Nego iz njegove zasićenosti i njegovog povlačenja, kao što se zbiva sa fizičkim zvezdanim sistemima.” Bodrijar, Ž. “Simulakrumi i simulacija”, Novi Sad, 1991, 75.

² “Svake godine sve više izdavača objavljuje sve više knjiga iz sve više oblasti... bilo bi lako reći da izdavači jednostavno štancuju loše knjige, ali to ne bi odgovaralo istini. Izuzetno kvalitetna beletristika, u impresivnim količinama sliva se u knjižare i zauzima mesto tik pored podjednako impresivne beletristike objavljene pre samo nekoliko meseci i više ne tako dobrodošle na policama.” Bal, F. “Moć medija”, Beograd, 1997, 144–145.

kode, potencijalni čitaoci (konzumenti) postaju prezasićeni mogućnošću “izbora”, koji zbog množine ponude automatski prestaje da bude izbor, već postaje bezoblična masa šarenila u kome se teško razdvaja žito od kukolja, i vane za mogućim smernicama šta odabrati.³

Osim delimično rizične usmene preporuke ili veoma rizičnog iščitavanja tekstova na poleđini korica, koje uvek imaju isključivo reklamni karakter, jedan od najsigurnijih načina da knjiga uđe u vidokrug korisnika jeste i njeno praćenje u medijima. Pod (sumnjivom) pretpostavkom da mediji vrše određeni predizbor u nepreglednoj književnoj ponudi i da predstavljaju samo one knjige koje to i “zavređuju”, čitaocima, ponekad i nesvesno, ostaju izvesna imena pisaca ili naslovi knjiga za kojima će kasnije posegnuti pre negoli za onim koje nikada niko nije ni spominjao. Razumljivo je zašto onda vlada uverenje da knjiga, kao i njen autor, postaju “vidljivi” tek putem medija, posrednika između “proizvoda” i “konzumenta”.

Međutim, način na koji mediji posreduju između književnog dela i čitaoca, možda je još rizičniji “oslonac” u navedenom reklamnom “trilingu”: živ razgovor (čovjek) – mrtva reč (korice knjige) – posredovana informacija (medij). Iz pomenutog trojstva izdvojićemo televiziju kao (uz internet) “najjači” medij, dominantan, pored brojnih razloga koje na ovom mestu nećemo razmatrati, i zbog toga što u jednom terminu emitovanja priloga može da postigne gledanost i od preko sto hiljada ljudi.⁴ A to je u ovom trenutku za većinu drugih medija nedostižan rezultat, ako posmatramo brojnost *istovremeno* informisanih osoba.

³ “Klasični problem viška ponude: ukoliko u specijalizovanu prodavnicu tipa *Fnac* ili *Virgin Megastore* ne uđete zato da kupite određenu knjigu ili ploču ‘po preporuci’, što će reći ‘propisanu’, obilje mogućnosti kojih postajete svesni može vas izložiti opasnosti da se zbunite i odustanete od kupovine. Reč je o jednostavnom principu, retko formulisanom ali bezbroj puta potvrđenom: zbog čega pre odabrati ovo delo ili ovaj album koji mi nisu poznati, nego jedno od deset hiljada, možda jedno od sto hiljada ili milion drugih dela koja su mi istovremeno ponudena?” Glajk, Dž. “Brže”, Beograd, 2003, 144.

⁴ Rezultati su dobijeni na osnovu redovnog praćenja “piplmetra” svih emisija iz kulture, kao i onih posvećenih isključivo knjizi a emitovanih na RTS-u, i mogu važiti samo za Srbiju, jer u drugim zemljama rezultati mogu da budu potpuno drugačiji, u zavisnosti od brojnosti stanovništva i mnogih drugih faktora (prim. autora).

Šta se, dakle, nudi kao mogućnost afirmacije određene knjige ili njenog autora u okvirima televizijskog medija, ako se već konstatuje da je ova vrsta skretanja pažnje jedan od delotvornijih načina izdvajanja iz ponora neprimećenosti? Naizgled, televizija je virtuelni prostor gotovo bezgraničnih mogućnosti. Takođe, televizija je veoma komplikovan medij koji funkcioniše uz poštovanje brojnih zakonitosti koje se često pretvaraju u brojna ograničenja.

Predstavljanje knjige na televiziji može da bude jedan od najrizičnijih poduhvata s krajnje neizvesnim rezultatom. Ključna okolnost koja otežava recepciju emisije o književnosti tiče se prirode dva potpuno suprotstavljena medija na zamišljenoj liniji koja označava njihov hronološki razvoj, ali i njihove supstitucione, ontološke i fenomenološke odlike: s jedne strane, knjige kao pisanog, tj. štampanog medija, čija se značenja i smislovi mogu pronalaziti isključivo u sferi apstrakcije i, s druge strane, televizijskog izraza koji se oslanja, pre svega, na sliku, a manje na izgovorenu reč. Svaki televizijski izraz koncipiran je na dominaciji slike, i za televiziju je nezamislivo da objavi bilo kakvu informaciju bez slikovnog prikaza. Kada se to i čini, posredstvom spikera, voditelja, ispisanih informacija na dnu ekrana ili teleteksta, takvi prilozima doživljavaju se kao krnji; njima se pribegava samo u bezizlaznim situacijama, kada slika zaista ne postoji, a procenjeno je da će važnost informacije nadomestiti taj nedostatak. Međutim, svako duže insistiranje na informacijama bez prateće slike, u gledaocima budi dosadu i nezainteresovanost, pa i bes zbog osećanja prevarenosti, kao i izneverenih očekivanja da će ono o čemu se govori moći i da *vide*. Sve druge umetnosti, osim književnosti, zbog svoje prirode, u manjoj ili većoj meri korespondiraju s prirodom televizijskog izraza i ne doživljavaju ovu vrstu osiromašenja prilikom predstavljanja na televiziji, barem ne u istoj meri kao što se to događa s literaturom. Filmska umetnost se, kao najbliža televizijskom izrazu, lako prilagođava gledaočevoj pažnji; pozorišna, likovna i muzička, iako gube brojna svojstva prilikom "prebacivanja" u televizijski medij, još uvek zadovoljavaju osnovne gledaočeve potrebe za slikovnim prikazom onog što se predstavlja; naime, gledalac ima mogućnost da vidi sliku događaja, makar i značajno re-

dukovanu i ogoljenu na manji ili veći broj osnovnih informacija.

Međutim, kada je reč o knjizi čiji se smisao pronalazi isključivo čitanjem, koje je uslov za otvaranje svih potencijalnih, apstraktnih svetova sadržanih u samom činu čitanja, svako njeno predstavljanje na televiziji čini se apsurdnim i nezamislivim sakaćenjem bezbrojnih potencijala samog dela o kome je reč. Svaka slika koja se uzima kao vizuelni prikaz određenog dela jeste svojevrsno osiromašenje i svodenje isključivo na baš taj odabrani vizuelni sadržaj, uz izostavljanje množine potencijalnih sadržaja koji samo u svojoj raznovrsnosti i punoći mogu odista da predstavljaju jedno delo. Disparatnost dva po svemu suprotstavljena medija, kao što su knjiga i televizija, čini televizijske emisije o knjizi predodređenim na neuspeh u samom začetku, odnosno na jednu paradoksalnu situaciju svedenu na nužno potiranje samog dela zarad nje-gove promocije.

Široko polje mogućnosti televizije kao medija je, i pored svih atributa moći, i dalje ograničeno i uslovljeno prirodom samog medija, o čemu je već bilo reči. Tako, treba imati na umu da i televizijska emisija posvećena književnosti nastaje i funkcioniše na ustaljenim principima televizijskih žanrova, od kojih mogu da se nabroje, bez izuzetka, svi oni koji se koriste i u drugim TV programima. To su: vest ili proširena informacija, intervju s ličnošću koja se predstavlja ili njen portret, kao proširena verzija intervjua kome su dodati komentari i, na kraju, komentar koji je, zapravo, samo televizijska verzija književne kritike preslikana iz drugog medija, štampanih časopisa ili novina, i delimično prilagođena moći recepcije TV gledaoca. A moć recepcije svakog teksta koji prelazi okvire osnovne informacije veoma je ograničena. S obzirom na to da je medij u svojoj osnovi poruka, dakle, pre svega, informacija, relativno skućena mogućnost recepcije jednog kritičkog teksta "odslušanog" na ekranu objašnjava se time što gledalac ne može, kao kod pisanog teksta, da se vraća na ono što je izgovoreno da bi bolje razumeo, povezo delove teksta ili ih proverio i saglasio ih sa sopstvenim sudom. Čak i kod natprosečnog gledaoca čije znanje, stručnost i zainteresovanost nadograđuju teškoće u praćenju kritike emitovane na ekranu (ili u radijskom etru), u slučaju televizije (kao i radija), kritika – prikaz jedne

knjige beleži se u gledaočevoj memoriji kao binarni sud, pozitivno ili negativno mišljenje o određenoj knjizi i, shodno tome, ostaje kao jedina ogoljena informacija. Svaka dodatna argumentacija doživljava se kao *višak* informacija, opterećenje i u pogledu smisla, ali i kao bespotrebno vremensko produžavanje TV prikaza, redundanca koja postiže suprotan efekat, efekat šuma, kao i svaki višak proizvedenog koji prevazilazi potencijale i kapacitete komzumenata. Zbog toga, jezički stil mora nužno da se prilagođava televizijskom izrazu, a svaki iskaz da se skraćuje na minimum koji podrazumeva maksimum gledaočeve pažnje. Konciznost, svedenost i svojevrsni jezički minimalizam postaje, tako, normativni uzus televizijskog jezičkog izraza, što ne mora, *a priori*, da predstavlja i redukciju smisla samog teksta koji se izgovara na ekranu, ali svakako postaje izvesno ograničavajuće sredstvo kada je u pitanju raznovrsnost televizijskog izraza. Međutim, problemi koji nastaju sputavanjem jezičkog iskaza koji bi trebalo da predstavi knjigu, umetničko delo koje barata upravo i jedino jezikom kao izražajnim sredstvom, ne prestaju na ovom mestu.

Slika, kao suština televizijskog izraza, jeste ono što bi trebalo da nadomesti ograničenja postavljena pred jezički deo televizijskog priloga. Budući da je televizija, kao medij kojim dominira vizuelno, u svakom drugom kontekstu u potpunosti neatraktivna za gledaoca, koji poslovično još brže gubi pažnju ako se kadrovi (slike, vizuelni nadražaji) nedovoljno menjaju pred njegovim očima, prikazi knjiga moraju da se osmisle i kao vizuelno autohtoni segmenti, bez obzira koja je televizijska forma (vest, intervju, komentar) odabrana da bude "predstavljajući" jednog dela. Stoga se, čak i kada je reč o formi intervjua, teži "vizuelizaciji" priloga; ličnost koja govori "pokriva" se kadrovima koji bi trebalo da dočaraju gledaocu ono o čemu se govori, kao da sama moć izgovorenog, u saglasju sa "živim" likom na ekranu, nije u potpunosti dovoljna. Nekada se to čini nevešto, isključivo prikazivanjem ne samo korica knjige (koje je neophodno prikazati jer je samo delo materijalizovano, opredmećeno upravo u formi knjige, i najčešći povod postojanja priloga, njegova suštinska informacija) već i njene unutrašnjosti – crna slova na belom papiru. Time se potencira apsurdnost televizijskog predstavljanja onog što je, u suštini, vizuelno nepredstavljivo –

jednog literarnog dela. Postoje i drugi načini da se literatura "vizuelizuje" i da se njene teme, junaci, pa čak i stil ili atmosfera, "približe" televizijskoj publici. Jedna od mogućnosti je korišćenje filmskih inserata, ukoliko postoji film snimljen po delu o kome se govori, ili pak inserata iz filmova koji su, po osećanju autora priloga, u nekom saglasju s delom. Očigledno je da u ovim nastojanjima ima mnogo potencijalne proizvoljnosti i još više neminovne subjektivnosti, jer je "slikovnost" jednog literarnog dela usko povezana s ličnim doživljajem koji je kod svakog čitaoca veoma različit i u potpunosti subjektivan. Moguće je još koristiti i dokumentarne materijale vezane za npr. zemlju iz koje pisac dolazi, ili geografiju samog dela, potom druga umetnička dela (iz oblasti likovne ili pozorišne umetnosti, pa čak i muzičke spotove, reklame itd.) koja se biraju takođe po ličnom osećanju autora priloga i njegovom prepoznavanju sličnosti jednog umetničkog dela, nastalog u nekoj drugoj umetničkoj oblasti, s književnim delom. Dramatizacija same knjige, čitanje odlomaka proze ili poezije, takođe spadaju u načine na koje jedno delo može da se predstavi, i samo ovaj segment "transpozicije" književnog dela u televizijski izraz zahteva posebno razmatranje. Ali, iz dosada rečenog, izvesno je jedino da svaka od ponuđenih mogućnosti potencijalno osiromašuje samu knjigu koja se predstavlja. Naime, čak i u slučajevima kada se autorski uspešno nadograđuje, ona se svodi samo na jednu jedinu odabranu mogućnost koja može odvesti budućeg čitaoca na pogrešan put. Time se knjiga, paradoksalno, udaljava od čitaoca, umesto da mu se približava, jer svi njeni potencijali "umiru" na očigled gledaoca kome je ostavljena samo jedna ponuđena mogućnost. Ako mu se kroz taj uski, jednosmerni tunel, pogled na prikazanu knjigu učini bliskim, on će za knjigom možda i posegnuti, ali i dalje nesvesan mogućnosti da je ponuđeni prizor možda samo varka.

Bez obzira koliku cenu knjiga morala da plati, pre svega cenu iskrivljavanja sopstvenog identiteta, svojevrstne "smrti" njene suštastvenosti, medijska promocija može da joj pruži "veštačko disanje" kao početni zamajac, i da joj obezbedi kakav-takav život, makar i kratkotrajan. Reklamni karakter svake preporuke tretira se, kao i kod svake druge robe, kao način skretanja pažnje na neko književno delo time

što se ono izdvaja iz mase drugih ostvarenja. Činjenica da, čak, i kada postoji relevantan sud, procena, kritička ocena dela, on se u medijima najčešće pretvara u ogoljenu informaciju, veoma svedenu na pozitivan ili negativan stav; međutim, to ne menja previše jednu drugu činjenicu – da i takva ogoljena informacija ide na ruku promovisanju same knjige. Bez obzira da li je TV prilog u manjoj ili većoj meri uspeo, da li je pogodio ili ne suštinu dela koje predstavlja, pa i to da li se o knjizi govorilo pozitivno ili negativno (i negativna reklama je i dalje reklama), za delo je od suštinske važnosti jedino mogućnost da se izdvoji iz onog zastrašujućeg šuma masovnosti koji preta da postane ništavilo – poništavajući svaku pojedinačnu stvar.



PESMA U FILMU I FILM S PEVANJEM – KA GENOLOŠKO-TIPOLOŠKIM I KULTURNIM ASPEKTIMA ŽANRA

Apstrakt: Osnovni cilj ovog istraživanja jeste da se pokaže da prvobitni sinkretizam različitih umetnosti predstavlja dublje ishodište kako folklornih, tako i literarno-scenskih formi, ali i od njih nastalih filmskih oblika. On omogućava, kao što je radom demonstrirano, da pesme pevane u filmu deluju prirodno i ostvaruju semantičku povezanost s prikazanim dešavanjima. Od svih filmskih žanrova u kojima se može naći pesma, najveću vitalnost ima mjuzikl, kao amorfnu formu velike apsorpcione moći koja može da uključuje različitu vrstu muzike. Stoga, u filmovima gde se pojavljuje, pesma postaje značajan sadržajni i strukturni činilac.

Ključne reči: pesma, film, žanr, tradicija, folklor, mjuzikl

Key words: song, film, genre, tradition, folklore, musical

Pesma koja prati, prožima i komentariše dramsku radnju, često praćena i elementima plesa, prisutna je, kao što je opštepoznato, već u začetima prvih teatarskih formi (horska lirika, satirska pesma)¹. Stoga, pisati o tome ne obećava ništa novo. Putevi kojima je

¹ V. Leski, A. Grčka tragedija, Novi Sad, 1995; Flašar, M. "Tragedija, antička", u: *Rečnik književnih termina*, priredio D. Živković, Banja Luka, 2001, 870–876; *Musical theatre*, in: http://en.wikipedia.org/wiki/Musical_theatre#History#History (sajt posećen 22. 7. 2009)

pesma dospela u film, na koji način je ostvarila organsko jedinstvo s filmskim zapletom (postizujući najveći stepen adekvatnosti između pevanog i igranog u žanru mjuzikla), takođe su, u velikoj meri, iscrpeni i proučeni.² To, uostalom, nije ni predmet ovog rada.

Međutim, do sada nije posvećena neophodna pažnja načinu na koji pesma u ovoj “ekranizovanoj simulaciji života” priziva stanje prvotne usmenosti. Zato je namera autora ovih redova da kroz tri za ovu priliku odabrana i žanrovski različita filma, koji u sebi sadrže pesme, ukaže na izvesne analogije između pesme kao oblika muzičkog folklora i dela tradicionalne kulture i pesama u mjuziklu i njemu sličnim teatarskim oblicima. Time bi se, ujedno, pokazalo da filmovi s pevanjem mogu da imaju, sem scensko-literarnog, još jedno ishodište – usmeno-tradicijsko.

Prvi od posmatranih filmova – “Izgubljene pesme Anadolije” (*Anadolu'nun Kayip Sarkislari/Lost songs of Anatolia*) – prikazan na ovogodišnjem filmskom festivalu *Cinema City*³, u programskoj šemi Festivala predstavljen je (o)lako, kao “mjuzikl”, dok je na oficijelnom sajtu Festivala⁴ određen nešto preciznije – kao “dokumentarni film/mjuzikl”. Ovaj film od 97 minuta sniman je pet godina, tokom putovanja od preko 40.000 km. Čine ga 43 odabrana originalna izvođenja od ukupno 133 beleženih tokom 350 sati snimanja na 121 lokaciji.⁵ S obzirom na to da film predstavlja svojevrsan konglomerat vokalne i instrumentalne muzike, plesa, folklorne pantomime, različitih obrednih i običajnih pesama, lutkarskog pozorišta i drugih muzičko-scenskih oblika (folklornih ili onih koji su preživeli sekundarnu folklorizaciju, poput kompozicija nekih lokalnih kompozitora koje su nastavile svoj nezavisni život u mediju usmenog prenošenja), nije pogrešno posmatrati ga kao svojevrsni *dokumentarni mjuzikl (documentary-musical film)*.⁶

² Koljević, N. “Mjuzikl”, u: *Rečnik književnih termina*, priredio D. Živković, Banja Luka, 2001, 475; http://en.wikipedia.org/wiki/Musical_theatre#Definitions (sajt posećen 22. 7. 2009)

³ Pomenuti festival, bliže određen kao “Internacionalni festival filma i novih medija”, održan je na sedam različitih lokacija u Novom Sadu od 6. do 14. juna 2009. godine.

⁴ V. http://www.cinemacity.org/view_film.php?id=14 (sajt posećen 21. 7. 2009)

⁵ V. http://www.anadolununkayipsarkilari.com/eng/film_hakkinda.html (sajt posećen 22. 7. 2009)

⁶ Ibid.

Strogo posmatrano, radnje nema – dramatika i emotivna tenzija ostvaruju se preko pesme i u pesmi, čime se ujedno pokazuje i velika sposobnost uživljanja čoveka tradicionalne kulture u ono o čemu pesma peva. Stoga, teme zabeleženih pesama ne samo da imaju univerzalni karakter već i prividno naivnu a, u stvari, visokoartificijelnu elaboraciju, kao i jedinstvenu lokalnu boju. Te pesme o ljubavi, rastancima, neutaženoj žudnji za večno trajućom mladošću, lepotom, ljubavi, kao da postaju lirske ispovesti Anadolaca–pevača o sopstvenoj boli, prolaznosti života, mladosti, koja sve više, što vreme dalje teče, dobija, posredstvom pesme, stilizaciju idealnog. Kao posebno upečatljivo i dirljivo može da se izdvoji izvođenje braće Demir, dengbeja, čobana–pevača (prilično zapuštenih), okruženih karakterističnim ambijentom planinskog krša, koji iz sveg glasa, pesmom, prizivaju svoju divnu dragu.⁷ Njihovo izvođenje tradicionalne muzike moglo bi se, bez snebivanja, postaviti na najpoznatije operske scene.⁸ Ali, pri tome bi se izgubila autentičnost izvođenja, dok, za utehu, ostaje samo još jedna folklorna inscenacija.

Tokom filma, iznova se potvrđuje da je čovekova potreba za igrom i pesmom toliko jaka da prevazilazi egzistencijalne i kulturne okvire (u svim sredinama se peva, ali različito), i da, čak i kada se tradicionalni kulturni modeli urušavaju (na šta reditelj, Nezhun Unen, podseća zakovitlanim prizorima gradske vreve i gungule, datim u početnim i završnim kadrovima filma), pesma nastavlja da živi posredstvom novih medija (TV, radio, internet) i na drugi način (koncerti, “DJ-partiji” i sl). I dok *orlovples*, pesma berača pamuka, plešući derviši, pesma o razboju, dengbeji, *gazela*, pevanje na sahranama i zvuk nomadskog ćemaneta polako tonu u zaborav, tvorevine pop kulture sve više jačaju. I, paradoksalno, zahvaljujući jednoj od njih, mjuziklu,⁹ tradicionalne forme, koje

⁷ Njihove pesme ulaze u red poezije kojom su se početkom XVIII veka oduševljavali evropski duhovi, na čelu s Edisonom (Addison), i koji su kao posebne kvalitete isticali prirodnost, jednostavnost i snagu ovih pesama – up. Đ. Kokjara, *Istorija folkloru u Evropi*, knj. 1, Beograd, 1984, 174.

⁸ Kao svojevrsna potvrda popularnosti, mogla bi se uzeti njihova zastupljenost i dobar rejting na sajtu *YouTube* od 28. 3. 2007 – v. http://www.youtube.com/watch?v=_Jds2RaVQMs&feature=related (sajt posećen 21. 7. 2009)

⁹ I ova činjenica potvrđuje veliku apsorpcionu moć novijih mjuzikla, odnosno njihovu sposobnost da integrišu u sebe različite pesme, ne zadovoljavajući se više samo svojim, namenskim, već prihvatajući i adaptirajući sve, od tradicionalnih pesama do pop i rok muzike.

možda jesu u izvesnoj meri zaboravljene, ipak neće biti u potpunosti izbrisane. Otpor nadolazećoj kulturi ograničava se na pojedinačne glasove. Tako, jedna od informatorki, pri kraju filma, govori: “Ja vam ove nove pesme, koje idu preko TV-a, uopšte ne znam i ne sviđaju mi se. Volim ove moje. Njih znam i sviđaju mi se”. No, i pored toga, proces daljeg iščezavanja formi koje baštini kolektivna kultura ireverzibilan je i neminovan: Druga pevačica, ne za dugo po otpočinjanju pesme zastane: “Ne znam dalje, zaboravila sam”.

Osnovna mana ovog Unenovog rediteljskog prvenca jeste odsustvo jedinstva umetničke vizije (ukoliko se reditelj ne pojavljuje u karakterističnom odabiru i povezivanju, doduše posve uslovnom, snimljenih kadrova); no, ona je umnogome nadomeštena panoramom više kulturnih tipova i različitih jezičkih zajednica¹⁰ koje dele prostranstva Anadolije, pri čemu se pevači, kako pesmom tako i dodatnim objašnjenjima, ujedno pojavljuju i u ulozi komentatora kultura i tradicija kojima pripadaju.¹¹

Za razliku od toga, u srpskoj kinematografiji folklorni oblici mogu poneti više različitih funkcija, shodno potrebama i umetničkoj zamisli reditelja. Integrisani u film, oni nisu više podređeni situaciji u kojoj se izvode, već postaju deo jednog šireg koncepta unutar filma, kao što će, doduše partikularno, biti pokazano narednim primerom.¹²

Negde između reprezentovanja sebe samih i uklapanja u zapadnjački stereotip o Balkancima i, posebno, Srbima, nalazi se i film Aleksandra Petrovića “Biće skoro propast sveta” (1968). Ovaj film, prikazan u okviru tematskog dela programa festivala *Cinema City* posveće-

¹⁰ Zabeležena izvođenja, prema koncepciji reditelja, nastojala su da podjednako prikažu većinu etničkih grupa koje naseljavaju prostor Anadolije. Pesme su, stoga, izvođene na turskom, perzijskom, kurdskom, grčkom, koptskom, sirijskom, jermenskom, gruzijskom...

¹¹ Pesma je, ipak, najzastupljenija, dok se komentari pojavljaju samo ukoliko je nemoguće razumeti zajednicu koja neguje neki specifičan folklorni oblik, i očito imaju sporednu ulogu. Reditelj time kao da nehotice sledi Herderov stav da “narodna poezija najpreciznije predstavlja karakter jednog naroda, čiji je istovremeno i najuzvišeniji izraz” – Đ. Kokjara, op. cit, 214.

¹² Ova analiza, stoga, ograničena je samo na ukazivanje na postupke funkcionalizacije određenih tradicionalnih usmeno-poetskih formi, prisutnih u posmatranom filmu A. Petrovića, pošto opsežnija analiza svakako zahteva više prostora, iako se, čak ni tada, celovitost uvida ne može zagarantovati.

nog ovom reditelju, pored toga što podseća mlađe naraštaje na klasike jugoslovenske kinematografije prošlog veka, ujedno je i svedočanstvo o mračnom periodu jednopartijskog sistema koji briše čoveka kao individuu, njegove potrebe i snove. Uvodni bečarac (nesumnjivo autorskog porekla), “Biće skoro propast sveta/Nek propadne, nije šteta”, ponovljen i na kraju filma, čini svojevrsni kompozicioni prsten koji ne samo da naslućuje bezizlaznu situaciju, zatvorenost i egzistencijalnu skučenost glavnih likova, već intonira atmosferu filma i ujedno kvalifikuje prikazano vreme.

Radnja, smestena u neku fiktivnu vojvođansku zabit – Atare, prati sudbinu seoskog svinjara Triše (Ivan Palúch). Jednom prilikom, na nekoj svadbi, Triša uzima u zaštitu Gocu (Eva Ras), seosku ludu, čime zadobija njenu naklonost i pseću odanost koja, vremenom, počinje da mu smeta. No, lokalne badavadžije u tome vide povod za svoje potonje neslane šale – jednom prilikom, posle duže terevenke u seoskoj kafani koju vodi Joška (Mija Aleksić), glavni spletkaroš i intrigant, pijanog Trišu, noću,¹³ žene¹⁴ Gocom. Brak između ludače i pijanog svinjara, koji počinje kao sprdnja, ne obećava ništa dobro, čak ni kada se iz te veze rada dete.

Glavni zaplet počinje dolaskom u mesto nove učiteljice (Ani Žirardo), u koju se Triša opsesivno zaljubljuje, doživljavajući svoj pređašnji život i nametnuti brak kao prokletstvo. Kako joj je dodeljen kao ispomoć (da joj nedeljom nosi štafelaj da bi mogla da slika u prirodi), trenuci koje provode zajedno dovode do njihovog zbližavanja. Iako ga učiteljica tretira samo kao objekat za zadovoljenje svojih seksualnih fantazija, Triša, zaveden sopstvenom ljubavlju prema njoj, umišlja da je ljubav obostrana. Zato, u očaj-

¹³ Noć u našoj tradicionalnoj kulturi označava vreme kada prestaje svaka aktivnost u kolektivu. Pošto uključuje predstave o demonskom, opasnom, nečistom vremenu, praćena je nizom tabua, poput izbegavanja svih radnji koje mogu da imaju sakralni karakter – v. D. Bratić, *Gluvo doba, predstave o noći u narodnoj religiji Srba*, Beograd, 1993.

¹⁴ Ženidba je jedan od najznačajnijih *obreda prelaza* u životu muškarca i najčešće ima inicijacijsko-integracijski karakter – potvrđuje da je mladoženja dostojan da uđe u zajednicu odraslih muškaraca, punopravnih članova socijuma (Van Genep, A. *Obredi prelaza*, Beograd, 2005, 134–167; Lič, E. *Kultura i komunikacija*, Beograd, 2002, 115–118 i dr.). S obzirom na to, ritual venčanja prati strogo normirani obredni scenario. Svako ograđenje o pravila ponašanja na venčanju, kako se veruje, priziva zlosretni usud glavnih aktera obreda.

ničkom pokušaju samooslobađanja, on najpre tera od sebe, a potom i ubija Gocu. No, ubrzo biva surovo razuveren – učiteljičina neobuzdana, demonska seksualnost¹⁵ ispoljava se kao upuštanje iz jedne veze u drugu: najpre s pilotom koji vozi avion za zaprašivanje, Miletom Simićem (Dragomir – Gidra Bojanić), a potom i s ostalim muškarcima.¹⁶ Štaviše, oslobođeni eros deluje ugrožavajuće i po sakralni život zajednice – stojeći, u završnim kadrovima filma, na crkvenom pragu i posmatrajući popa sablažnjivim pogledom, učiteljica ga dovodi do toga da počinje da zamuckuje zaboravljajući tekst službe. Stihovi bećarca koje govore o moći ženskog pogleda (“Oči moje, k’o dva đavolana, izvele bi popa iz oltara”), pevani tokom ovih sekvenci filma, predstavljaju ilustraciju, ali i komentar prikazanog. U sferi znakovne simbolike, sveštenikovoj pokolebanoj predanosti liturgiji odgovara završni prizor – slika napola razrušene crkve pogođene ustaškom granatom kao signalizator devastirane vere čoveka posleratnog režima. I, još jednom na samom kraju, zlokobno, ponavljaju se stihovi s početka (“Biće skoro propast sveta/Nek propadne, nije šteta”), kao svojevrsna ocena zbivanja.

Glavni lik, Triša, osmišljen je kao Petrovićeva nadogradnja nametnutog zapadnoevropskog stereotipa o *plemenitom divljaku*.¹⁷ On ispoljava plemenitost kada niko to ne očekuje, ali ima i svoju mračnu stranu – neobuzdanu gnevljivost i dinarsku violentnost. Bavi se tradicionalnim srpskim poslom – čuva svinje, nema jasnu perspektivu o budućnosti, sopstveni život svodi više na trpljenje i prihvatanje nego na intencionalno delovanje, a nesnalazjenje i egzistencijalni pesimizam utapa u alkoholu. Nedovoljno individualizovan, Triša više predstavlja sliku tipa negoli personalizovani filmski lik.

Kao i u prethodnom filmu, sva drama unutrašnjih lomova u likovima sagledava se u pesmi i posred-

¹⁵ Predstava o ženskoj seksualnosti kao demonskoj, potencijalno opasnoj ili, barem, ambivalentnoj, takođe ima arhetipsku utemeljenost i zasniva se na dovođenju žene u vezu s razornim, stihijskim silama prirode, ali i s njenom stvaralačkom, plodotvornom moći. Zato se u tradicionalnim zajednicama težilo njenom sputavanju, ograničavanju na prostor kuće i sferu privatnog – v. Š. Ortner, “Žena spram muškarca kao priroda spram kulture”, u: *Antropologija žene*, priredile Ž. Papić i L. Sklevicky, Beograd, 1983.

¹⁶ Kao alibi ovoj erupciji erotskog, poslužiće maska partijske emancipacije uz zloupotrebu ideje o ravnopravnosti polova.

¹⁷ V. Noris, D. *Balkanski mit*, Beograd, 2002, 40–51.

stvom pesme. Za tu priliku, naročito se koristi *bećarac*, kao kratka, lapidarna forma koja cela stremlje efektu – po(r)uci, satiričnoj žaoci ili, čak, invektivu, sadržanoj u drugom stihu ovog rimovanog distiha.¹⁸ Pesmom se iskazuje i sumnja koja muči likove; ona otkriva njihove nedoumice,¹⁹ a kada je pevaju maliciozni (npr. Joška), pesma postaje svojevrsna provokacija (“Veruj, veruj Verki, ne veruj švalerki, u švalerke vera, vera ka’ u kera”). Ona prati Trišino seksualno buđenje (“Ide dika i podig’o gaće, tako valja da se ne ukalja/Ovim šorom nikad blata nema, sve švaleri na štikle razneli”), kao i provalu erotskog u učiteljici (“Ala sam se najela bombona, iz dikinih plavih pantalona”). Glavni likovi svoju hendikepiranost pokazuju time što oni sami ne pevaju.²⁰

Što se toga tiče, privilegovano mesto dobijaju Cigani pevači. Petrović je ove likove višestruko funkcionalizovao, zamenjujući njihovom pesmom banalne i zastarele monologe kao postupke karakterizacije likova. S obzirom na to da oni ne uzimaju učešća u odigranim događajima i tek uslovno pripadaju prikazanom svetu, moglo bi se reći da ih je koncipirao analogno antičkom horu – ovi pevači–naturščici postaju komentatori zbivanja i daju finalni sud o proteklim dešavanjima, pri čemu njihove reči dobijaju sudbinski smisao i eshatološku težinu.

Situacija usmenog izvođenja prećutno se prihvata (razume se, uslovno) kao prirodna u mjuziklima, pri čemu publika ne samo da nije iznenađena kada usred kakve scene likovi odjednom i, reklo bi se, neočekivano, počnu da pevaju (a neretko i da plešu), ispoljavajući na taj način svoja osećanja, već upravo to i očekuje, shodno konvencijama žanra. Spontanost, primerenost i neisforsiranost pevanih deonica, presudan su faktor koji odlučuje o tome koliko je neki mjuzikl odista uspeo.²¹ Kao posebna žanrovska karakteristika je ta da, za razliku od prethodno pominjanih filmova, mjuzikl mahom ima vedar, lak, zabav-

¹⁸ O bećarcu v. M. Leskovic, “Bećarac“, *Letopis Matice srpske*, god. 134, knj. 381, sv. 1 (januar 1958), Novi Sad, 1958, str. 3–30.

¹⁹ Tako, kada Triša počinje da uvida prirodu svoje naklonosti prema učiteljici, u pozadini teče, diskretno, popularna starogradska pesma “Što se bore misli moje”.

²⁰ Gluvonema Goca, eventualno, mumla neku melodiju i pleše kada je srećna.

²¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Musical_theatre#Definitions#Definitions (sajt posećen 22. 7. 2009)

ljački karakter, dok je radnja u drugom planu, što je i njihova genološka determinanta, s obzirom na to da mjuzikl potiče od operete, burleske, odnosno komada s pevanjem i igrom varijetetskog karaktera.²² Pesme u mjuziklu obično su namenski pisane. Međutim, postoje i podvrste mjuzikla čiji je odnos prema građi slobodniji, te se u njima često mogu čuti i melodije popularnih pesama – tzv. *džuboks mjuzikli*.²³ Tom tipu pripada i film “Mamma mia” (2008).

Radnja prati dvadesetogodišnju Sofi Šeridan (Amanda Sajfrid), koja, neposredno uoči svog venčanja, pronalazi tajni dnevnik svoje majke, Done (Meril Strip), iz mlađih dana. Kako ranije nije uspela da dozna od majke ko je njen otac, ona odlučuje da pozove sva tri muškarca koja se pominju u dnevniku, ne bi li, prilikom susreta s njima, sama otkrila ko je njen pravi otac. Pripreme za venčanje ubrzano teku, a od zvanica najpre se pojavljuju Rosi (Džuli Volters) i Tanja (Kristin Baranski), bivši prateći vokali “benda” *Dona i Dinamosi* koji je izvodio popularnu muziku osamdesetih, da još jednom, u retro stilu “dece cveća”, nastupe na Sofiinoj devojačkoj žurci. Zaplet počinje dolaskom sva tri muškarca pomenutih u dnevniku: Sema Karmajkla (Pirs Brosnan), Herija Brajta (Kolin Firt) i Bila Andersona (Stelan Skarsgard). Prepoznavanje, naravno, ne protiče tako lako kako je Sofi očekivala. Dok ne bude sigurna ko je onaj koji će je predati na venčanju, ona svu trojicu, privremeno, smešta u staru staju za koze, rekavši im da se ne pojavljuju pred Donom pre venčanja i da joj ne kažu da ih je ona pozvala. Međutim, Dona ih otkriva pre vremena i, ne uspevši da se nosi s emocijama, tera ih s ostrva. Sofi, zatekavši ih u luci na Bilovom brodu, moli ih da ne idu, a potom, ne našavši u tom trenutku bolje rešenje, zamoli svu trojicu da se pojave na venčanju kao njen otac. No, kako vreme prolazi, sve više se otkriva šta ko zapravo želi – mladoženja Skaj (Dominik Kuper) kaže da mu brak, u ovom trenutku, nije potreban. Dona uvida da više nema snage da živi kao do sada – kao samohrana majka i osiromašena hotelijerka koja je sve pravke sama obavljala i o svemu vodila računa, te se, kada Sofi i Skaj odluče da odlože venčanje i konačno otputuju s ostrva, vraća Semu, svojoj prvoj i jedinoj pravoj ljubavi, koji je (isuviše zgodno da ne izgleda kao namešteno) tog trenutka zaprosi, te se, umesto pret-

²² Ibid.

²³ Ibid.

hodno planiranih mladenaca, napokon venčavaju njih dvoje. Rosi, takođe, otkriva koliko je privlačni Bil, te se i oni zbliže, a Heri, posle jedne prilično sumnjive aluzije da je Dona “prva i poslednja žena koju je ikada voleo”, počinje da razmenjuje poglede s nekim preplanulim mišićavim Grkom, otkrivajući svoje homoseksualno opredeljenje. I sve se završava “hepiendom”.²⁴

Shodno konvencijama žanra, ovu prilično labavo povezanu i ne naročito inventivnu radnju presecaju hitovi grupe *ABBA*, manje-više prikladno ubačeni i tematski uglavnom uslovno povezani sa zbivanjima na sceni. Uvodna a ujedno i završna numera, *I Have a Dream*, apeluje na čovekovu potrebu da sledi sopstvene snove koji će se, onda, možda i ispuniti. Pesa se asocijativno nadovezuje na radnju i ukazuje na Donin težak materijalni položaj (*Money, Money, Money*), ilustruje i komentariše zbivanja (kada Dona, posle toliko godina, odjednom ugleda sva tri muškarca koji su joj toliko značili i zaplače, Tanja i Rosi pevaju *Chiquitita, Why do you cry*) ili pak bodri, ohrabruje i podstiče (*Dancing Queen*). Ponekad zamenjuje dijalog – Sem i Dona zборе stihovima pesme (*SOS; The Winner Takes It All; I Do, I Do, I Do, I Do, I Do*). Štaviše, čini se da rediteljka (Filida Lojd) i scenaristkinja (Ketrin Džonson) nisu uspele da odole šarmu “Abinih” pesama, pa ubacuju, na kraju, i one koje nemaju nikakve veze s radnjom (*Waterloo; Thank You for the Music*).

U ovom filmu trivijalnost radnje nadomeštena je iznenađujuće dobrim glasovnim sposobnostima Meril Strip, koja potpuno baca u senku glavni lik, Sofi. Njen “bend”, *Dona i Dinamosi (Super-Trouper)*, u svom poslednjem nastupu, na Sofinoj zabavi, evocira nostalgiju za prošlošću pesmama koje veličaju brz život, pravo na sreću, lepotu potrage za pravom ljubavlju, uživanje u kratkotrajnim životnim radostima, mitologizujući protekle dane njihove mladosti. Šljašteća, nametljiva, koloritna garderoba “eks-benda” na vremensnom triju, uz retro frizure i naglašenu šminku, ne samo da pojačava komični efekat već je istovremeno i oličenje stereotipa o odevanju muzičara osamdesetih.

U ovoj muzičkoj komediji (kako bi se ovaj film još mogao odrediti) nije posvećena velika pažnja detaljima: sve se zbiva na egzotičnom grčkom ostrvu Kalokiri, gde u pravoslavnoj crkvi venčanje vrši katolički

²⁴ Za potpuniji zaplet v. <http://www.imdb.com/title/tt0795421/synopsis> (sajt posećen 22. 7. 2009)

sveštenik; Dona ne vidi hor ostrvljana²⁵ koji je prati (*Mamma mia*), ali propadne kroz vratanaca na krovu koja je jedan od članova hora ostavio otvorenim i sl, jer realnost, očito, i nije njen cilj.²⁶ No, kao kuriozum, u jednoj od muzičkih numera u filmu se pojavljuje i bivši član grupe *ABBA*, Beni Anderson, kao klavirska pratnja, popravljajući estetski učinak ovim, čini se, nehotičnim ukidanjem granice između sveta filma i sveta njegove publike.

Autori filma, osetivši prednost korišćenja pesama koje su već postale popularne, situirajući ih u nezahtevnu priču i angažujući poznate glumce, učinili su da film bude prijemčiv najširoj publici. Ovo ukazuje i na to da je protejski karakter ovog žanra omogućio da mjuzikl danas postane jedan od najvitalnijih žanrova koji lako može da pronade put do svoje publike, zahvaljujući svojoj amorfnosti i adaptabilnosti. Tada je lako svakome da nađe u njemu upravo ono što traži.

Na kraju, nameće se zaključak da je – i pored svih (prividnih) različitosti u pogledu forme, s jedne strane, mnogolikosti i polifunkcionalnosti filmova u kojima se pojavljuju pesme, i muzičkih filmova, mjuzikla, s druge strane – njihovo genetsko ishodište, najverovatnije, identično. Pisano je o poreklu ovih oblika od muzičke komedije, komične opere i burleske.²⁷ Ali, kao da se zaboravlja da prvobitni sinkretizam igre, muzike, poezije, glume, kostimiranja itd. stoji u osnovama svih ne samo folklornih već i literarno-scenskih formi, a samim tim i filmskih oblika kao njihovih derivata, te s njima ostvaruje dublju genološku i semantičku povezanost. Stoga, nezavisno od kulturnog tipa i istorije žanra, tj. postojeće filmske tradicije u datoj sredini, kao najprirodnija, a samim tim i najbolja, doimaće se ona filmska ostvarenja u kojima su pesme prikladno, primereno i funkcionalno korišćene, odnosno oni filmovi koji ostvaruju neophodno kompoziciono i tematsko jedinstvo između glume i pevanja.

²⁵ Antički hor, u snižavajućem modusu muzičke komedije, ovde je bukvalizovan do grčkog hora.

²⁶ Poređenje dve slične scene iz turskog dokumentarca i ovog filma samo se nameće: dok u "Izgubljenim pesmama Anadolije" pogrbljena vremešna starica (potencijalni izvođač) strpljivo nosi svoje teško breme granja uzbrdo, govoreći snimatelju kako nema nikog mlađeg ko bi je odmenio, stara Grkinja iz filma "Mamma mia" lako baca svoj svežanj granja, živahno pevajući i poskakujući u ritmu pesme *Dancing Queen*.

²⁷ Koljević, N. Op. cit, 475.

BEOGRAD U SAVREMENOM SRPSKOM FILMU: URBANE PRIČE

Apstrakt: Prvi korak u analizi prostora je podela lokalizatora prema kriterijumu: unutra/spolja (dom/ulica). To je ujedno i podela na svoje/tuđe, bezbedno/nebezbedno, kulturno/nekulturno. U filmovima čija se radnja dešava na Novom Beogradu, ova se razlika ukida: ni u kući, ni na ulici, junaci nisu bezbedni; ugroženi na celoj teritoriji, oni kao prijateljski prostor vide deo grada s druge strane reke. Podela na gornji/donji nivo ima uobičajeno značenje: pod zemljom se nalaze negativno markirani prostori, na višim nivoima pozitivno obeleženi lokalizatori. U filmovima o starom Beogradu, podela na unutra/spolja (svoje/tuđe) nekada se vrši prema granici četvrti: unutar dela grada koji doživljavaju kao svoj, protagonisti su zaštićeni. Po značenjskom potencijalu izdvajaju se: obala, mostovi, krovovi. Na krovovima se okupljaju prijatelji iz kraja i formiraju kvazi-porodice. Junake analiziranih filmova vidimo češće u javnim nego u privatnim prostorima. Iz teritorije koja nudi zaštitu u potencijalno opasnu zonu vodi ih želja za kontaktom.

Cljučne reči: unutra/spolja; gornji nivo/donji nivo; lokalizator; prostor; jezik

Key words: Inside/outside; upper level/lower level; location marker; space; language

Sećam se lekcije iz ruskog: devojka se nalazi u nepoznatom kraju i pokušava da pronađe adresu s papira koji nosi. Zaustavlja prolaznike i pita ih za pomoć. Svi su vrlo predusretljivi i objašnjavaju joj kako da dođe do željenog mesta. Čovek srednjih godina joj kaže: "Idite do ugla, tu se nalazi prodavnica auto-delova, skrenite zatim levo i idite do kafane; pređite preko ulice; tamo je restoran; zaobidite restoran i nastavite levo do ugla gde je kafana pod lipama, videćete parking i mali zaključani kafić; tu bi trebalo da se nalazi adresa koju tražite." Starija gospođa: "Prođite sada kroz ovaj pro-

laz, odmah desno je frizerski salon, nastavite pravo ka pijaci; kada prođete prvi ćošak od mesare, skrenite levo; videćete piljarnicu s prljavim izlogom, preko puta tezgi s povrćem ispred mesne zajednice nalazi se ulaz koji vam treba.” Devojčica: “Eno tamo, pored luna-parka ima poslastičarnica i prodavnica igraćaka; malo dalje je parkić; prodite pored ljuđaški; levo je škola, a preko puta zgrada koja vam treba.”

Način na koji koristimo prostor oko sebe, način na koji s njim komuniciramo, puteve koje odabiramo da bismo došli do mesta ka kojima idemo, slike su nas samih. Naš egzistencijalni prostor uređen je prema mapi koju nosimo u sebi. Kada počnemo da se bavimo prostorom u okviru bilo koje discipline koja razmatra ovaj fenomen (jezik, arhitektura, semiologija, proksemika i dr.), prvi korak je primena osnovnog instrumenta analize (na izabrani korpus), opozicije unutra/spolja. To je distinkcija između polja zaštićenosti, čiji je prototip kuća, i prostora na kome smo otvoreni za spoljašnje uticaje, čiji je prototip ulica. Unutarnja topografija, individualna, nekada je značajno drugačija od spoljašnje, fizičke i objektivne, a pri stvaranju apstraktnih geografskih karata i čitanju konkretnih često je posrednik metaforizacija i prevodi neprostorne kategorije u prostor. Tako, ulogu doma može da preuzme grad u kome se osećamo bezbedno, država i šire, a ulogu ulice, sve ono izvan konkretnih ili apstraktnih granica što omeđava teritoriju koju doživljavamo kao prijateljsku. Filmove koje sam koristila za analizu (navedeni u filmografiji) podelila sam u dve grupe: film o Beogradu i beogradski film. Skupovi nisu neporozni, pa film često može da pripada obema grupama, zavisi od tačke s koje ga posmatramo.

Pojeo me blok (1:1)
Film o Beogradu

Deleći fizički prostor na unutra i spolja, dva osnovna pola u analizi koncepta prostora, dobijamo dve suprotstavljene teritorije. Unutar granice koja deli “moje” od “tuđeg”, “mi” smo bezbedni u prijateljskom ambijentu doma. Kada napustimo ovaj prostor, neprijateljske sile prete da nas unište i mi smo u pripravnosti. U filmovima koje sam gledala, Beograd je često podeljen na parcele, čime se uvode novi specijalni krugovi zaštite. Tako se Voždovac (“Kad porastem biću Kengur”) ili blokovi (“Apsolutnih sto”, “1 na 1”,

“Ljubav i drugi zločini”) suprotstavljaju ostatku grada, centru (“Kad porastem biću Kengur”: ubacivši prelepu Iris u taksi koji je odvozi s Voždovca, Braca kao ukopan ostaje na trotoaru bulevara koji ovu opštinu deli sa susednom, kao da će se dezintegrisati ako odstupi korak izvan bezbedne zone) ili starom delu grada kao metaforama za drugi svet (“Ljubav i drugi zločini”: žena u koju je Milutin zaljubljen decenijama živi u staroj kući s baštom; toliko različita od stambenih objekata Novog Beograda, ova kuća simbolizuje teritoriju s drugačijim uređenjem i stanovnicima; “Sutra ujutru”: nesuđenu mladu, izbor načinjen u tuđini, gde granica bloka ne predstavlja granicu jedino prihvatljivog egzistencijalnog prostora, Nele ostavlja pred dvorišnom kućom, antinomom novo-beogradske arhitekture; “1 na 1”: Guru sa setom priča Mačku o poseti gradu iza reke, gde je sve bolje, gde su devojke lepše.). U filmovima o životu u novo-beogradskim naseljima prostor matičnog bloka ne nudi bezbednost. Naprotiv, “svoje” postaje opasno i jedini način da se preživi je izmeštanje, što se ne događa zbog inertnosti, autodestrukcije, sado-mazohističkog odnosa zavisnosti koji junaci ostvaruju s teritorijom, koja stvara i markira njihov identitet.

U filmu “1 na 1”, Zoran Cvijanović, Guru, kao opravdanje ili objašnjenje za to što vreme provodi kao posmatrač života, kaže: “Pojeo me blok”. Novobeogradski blokovi mrve i gutaju nove romantičarske urbane junake. Neizbežan lajtmotiv u ovim filmovima su vertikalni pejzaži mesta. Platna dehumanizovanih stambenih jedinica, kolaži kolektivnog koloristički mučnog doma, daju osećaj skučenosti. Ptica koja krešti u “Ljubavi i drugim zločinima”, metafora je prividno slobodnog subjekta. Ona je prikazana na fonu fasadne trake u koju gleda Milutin kroz rešetke. Njeno je kreštanje izraz Milutinovog bola i on prestaje da priča. Rešetke i zgrada koja blokira vidik govore o zarobljenosti junaka. On je neizlečivo bolestan, zaljubljen, kriv i nemoćan. U istom filmu, Anica Dobra pticu gleda kroz tunel zgrada u perspektivi dok leti preko pravougaonog isečka neba. Taj komad otvorene atmosfere prozor je u novi život. Svoju nestabilnost, poremećenu autolokalizovanost, junakinja pokušava da razreši odlaskom. Pitanje je za koga se spušta stočić u avionu: za nestalu žrtvu društvenih okolnosti (Stanislava) ili za nas. Od početka filma, mi smo vezani za heroinu koja ostaje dosledna. U prvom

kadru, morali smo svoju udobnu vertikalnu poziciju da prilagodimo njenoj osi lica u krupnom planu. Nemoćni da odolimo lepoti, povili smo vratove udesno da bismo je bolje videli. Ona je i kontakt s afilmskim, pa i tako s njom postajemo par. Anica u filmu i u stvarnosti; ona nam šalje poruku: iz grada u kome ima ljubavi na pudove, a niko nije srećan (Čehov), treba otići. U avionu što preleće grad, dok sneg pada na žive i mrtve (Džojs), rekla bih da smo mi pored nje.

Kao gnevni diktator, Novi Beograd kažnjava surovo – Vuk Kostić (“Ljubav i drugi zločini”) je ubijen zato što je ostao, što nije bio dovoljno hrabar da sebi ispuni želju; ili briše razlike – po dolasku u Beograd (Novi Beograd), još istog dana Uliks Fehmiu (“Sutra ujutru”) povređuje nogu: u ovom gradu nema zdravih i tek pristigli putnik mora da bude uklopljen. S ukla-panjem u depresivni ambijent “hendikepiranih”, gde svako nosi svoju bolest, ide i prekodiranje ciljeva. Glavni junak se vraća u domovinu s namerom da se u zagrljaju grada (iz kog je pobegao) i prijatelja (koji su bliski koliko izopačene društvene okolnosti s kraja prethodnog i početka ništa svetlijeg milenijuma dozvoljavaju) oženi, formalno registruje. Na “terenčetu”, simbolu zajedničkog odrastanja u ljubavi i prijateljstvu, okružen zgradama u kojima su porodice “gubile” zidove i primale nove članove, ispao iz kondicije novo-beogradskih igara, Uliks počinje da se menja. Obilazeći toponime dečastva i momaštva, on napušta novi identitet i vraća se u vreme i navike koje još caruju krajem. Mnogo šta se nije promenilo, ipak, pod pret-njom samoubistva, iznad autoputa, dolazi trenutak kada se otkrivaju tajne. Dubina povređenosti istaknuta je građevinskom analogijom: gledajući u otuđene ulične trake što ne vode nikuda, već pored svega prolaze, Bure je u stisku najbližih usamljen, od njih samih isme-
jan. Nakon završene “ekskurzije” po poljima uspome-
na, Nele ponovo u svet polazi neoženjen, potvrđen kao junak našeg doba: neodgovoran, neiskren, sebičan. Ali i nedovoljno dekadentan da bi ostao.

Svetli primeri podrške koju pruža Novi Beograd su retki. Šansu za nov početak dobili su Vuk Kostić (“Apsolutnih sto”) i Milena Dravić (“Izgubljeno – na-
đeno”). Pritisnuta prilikama što preuzimaju kontrolu nad željama i poništavaju ih, Vera, junakinja priče Stefana Arsenijevića, koristi dugačak bulevar u komunikaciji sa zaboravljenim i potisnutim delom sebe. Kao strela prave šine koje se spajaju u perspektivi,

prikaz su oštine njene probuđene volje. Njima ona juri nezaustavljivo i usmereno, pokvarenih kočnica, oslobođena ropstva kontrole. Pravo u naredno prevozno sredstvo, intimnije zadnje sedište službenih kola pored udovca koji veze.

Stari deo grada izgleda miroljubivije. On nudi priliku da se konflikti reše i da se nastavi dalje. Junak filma "Lavirint" dolazi u Beograd posle mnogo godina. Za sobom vuče greške iz mladosti, ali zbog njih ne biva kažnjen, već postavljen u lavirint da reši rebus na dva nivoa: unutrašnjem i spoljašnjem. Lutajući po podzemnim tunelima Kalemegdana, što simbolizuje spuštanje u skrivene delove podsvesti, on nalazi put do istine i spasa, i biva iniciran. S bratom i tek otkrivenom ćerkom, posle mnogih potraga za rešenjem, vidimo ga slobodnog i srećnog u ritualnom kupanju u reci što spira tragove prošlosti. Iako s početka zbunjivan okolnostima, pometen i ugrožen, Pop ostaje u gradu čiji duh ne formiraju samo progonitelji, stvarni ili ekstralokalizovani iz neurotičnog dela junaka ("Šejtanov ratnik"), već i prijatelji, iskreni, privrženi, koji pružaju podršku. Veliku pobedu nad destruktivnim silama izvojevao je ovakav Beograd u filmu "011 Beograd". Mihajlo Lađevac se vraća u grad u kome žive, u izrazito poremećenim, čak nehumanim uslovima, bliski i voljeni, nezaraženi bolestima društva: zavišću, besom i nemarom. Ljubav postoji, jaka je i ne gasi se odlaskom; ni smrt joj ne oduzima snagu.

Važan lokalizator u filmovima su krovovi zgrada. Pozicija koju neko mesto zauzima na vertikali govori nam o njegovom kvalifikativnom potencijalu. Prostore smeštene na gornje nivoe doživljavamo kao prihvatljivije i poželjnije od onih koji su ispod zemlje ili na samoj ulici. Donji nivoi obično se vezuju za delatnosti izvan granica društvene preporučljivosti; oni su negativno markirani. U njima stanuju antijunaci. Životni prostor kriminalne lokalne grupe u filmovima "1 na 1" i "Apsolutnih sto" nalazi se ispod nivoa obavljanja legalnih aktivnosti. I streljana ("Apsolutnih sto") i "Komin klub" ("1 na 1") smešteni su pod zemljom. Time nam je naznačena njihova vrednost. Glavni junaci navedenih filmova ustaju protiv stanovnika ovih prostora i postaju oslobodioci pograničnih lokalizatora. Krovovi objedinjuju novobeogradske i beogradske priče ("Apsolutnih sto", "Ljubav i drugi zločini", "011 Beograd", "Kad porastem biću Kengur", "Munje"). Na samom vrhu vertikalnog propi-

njanja, oni imaju posebnu poziciju; nalaze se s obe strane granice postavljene prema kriterijumu unutra/ spolja. Nude tlo i sigurnost, što je potrebno čoveku da se oseća stabilno, na prostoru koji pripada grupi poželjnih lokalizatora (privatnih polja koja obezbeđuju zaštitu), a pri tom daju slobodu i omogućavaju kontrolu. Na takvom mestu, s pogledom koji se prostire iza masivnih fasada, stvaraju se nove grupe bližnjih. Ukućani krovnih domova članovi su surogat porodica, drugari iz kraja. Junaci su neretko prikazani kao deca bez kuće i roditelja. Odrasli u zemlji koja ne nudi mogućnosti, deleći egzistencijalni prostor s majkama i očevima (uglavnom samo s majkama – “Ljubav i drugi zločini”, ili očevima – “011 Beograd”, “Ljubav i drugi zločini”, dedom – “1 na 1”, bratom – “Apsolutnih sto”), oni, iako dovoljno odrasli, ali finansijski još uvek zavisni, stvaraju kvazi zajednicu s vršnjacima istih životnih navika. Njihov dan rađa se i završava na krovu. Dvojicu mladića iz “Kengura” ni ne vidimo u drugom ambijentu. Bez ograničenja i nadzora, oni vreme provode bludeći po poljima svojih fantazija, slobodni da piju do mile volje ili da uriniraju na prolaznike. U gradu u kome je teško komunicirati, gde se potreba za bliskošću obija o unutarnje zidove straha njegovih žitelja, krovovi nose jasne znake neutažujuće želje za kontaktom. Po njima su, nezavisno od strane reke s koje vire, posađene visoke antene, simboli povezivanja; nekada u bokorima.

Mostovi su još jedan element lica Beograda, semio- loški bogat. Oni povezuju; svojom gornjom površinom, to su translatorne trake namenjene saobraćaju. Donja strana mosta je markirani prostor na kome se odvija nelegalna trgovina i razmena. U filmu “Klopka”, Nebojša Glogovac svoju raskoljnikovsku avanturu započinje u podnožju Brankovog mosta (omiljenog lokaliteta za samoubice, čime nam je signaliziran rasplet). Pritisnut odgovornošću i nemoćan drugačije da reši problem, Mladen uzima novac ostavljen pod mostom, kaparu koja ga vodi u ubistvo i rastrojstvo.

Beograd je naseobina na dve reke, pa je i obala prisutna u filmovima. Posmatrana s antropocentrične pozicije, neizbežne u analizi mnogih fenomena što nas okružuju, obala deli dva sveta: svet kopna na kome se osećamo sigurno, jer je naša egzistencija i naše kretanje prilagođeno ovoj podlozi, i svet za nas potencijalno opasan, u kome se osećamo nesigurno i nezaštićeno. Kao traka koja predstavlja granicu po-

znatog i nepoznatog, tuđeg, obala ima izražen ambivalentni potencijal. Ona je spas posle plovidbe, ali i uvod u neizvesnost i destabilizovanu autolokalizaciju. Požarom izbačen iz pozajmljenog stana, Dejan, junak filma “011 Beograd”, odlazi kod oca i otkriva mu nameru da će napustiti grad. Otac ga izbacuje iz kuće. Na obali reke u sećanju mu odzvanjaju očeve reči: “Nisi više moj sin!”. Odbačen, sada bez ijednog roditelja, bez zaštite, on gleda u vodu, u neizvesnost. Na kraju filma, predomisliši se u vezi s begom u Nemačku, on se vraća u Beograd, na obalu. Ovog puta voda učestvuje u stvaranju prijateljskog ambijenta: iz pitome reke mašu mu Danja i Maja, razlozi njegovog povratka. Negativne konotacije vode učestvuju u stvaranju slike o kvalifikativnoj poziciji prostora u filmu “Apsolutnih sto”. Na reci su nastanjeni predstavnici kriminala. Dragan Petar je prevrtljiv i opasan kao prostor na kome ga zatičemo i u kome strada. Signifikantan je njegov dolazak u goste drugu iz detinjstva. Kao da plavi i kontaminira područja gde vlada iskrena emocija, markirajući stan u novobeogradskom soliteru, on najavljuje propast. Distinkcija između vode i kopna, kao sveta tuđeg i svog, s vrednostima koje ova podela obično nosi, u novobeogradskim blokovima je vrlo bleđa (u streljani i na ulicama srećemo običnog kriminalca, dok na splavu upoznajemo čoveka koji je izdao prijatelja). I na kopnu i na vodi caruju nepravda, zavist, pravo bezobraznijeg i agresivnijeg. Ovde se kvalifikativna razlika pravi prema vertikalnim pozicijama mesta – donji nivoi su negativno markirani: streljana (“Apsolutnih sto”), klubovi/restorani (“1 na 1”, “Apsolutnih sto”, “Ljubav i drugi zločini”); gornji nivoi nose kapacitet za bliskost i zaštitu: stanovi u kojima žive nosioci vrlina (“Apsolutnih sto”, “1 na 1”), krovovi (“011 Beograd”, “Apsolutnih sto”, “Ljubav i drugi zločini”).

Voda ima posebnu funkciju u filmu “Klopka”. Nemanju, dečaka kome je potrebna operacija, prvi put vidimo u bazenu. Prostor u kome ga zatičemo je po sebi rečit. Zaronjen u vodu, okruženje koje konotira neizvesnost i opasnost, za čoveka tuđe i nebezbedno, on se bori za pobedu, u trci i u životu. Još jednom će nam junakova pozicija biti sugerisana na isti način. Bazen se pojavljuje pri kraju filma. Mladen je pronašao ucenjivača i progonitelja i došao je da naplati dug. Dok ga preteći pištoljem sledi do zapuštenog dela kuće, prolazi pored bazena po čijoj je površini preko

vode popadalo lišće. Mutna voda i suvo jesenje lišće ukazuju na sudbinu junaka. Njegova je pozicija nestabilna; rastrojen je zbog počinjenog zločina; krivica je preuzela kontrolu; problem nije rešio, a izgubio je svoj mir i zajednicu. Dok sedi u dvorištu, kamera se “ušunja” u bazen i mi ga vidimo kroz mreškanje prljave vode. Dezintegriran je, “kubistički” razoren i sklop-ljen, izlomljen na delove koji se njišu i stvaraju nestabilan objekat. Znamo da će stradati, voda ga je progutala. I to nije njegovo jedino druženje s vodom. U više navrata, sam ili s Marijom, Mladen se vozi po kiši. U dinamičnom lokalizatoru, kojim obilazi centre na svedenoj mapi grada, izložen pljuskju, on stoji pred pešačkim prelazom dok se na semaforu smenjuju boje. Prenebregao je svoje i opšte moralne zakone; izgubljen u novom identitetu, odsutan, propustiće zeleno svetlo i krenuće na crveno. Kôd koji je delio sa zajednicom više nema smisla: ubio je, prevaren je, krije i laže bliske – svetlo na semaforu simbol je opasnosti i zabrane. Voda iz česme još jedan je znak tragičnog kraja. Opsednuta svojim problemom, pod pritiskom ideje da je kolateralna šteta društva u kome pravo na život imaju samo bogati i sposobni, Marija napušta sudoperu u kojoj je prala sudove, odlazi u dubinu kuhinje i posmatra neugašeni mlaz. Na isti način je odbila da učestvuje u suprugovoj nedoumici, ostavivši ga da se bori sam. Njen centripetalni um blokiran je i ona nema snage da se bavi Mladenovom dilemom ili da promeni tok okolnosti koje ih poplavljuju. Po izvršenom ubistvu, Mladen dolazi kući, ulazi u kupatilo i energično pokušava da opere jaknu na koju je “smestio” zločin. Neuspevši da spere prljavštinu, on glavu stavlja pod mlaz. Voda se obrušava na njega, kao što će i osveta, snimljena iz ekstremnog gornjeg rakursa (što ukazuje na “... moralnu i fizičku ništavnost, bezizlaznost, potištenost, uniženje, na fatalnost i determinisanost objekta.”) u poslednjoj sceni filma.

Govoreći o semiotizovanim realno–teritorijalnim tačkama grada, Jurij Lotman navodi razliku između objekata građenih u centru i onih smeštenih na periferiji. Dok je centar bez boje, periferija je negativno markirana. Tu su okupljene najmanje vredne ili negativno obojene socijalne grupe. Junak pomenutog filma, Mladen, stanuje u najužem jezgru grada, uz važne administrativne i kulturne objekte koji, prema opštim urbanističkim zakonima, naseljavaju centar. Kako lokalni čovekov položaj u prostoru odgovara

njegovoj poziciji na vrednosnoj osi, Mladena, bez obzira na izvršeni zločin, doživljavamo kao pozitivan lik, žrtvu okolnosti. Nasuprot tome, naručilac ubistva i prevarant stanuje na periferiji, čime nam je sugerisana njegova uloga i mesto na komparativno–kvalifikativnoj skali: slabić i nepošten trgovac, on je na samom dnu aksiološke vertikale.

Jezik se u filmovima o Beogradu teritorijalizuje. Nosioci tuđeg jezika postaju nepokretni likovi i simboli određenih lokaliteta. U filmovima “Kad porastem biću Kengur”, “Ljubav i drugi zločini” i “Sedam i po”, vlasnici kioska s roštiljem (“Kad porastem biću Kengur”, “Sedam i po”) i restorana (“Ljubav i drugi zločini”) su došljaci iz Bosne. Inertni starosedeoći, zavidni na njihov uspeh, doživljavaju ih kao neprijatelje. Oni su markirani na različite načine. Vlasnik lokala u “Kenguru” prikazan je kao kulturna i moralna nakaza: zadrigao, s košuljom koja se, više brojeva manja, otvara od debljine, on je vulgaran i prost. Stariji gospodin s bosanskim akcentom u “Ljubavi i drugim zločinima” drži restoran u kome trešti narodna muzika. On je predstavnik ratovima “zalivane” kulturne dekadencije. U filmu “Sedam i po”, Bure je vredan i pošten ugostitelj. Naivan i druželjubiv, od srca deli i svoju sreću i svoj bol. Drugačiji od sredine u kojoj se nastanio, on nosi jasnu prostornu markiranost. Buretov kiosk nalazi se na prašnjavoj čistini, kao izvan naselja. To je usamljen objekat oko koga se uzdižu visoki novo-beogradski neboderi, kao što je i on sam jedini radnik u kraju gde stanovnici nemaju energije ni za pljačku (“Očajanje u lenjosti”).

Strani jezik je metafora za drugi svet, nekada bezbedniji i lepši od onog u kome živimo. Mlada Milutinova ćerka (“Ljubav i drugi zločini”) odbija da govori. Sadržaj koji prima su latinoameričke serije. Kontakt s okolinom uspostavlja preko španske pesme i južnog voća, simbola tuđine. Kao što postoji na granici iracionalnog i stvarnog, ona pliva između života i smrti, sveta poznatog i odbačenog i sveta stranog. U filmu “Šejtanov ratnik”, kontakt između onostranog i zemaljskog, dobra i otelovljenog zla, odvija se preko stranog jezika. Knjiga na čije tekstove se aktiviraju sile koje vladaju drevnim čudovištem, napisana je na latinskom, a čuvar tajne je Zulfikar, govornik arhaičnog jezika i bosanskog akcenta, most između prošlosti i savremenog doba. S obzirom na njegovu viševekovnu biografiju, ne čudi što je smešten u najstariju beogradsku kafanu.

Legalizovana gandža (Munje)
Beogradski film: Samo za upućene

Najvažnije svojstvo jezika je referencijalnost. Jezički znak izdvaja iz stvarnosti neki fenomen i tako stvara uslov za komunikaciju. Delovi teksta ili sami znaci, koji poseduju ovo svojstvo, nose informaciju. Za opštenje bez šumova značajno je da svi učesnici u komunikaciji mogu enkodiranu informaciju pravilno da dekodiraju u poruku i da ponove ovaj luk u obrnutom smeru. Jedan od uslova je i poznavanje sociolekta i idiolekta sagovornika. Proces komunikacije, koji nudi odnos s filmskim tekstom, na prvi pogled je jednosmeran. Stvaralac se preko svog dela obraća recipijentu i ostaje nedodirljiv za komentar. To nosi veliku odgovornost i omogućava izbor. On odlučuje ko će da bude njegova publika i tako pravi selekciju. Opozicija unutra/spolja odvaja publiku u dve grupe. Unutar skupa kome se scenarista i reditelj obraćaju preko glumaca nalaze se govornici istog sociolekta. Jedinice ovog subjezika intralokalizovane su u mentalno polje izabranih, ovde urbanih mladih gledalaca. Izvan granica su markirani korisnici standardnog jezika; za njih su "Munje", "1 na 1", "Kad porastem biću Kengur", hermetični. Beogradski film koristi sleng poznat uskom krugu Beograđana. Ne mora da nam dođe rođak sa sela bilo kojih godina, pa da se referencijalnost ugasi tokom primanja replika: "Ribe su totalni truleks, legalizovana gandža ili daj neko duvanje da se iskuriramo, oće čuka da mi rikne"; u bioskop možemo povesti ujaka ili sestričinu i ishod bi bio isti.

Drugi nivo selekcije, pored jezika, jeste korak koji ne isključuje, već samo osiromašuje čitanje, a to je poznavanje kulturno-političke scene i folkloru urbanog Beograda. Glumac koji igra narkomana u kupatilu ne nosi konotaciju koju ima pojava Svetislava Basare u istoj ulozi ("Munje") ili Teofila Pančića kao obezbeđenja *underground* kluba ("Šejtanov ratnik"), a scena izvikivanja imena želja s krova voždovačkog nebodera ("Kad porastem biću Kengur") pravi kontakt s omiljenim domaćim usmenim žanrom, pa samo upućeni prepoznaju u njoj iskustvo junaka vica sa sestrom i biciklom. Poigravanje s članovima kruga slavni pojačava izabranost, pozitivnu markiranost u okvirima samog filma, čime se pravi generacijska i kulturna diskriminacija: na pojavu Duleta Savića u "Munjama", glavni junaci ostaju sasvim ravnodušni; oni su predstavnici nove *drum 'n' bass* struje i na predstavnike stare (*rock*) ideologije gledaju bez interesova-

nja. Na apstraktnoj kvalifikativnoj vertikali, ako želimo ovu kategoriju da izrazimo koristeći prostornu ikoničnost, nosioci novog stila, Sergej Trifunović i Boris Milivojević, pozicionirani su iznad ostalih junaka.

Jaguar spolja, a unutra Buba (Munje)

Nezavisno od naselja u kome žive i jezika kojim se služe, sami likovi mogu da se posmatraju preko osnovne binarne opozicije. Unutarnji život junaka je vrlo buran. U ispoljavanju emotivnog bića često se dešava “prevod” i njihovo spoljašnje predstavljanje razlikuje se od njihovog unutarnjeg univerzuma. Ugušeni strahovima i potisnutim osećanjima, ranjenog poverenja, oni neretko pribegavaju jeziku destrukcije koji nekada, začudo, dobro razumemo i adekvatno čitamo. Spremajući se za odlazak u inostranstvo, Anica (“Ljubav i drugi zločini”) dolazi u posetu svom bivšem momku. Prijatna je, osmehuje se, raspituje za porodicu, pokazuje interesovanje za njegov poslovni napredak. Deli njegovu radost što je dobio nova kola za svoju auto-školu. On joj pokazuje auto i otvara vrata, Anica seda za volan i pali motor. Na njegovo iznenađenje, devojka vozi unapred, pa u rikverc, udarajući o prepreke i spreda i pozadi. Jasno postaje i nama i njemu koliki joj je bol naneo. Kada je izašla iz slupanih kola bez branika, on joj se izvinio, verovatno prvi put. Mirnoća koju gledamo i snaga bola koju osećamo da vlada celim njenim bićem, prikazi su dva prostora u sukobu: unutrašnjeg i spoljašnjeg, stihijskog i kontrolisanog. Braca je zaljubljen u prelepu Iris (“Kad porastem biću Kengur”) i celokupan tok njegovih misli posvećen je izlasku s njom. Nesiguran i povučen u posledice ekonomske zavisnosti, njima ograničen, dok u njemu bukti strast, on primećuje za sebe: “moj život konačno kreće napolje”. Ipak, raskol između unutrašnjih želja i spoljašnjih okolnosti koji osujećuje planirani razvoj susreta, studenta montaže dovodi do rastrojstva (nervni slom je dijagnoza koju sâm uspostavlja). Mladen i Jelena (“Klopka”) su se upoznali u parku. Njihova deca se zajedno igraju i idu u istu školu. Da bi došao do novca, Mladen ubija Jeleninog muža i Isidorinog oca. To je tajna koju niko ne saznaje i koja ga izjeda iznutra. Mladen pravi društvo Isidori kada majka zakasni po nju i pomaže im kada udovica, očajna zbog tragedije, popije više sedativa. U trenucima bola, on je slušalac i spasilac. Oborena na krevet Mladenovom pričom, Jelena ga zau-

stavlja na vratima izjavom: “Mislila sam, ako sam sreća nekog ko je dobar, onda si to ti, baš ti!”. Sudar dve suprotne slike posle Mladenove ispovesti nisu kontakt istine i laži, već slika različitih prostora koje imamo u sebi, od kojih često neke čuvamo i ne puštamo napolje.

* * *

Gledajući filmove o Beogradu, pokušala sam da saznam nešto o gradu (i njegovim žiteljima) putem izbora lokalizatora koji ga reprezentuju na platnu. Kao da im je nezgodno u svojoj koži, junaci su retko u domovima. Stan je centar normalnog prebivališta, pa je skromno prisustvo intimnih prostora likova indikativno. Trake opisane njihovim kretanjem i grupacija centara koje obilaze, ukazuju na nemir. Njihova su boravišta mesta za javnu upotrebu: ulice, klubovi, krovovi. Vidimo ih češće na groblju, u crkvi, školi (“Šejtanov ratnik”), bioskopu (“Kad porastem biću Kengur”), teretani (“Sedam i po”), solarijumu (“Ljubav i drugi zločini”), tuđim stanovima nego kod kuće. Mislim da je odgovor na pitanje šta likove iz beogradskih priča vuče ka mestima koja u tradicionalnoj podeli prostora na svoje/tuđe, tako bezbedno/nebezbedno predstavljaju potencijalno opasne zone: potraga za kontaktom. Zato završavam epilogom iz filma “Sedam i po”: U gradu koji nas jede (“1 na 1”), u kome nikada neće biti bolje (“011 Beograd”), posle iskustva s ljubavlju prema novcu, sebi, hrani, vlasti, okupiće nas ljubav čoveka prema čoveku. Ni u smrti, ni u oporavku, nećemo ostati sami.

Filmografija:

- “Munje”: Radivoje Andrić, 2001;
- “Apsolutnih sto”: Srdan Golubović, 2001;
- “1 na 1”: Mladen Matičević, 2002;
- “011 Beograd”: Michael Pfeifenberger, 2002;
- “Lavirint”: Miroslav Lekić, 2002;
- “Kad porastem biću Kengur”: Radivoje Andrić, 2004;
- “Šejtanov ratnik”: Stevan Filipović, 2005;
- “Sedam i po”: Miroslav Momčilović, 2005;
- “Sutra ujutru”: Oleg Novković, 2006;
- “Klopka”: Srdan Golubović, 2007;
- “Izgubljeno – nađeno”: Jednog popodneva iznenada: Stefan Arsenijević, 2008;
- “Ljubav i drugi zločini”: Stefan Arsenijević, 2008.

POZORIŠTE U MEDIJSKOM KONTEKSTU

Apstrakt: *U ovom radu bavim se istraživanjem pozicije, funkcije i strukture savremenog pozorišta u okolnostima dominacije masovnih medija, odnosno ogromnog uticaja medija na život savremenog čoveka. Polazišta za analize su tekstovi savremenih, postdramskih autora koji smatraju da pozorište, da bi išlo u korak s vremenom, mora da preispita svoju tradicionalnu funkciju, kao i strukturu, te da je prilagodi novom, drugačijem, medijskom kontekstu. Ovim radom istražujem sociološke i kulturološke teorije o poziciji i funkciji tehnologije u savremenom društvu, kao i teorije o izvođenju u kontekstu medijskog društva. Cilj je ispitivanje razloga rušenja tradicionalne dramske strukture u radu postdramskih autora, odnosno njihove potrebe za pronalaženjem novog pozorišnog jezika.*

Ključne reči: *postdramsko pozorište, teatralizacija društva, tehnologija u društvu, tehnologija u izvođenju, masovni mediji*

Key words: *Postdramatic theatre, theatralization of society, technology and society, technology in performance, mass media*

Od 80-ih godina 20. veka mnogi scenski umetnici u svom radu vrlo ozbiljno upotrebljavaju nove tehnologije, ne samo kao sredstvo za stvaranje iluzije već kao mogućnost dopunjavanja informacija i kreiranja konceptualno i formalno provokativnih dela (Laurie Anderson, John Jesurun, *Wooster Group, Forced Entertainment, La Gaia Scienza, Falso Movimento...*). Odrasli na popularnoj kulturi, stalnom televizijskom programu, filmovima "B produkcije", pop muzici, oni

u svojoj scenskoj praksi na različite načine reflektuju sveprožimajući uticaj masovnih medija i tehnologije. Elektronski mediji i tehnologija danas su elementarno uključeni u savremeno pozorište, dramsko i postdramsko, u različitim oblicima – kao inspiracija autorima, kao ilustracija ili dopuna radnje – a često su vrlo dominantni, konstitutivni u predstavama, i u tom slučaju je njihov značaj posebno podsticajan za istraživanje.

Tokom 80-ih godina 20. veka počelo je šire i globalnije rasprostranjivanje uticaja novih tehnologija, što je iniciralo početak postepenog menjanja načina života, strukture radnog i slobodnog vremena. U 90-im godinama, kompjuterske tehnologije su umetnicima postale mnogo pristupačnije, što je dovelo do većeg porasta aktivnosti digitalnog izvođenja. To je sve u vezi s “digitalnom revolucijom”, koju je proizvelo masovno uvođenje lako priuštivog “hardvera” i *user friendly* “softvera”, digitalnih kamera, kućnih PC-jeva i ustanovljavanje *World Wide Weba*. Masovni mediji, elektronski i digitalni, danas su potpuno integrisani s modernim društvom koje je, zapravo, definisano u okvirima medijske mreže. Analizirajući posledice razvoja novih tehnologija u savremenom društvu, Rolend Lorimer ističe da mediji igraju ključnu ulogu u svim modernim društvima: “Globalno elektronsko selo preoblikuje naše okruženje, proširuje naša znanja i preoblikuje naš stav prema vlastitim, lokalnim okruženjima.”¹ U tom smislu, Entoni Gidens smatra da postoje ozbiljni, objektivni razlozi koji govore u prilog uverenju da živimo u periodu velike istorijske tranzicije, pri čemu promene, čiji smo svedoci, nisu geografski ograničene već su sveobuhvatne.² U svetu koji se globalizuje, u kojem se informacije i slike rutinski prenose širom planete, ističe Gidens, svi smo u stalnom kontaktu s drugima koji razmišljaju na drugi način i žive drugačije od nas: “Trenutna elektronska komunikacija ne predstavlja samo način da se vesti ili informacije prenose na brži način. Njeno postojanje menja samo tkanje naših života... Ako je moguće da nam lik Nelsona Mandele bude poznatiji od lica prvog suseda, onda se nešto promenilo u prirodi našeg svakodnevnog iskustva.”³

¹ Rolend Lorimer, *Masovne komunikacije*, Clio, Beograd 1998, 19.

² Entoni Gidens, *Odbegli svet*, Stubovi kulture, Beograd 2005, 29.

³ Ibidem, 38.

Imajući u vidu ovo globalno umrežavanje putem masovnih medija, Tim Ečels (Tim Etchells), reditelj u izvođačkoj grupi *Forced Entertainment*, 80-ih godina je, objašnjavajući koncept njihovog rada, naveo da je forma njihovih predstava jasna i prepoznatljiva svakom ko je rastao uz uključen TV prijemnik, imajući u vidu da je gusta medijska mreža baza naše globalizovane svakodnevice: "Filmsko–televizijska kultura je unela novine u savremene scenske tokove obezbeđujući kolekciju žanrovskih narativa koje umetnik može da podržava ili da im oponira. U repozicioniranju narativa, slika i dizajna iz filmske i TV kulture, savremeni scenski rad pokušava da se obrati promenama u podsvesti koje su izazvane promenama kulturnih obrazaca, imajući u vidu Vendersovu misao da je 'Amerika kolonizovala našu podsvest'."⁴

U istraživanju uticaja novih tehnologija na savremenog čoveka, Ečelsa posebno zanimaju načini na koje ga tehnologija menja, od njegovog tela, razmišljanja, navika. Ečels navodi reprezentativan opis jednog dana života njegovog poznanika preko interneta koji je, dok je hodao niz hodnik metro stanice, videvši na kraju svoje putanje neki ulaz, počeo da razmišlja: "Kada bih samo dva puta kliknuo na ta vrata, mogao bih da saznam gde ona vode."⁵ A kada mu je ta misao došla, njegova ruka se pomerila u potrazi za mišem koji treba da klikne.⁶ Ukratko, nakon godina "klikova", raznih "interfejsa", "intertekstova" i *downloadova*, realnost spoljnog sveta počinje zaista da izgleda drugačije. Maršal Makluan (Marshall McLuhan) je pisao da tehnologija ne menja samo svet već i naša tela u njemu, a Ečels se nadovezuje na tu misao i opisuje uticaj televizije na rad grupe *Forced Entertainment*: "Mislim da je TV zaista bio u našoj krvi. A kao svaka krv, morate da živite s njom, da je gubite, čistite, testirate. Nemate mnogo izbora sa svojom krvlju, ali uvek morate da budete s njom. Ne vredi pozorište koje se time ne bavi."⁷

⁴ Tim Etchells, "Diverse Assembly: Some Trends In Recent Performance", u: *Contemporary British Theatre*, priredio Theodore Shank, Macmillan Press Ltd, London 1994, 110.

⁵ Tim Etchells, *Certain Fragments*, Routledge, London 1999, 96.

⁶ Ibidem.

⁷ Ibidem.

Uzimajući, dakle, u obzir ovaj niz promena globalnog kulturnog konteksta, Ečels smatra da bi pozorište trebalo nekako da odgovori na te promene: “Ako ove nove okolnosti, kao i milion drugih, ne promene pozorište, ono neće preživeti i mene za to nije briga. Ne mislim na promenu pozorišta u pogledu sadržaja – npr. svake godine pričam s tri ili četiri osobe koje hoće da napišu dramu o virtuelnoj realnosti (mislim, zaista, zašto bi to neko uradio?). I ne mislim da pozorište po svaku cenu treba da ‘prigrli’ nove tehnologije i da ih postavi na scenu... Mislim da ono treba da ispita i predstavi načine na koje je tehnologija – od telefona, vokmena, pa nadalje – promenila i menja naša tela, menja naše razumevanje drame i mesta na kojem se ona izvodi, menja naš odnos prema kulturi, naše razumevanje *prisustva*. Na primer, danas više nije jednostavna ni inicijalna premisa pozorišta – glumac pred publikom – koja više ne može da postoji bez razumevanja složenosti pojma ‘glumac’ ili ‘ispred’.”⁸

I reditelj Robert Lepaž (Robert Lepage), koji je u velikoj meri eksperimentisao s novim tehnologijama u pozorištu, sličnog je mišljenja; on smatra da je promena strukture pozorišnog jezika neophodna, zato što se promenilo okruženje, odnosno, promenile su se navike publike: “Danas se suočavamo s publikom koja zna šta je ‘fleš-bek’ i ‘fleš-forward’, koja dobro poznaje dramu, koja je upoznata s različitim narativnim formama, zahvaljujući filmu i televiziji. Pozorište mora da ide u korak s takvim činjenicama i da ih koristi na teatralan način. Bojim se da gledamo previše pozorišnih predstava koje su utemeljene samo na realizmu.”⁹

Dakle, u savremenom društvu, tako značajno definisanom prisutnošću elektronskih medija, tradicionalna pozicija i funkcija drame i pozorišta neminovno se menjaju, zato što je publika promenila svoj odnos prema pozorištu i drami. Tradicionalno, aristotelovski definisano pozorište nema više onaj ritualni, sociološki značaj kakav je imao u premodernim društvima. O tome je pisao Rejmond Vilijams (Raymond Williams) u eseju “Drama u dramatizovanom dru-

⁸ Ibidem, 97.

⁹ Robert Lepage, “RL in Discussion”, u: *The Twentieth-Century Performance Reader*, priredili: Michael Huxley i Noel Witts, 2nd edition, Routledge, London and New York 2003, 281.

štvu” (*Drama in A Dramatized Society*): “Nikada ranije nismo toliko glumili ili gledali druge kako glume... U našem veku, u bioskopu, na radiju i na televiziji, dramska publika trpi kvalitativnu promenu... To znači da po prvi put u istoriji veći deo populacije ima redovan i stalan pristup drami, i to ne samo tokom posebnih prilika i svečanosti. Ali, ono što je stvarno novo – to je činjenica da je drama, na neke nove načine, ugrađena u ritmove svakodnevnog života. Postalo je normalno da samo na televiziji gledaoci – i to bitna većina populacije – dnevno gledaju tri sata različitih drama. I ne samo nekih određenih dana već skoro svaki dan... A specifične konvencije različitih dramatizacija koje gledamo – nisu apstraktne. One su duboko ugrađene u sve naše odnose. Mi putem njih vidimo i znamo.”¹⁰

Takođe, analizirajući uticaj elektronskih medija, odnosno promene koje njihova prisutnost indukuje, i Baz Keršo (Baz Kershaw) smatra da dolazi do potrebe za redefinisanjem forme pozorišne umetnosti, jer se pojam teatarskog širi: “Masmedizacija društva rasejava pojam *teatarskog* tako što uključuje performans u svakodnevni život – svaki put kada se uključimo u neki od medija, suočeni smo s predstavljačkim stilovima jednog performativnog sveta – i u tom procesu ideološki smisao performansa postaje drugačiji. Dalje, globalizacija komunikacije predstavlja život drugih kultura performativno, kao što sve šire područje ljudskog identiteta postaje predmet gledaočevog pogleda; tako su društvene i političke posledice užasnih kriza, kao što je patnja Somalaca koji umiru od gladi ili rat u Bosni, apsorbovane u elektronskom spektaklu.”¹¹

I Hans-Tis Leman (Hans-Thies Lehmann) smatra da je kraj “Gutenbergove galaksije”, metaforički rečeno, doneo promene u načinu opažanja koje su ključne za sukcesivnu promenu pozicije i funkcije teatra. Simultano i multiperspektivno opažanje zamenjuje linearno i sukcesivno, a pozorište, kao i književnost, dobija

¹⁰ Raymond Williams, “Drama In A Dramatized Society” (1983), u: *The Routledge Reader In Politics And Performance*, priredili: Lizbeth Goodmann i Jane de Gay, Routledge, London and New York 2000, 55–56.

¹¹ Baz Kershaw, *The Radical In Performance*, Routledge, London and New York 1999, 6.

status manjinske prakse. Pozorište više nije masovni medij. Ističući tu činjenicu, Leman dodaje da je smešno kada je ljubitelji/branitelji pozorišta grčevito negiraju, odnosno da treba upravo na njoj graditi relevantno savremeno pozorište: “Nove tehnologije i mediji s iznenadnim kvantnim skokovima postaju sve ’nematerijalniji’... Kazalište je, naprotiv, u osobitoj meri obilježeno ’materijalnošću komunikacije’... No, ta već gotovo zastarjela institucija ipak još iznenađujuće stabilno nalazi svoje mesto u društvu i susjedstvu tehnički naprednijih medija. Kazalište očito ispunjava neku funkciju koja je povezana baš s njegovim ’manama’.”¹²

Uticaj masovnih elektronskih medija u postindustrijskim društvima nesporno je izmenio tradicionalan položaj pozorišta, kao i navike gledalaca, nudeći im nove obrasce razmišljanja. Zato, nova generacija pozorišnih stvaralaca negira tradicionalnu, linearnu strukturu teatra, nastojeći da pronađe nove teatarske forme koje adekvatnije odgovaraju na izazove koje postavlja masmedijska stvarnost. Svakodnevna recepcija televizijskih i filmskih, kao i internet predstava, karakterističnih po kratkoj formi informacija i njihovim brzim smenjivanjem, ali i interaktivnošću, navikla je gledaoce da razmišljaju drugačije. Tako je za pozorišne praktičare, koji žele da idu u korak s vremenom i promenama u društvu, ovo postao veliki izazov i podsticaj da na odgovarajući način reaguju, pa i da budu protivteža bezgraničnoj medijskoj zavodljivosti. Složena multimedijalna postdramska praksa u savremenom pozorištu motiviše i preusmerava gledaoca na to da promeni svoj način opažanja pozorišta i društva u okolnostima masmedijskog okruženja.

*Teatralizacija društva i potreba
za redefinisanjem strukture teatra*

U situaciji neprestanog kretanja informacija, pozicioniranje očiglednih ili relativno realnih informacija, putem teksta ili radnje, postalo je ključno u stvaranju forme, kao i značenja umetničkog dela. Lorimer piše, parafrazirajući Martina Eslina, da je pojavom televizije dramatizacija postala preovlađujuća forma ar-

¹² Hans-Thies Lehmann, *Postdramsko kazalište*, CDU i TKH, Zagreb i Beograd 2004, 16.

gumentacije ili prezentacije činjenica, dok je teatralnost zauzela mesto razumne analize.¹³ I Ričard Šekner (Richard Schechner) ovo opšte stanje društvene teatralizacije smatra veoma važnim zbog širenja pojma teatarskog koji, konsekventno, prema Šekneru, traži redefinisavanje same strukture pozorišne umetnosti. Šekner smatra da je svest o tome da su društvene i dramske uloge zaista međusobno blisko povezane, jedan od najznačajnijih aspekata razvoja savremene pozorišne teorije i prakse: “Ovaj razvoj pomogli su i filmovi i televizija – film zato što predstavlja dramsku radnju na lokaciji, kao u ‘realnom životu’, a televizija zato što navodno unosi ‘realan život’ vesti u dnevnu sobu. Televizijske vesti su prava predstava, ne samo zbog očigledne montaže sirovog materijala koji treba da se uklopi u formu videa, posebno zbog potrebe da se proda vreme u određenim jedinicama (bazirano na tome koliko je moguće držati pažnju prosečnog gledaoca), već i zato što su ‘medijski događaji’ vrste događaja stvorene za televiziju. Mnogi događaji pozorišta gerile, teroristički aktovi, kidnapovanja, ubistva i ulične demonstracije – da ne spominjemo banalnije događaje, kao što su konferencije za štampu, posvećivanje javnih zgrada, parade – sve je teatralizovano zbog ugadanja televizijskoj formi. Ideja je da se preko televizije ‘stigne’ do velikih masa.”¹⁴

Rezultat ove opšte teatralizacije društva jeste potreba za preispitivanjem strukture pozorišta, granica teatralizacije, odnosa između igranog i realnog, koje postaju primarne teme savremenog, postdramskog pozorišta. Mnogi autori, kao što su: *Forced Entertainment*, *Wooster Group*, *Gob Squad*, *Gledališće Glej*, *Rene Poleš* i drugi, smatraju da je neophodno problematizovati i analizirati relaciju između realnog i virtualnog, autentičnog i teatralizovanog. Ričard Šekner govori o tome da ambivalentnost postaje glavna karakteristika pozorišta od 1960. godine, u smislu razmatranja da li se neki događaj “zaista dešava”, kao i u pogledu ukidanja granica između kategorija izvođačkih umetnosti: “Televizija je omogućila da se teatralizuje iskustvo, putem montaže najintimnijih i najstrašnijih događaja u okviru ‘vesti’, tako da publika

¹³ Lorimer, op. cit, 20.

¹⁴ Richard Schechner, *Performance Theory*, Routledge, New York 2003, 123.

ne vidi ništa čudno u dopunskoj aktuelizaciji umetnosti. Granice između 'umetnosti' i 'života' zamagljene su i propustljive. Kada ljudi gledaju ekstremne događaje znajući da se oni: 1) 'zaista' dešavaju i da su 2) montirani tako da su dramatičniji i pikantniji, adekvatniji za uklapanje u format 'šou-tajma', ali takođe znajući i da im je 3) kao posmatračima uskraćena mogućnost intervencije – odnosno da su pretvoreni u publiku u formalnom smislu – reakcija besa brzo se gubi u paralizi i očajanju, ili u indiferentnosti... Televizija nije dvosmerni komunikacijski sistem, kao što je to pozorište. Neki ljudi na to reaguju tako što stvaraju i/ili uživaju u umetnosti koja je još više 'realna', uvodeći u estetiku intervencije i *feedback* koji je pak isključen iz svakodnevnog života. Zato, više nije neobično da se publika direktno uključi u priču, bilo u pozorištu bilo u performansu, da se insceniraju realni susreti između ljudi... To su pokušaji da se povrati balans između informacija – koje danas preplavljaju ljude – i akcije, koja danas sve manje i manje ima neku svrhu."¹⁵

Tehnologija u društvu – za ili protiv

Problem odnosa tehnologije i društva, odnosno uticaja novih medija i tehnologija na globalne društvene strukture je tenzično, kompleksno, disperzivno, konfliktno polje diskusije. Brojni teoretičari društva, kulture, medija, politike, ekonomije itd, različito vide ovaj odnos. Pristupi se kreću od krajnje pesimističkih stavova prema uplitanju tehnologije u društveni život, do euforičnog prihvatanja novih medija. Pesimisti, poput Žaka Elila (Jacques Ellul), Džordža Granta (George Grant), Herberta Šilera (Herbert Siler) i drugih, smatraju da tehnološki napredak zahteva visoku cenu, da povlači nepredvidljive efekte, da stavlja u pokret moćne sile, da homogenizuje, da ugrožava osobenost društava, da podržava ekonomsku i političku dominaciju velikih sila, kao što su SAD, odnosno da stvara jaz između SAD-a i drugih država.¹⁶ Žan Bodrijar (Jean Baudrillard), oštar kritičar savremenih, globalizovanih, postindustrijskih društava, uticaj tehnologije doživljava krajnje pesimistički, čak nihilistički, u okvirima svojih teorija o simulakrumima i

¹⁵ Ibidem, 194–195.

¹⁶ Videti Lorimera, op. cit, 197–198.

simulacijama: “Naša iluzija o svrhovitosti tehnike kao širenja čoveka i njegove moći, subjektivna iluzija tehnike, dostigla je vrhunac. Danas je, međutim, taj princip poražen sopstvenim širenjem, virtualnošću koja ne zna za kočnice, koja prestupa zakone fizike i metafizike. To je logika sistema koja, odvučavši sistem izvan njega samog, menja njegova određenja. Stvari su u isti mah došle i do paroksističkog i do parodijskog stupnja... Sve su naše tehnologije, dakle, samo oruđe sveta za koji mislimo da je pod našom kontrolom, dok zapravo on vrši pritisak na nas preko te aparature čiji smo mi tek operatori. I tu, dakle, imamo jednu objektivnu iluziju, sličnu onoj u medijskoj sferi...”¹⁷ Makluan je u modernim tehnologijama video ‘proširenje čoveka’, ali bi njih pre trebalo videti kao ‘prognavanje čoveka.’”¹⁸

Pol Virilio, u knjizi “Informatička bomba”, takođe izražava negativan sud o uticaju tehnologije, odnosno o opštoj medijaciji koja je, po njemu, drastično teatralizovala svakodnevni život: “Brodolomi, iskakanja iz šina, eksplozije, dezintegracije, zagađivanje, efekat staklene bašte, kisele kiše... U tim vremenima odvrćanja, uspeći smo nekako da se naviknemo na naš novi košmar i, zahvaljujući naročito *televiziji uživo*, duga agonija planete za nas je isto što i tok porodičnih serija. Dostigavši tako visok nivo *mirnog izumiranja* (*soft sideration*), mi smo se jednostavno zadovoljili da beležimo udarce, da brojimo nesrećne žrtve naših naučnih razočaranja, naših tehničkih i industrijskih lutanja.”¹⁹ Virilio smatra da distanca, kritička svest prema ovoj medijatizovanosti – teatralizaciji društva – izostaje, da je svaka kritika tehnike skoro nestala i da je društvo nesvesno kliznulo iz čiste tehnologije u tehnokulturu i, najzad, u dogmatizam *totalitarne tehnokulture*. Tu je, prema Viriliju, svako upao u zamku, ne više društva, njegovih zakona ili zabrana, moralnih, socijalnih, kulturnih, nego upravo onog što su ti vekovi progressa učinili od nas, *od našeg vlastitog tela*: “Pokušaj da se industrijalizuju živa bića postupcima *biotehnologije*, kao što je to slučaj sa poluzvaničnim projektom da se proizvode standardizovane jedinke, jeste pokušaj da se *od kraja napravi preduzeće*,

¹⁷ Žan Bodrijar, *Savršen zločin*, Circulus, Beograd 1998, 84.

¹⁸ Ibidem, 46.

¹⁹ Pol Virilio, *Informatička bomba*, Svetovi, Novi Sad 2000, 39.

prometejska fabrika. *Genetski* duh preuzima štafetu od atomskog, da bi pronašao sopstvenu bombu. Period zvani 'postmoderna' nije više u tolikoj meri proizvod prevazilaženja industrijskog moderniteta, koliko period iznenadne *industrijalizacije kraja* sveobuhvatne globalizacije štete uzrokovane progresom."²⁰

Nasuprot Viriliju, niz teoretičara tretira tehnologiju vrlo apologetski. U studiji "Uvod u mediologiju", Režis Debre (Regis Debray) zauzima tu poziciju, nedvosmisleno odbrambeni stav prema tehnologiji, svestan da je u tome "autsajder" i da mu se može desiti da bude optužen za nastojanje da rehabilituje tehniku u vremenu kada potcenjivanje i prezir prema tehnici predstavljaju sastavni deo kulturnog nasleđa, više u rimokatoličkim nego u protestantskim zemljama: "Uticaj našeg mentaliteta je tako veliki da potcenjivanje tehnike (nasleđeno od predaka) opstaje uprkos svim uspesima, a ugled politike (nasleđen od Grka) opstaje uprkos svim razočarenjima..."²¹ U osnovi naše filozofske tradicije nalazi se suprotnost tehnika – kultura koju teško možemo prihvatiti kao takvu. Zar sam pojam *medijafere* ne predstavlja primer ukrštanja tehničkih činilaca s kulturnim vrednostima? Trebalo bi, ipak, da postanemo svesni te klasične antiteze pre nego što je dovedemo u pitanje. Kako možemo da odbacimo utvrđene okvire razvrstavanja a da izbegnemo kulturni nihilizam koji želi da porekne ono što je očigledno... S paleontološke tačke gledišta, tehnički čin je izvor svih ostalih. Ako se složimo s Leroa-Guaranom da antropogeneza jeste tehnogeneza, sve počinje tehničkim činom."²² Debre negira tezu idealističkog humanizma da je čovek bio i ostao mera svih stvari, a naročito sebe samog. Njegovo polazište nalazi se na suprotnoj strani: čovek se ne nalazi u središtu *procesa očovečenja*, koji je pre dva ili tri miliona godina započeo na našoj planeti i koji još uvek traje (danas više nego ikada, usled neprestanog ubrzavanja). Debre smatra da se pomoću motora decentralizuju (i od nas otuđuju) naše ruke i noge, a pomoću računara naš mozak, da se tako čovek izgrađuje i raste: *Nastajanje čoveka je bilo i ostalo neljudski proces*. "Da bismo sprečili da postane zaista *ne-čovečan*

²⁰ Ibidem, 137–138.

²¹ Režis Debre, *Uvod u mediologiju*, Clio, Beograd 2000, 67.

²² Ibidem, 68.

(neprestanim inovacijama) i da se posredstvom tehnologije ne bi još više uvećavao jaz među ljudima (samo 2% svetske populacije priključeno je na “Mrežu”), počecemo sa priznanjem, posle tri hiljade godina pravoverja, da *ništa nije čovečnije od tehnike*. Čini nam se da je samo pod tim uslovom, takvim preobraćenjem (metafizike svesti u fiziku okruženja) moguće *ne-ljudski proces očovečenja učiniti čovečnijim*.²³

I Alfin Tofler (Alvin Toffler) je, u kapitalnoj studiji “Šok budućnosti”, bez dilema stao u red apologeta tehnologije: “Tehnološki napredak ne možemo i ne smemo zaustaviti. Samo romantične budale mogu da trabunjaju o ‘povratku prirodi’. Povratak prirodi znači rahitičnu decu, decu koja umiru zbog nedostatka osnovne lekarske nege, idiotizam usled slabe ishrane, život ‘bedan, ružan, okrutan i kratak’, kako nas podseća Hobs. Odreći se tehnologije bilo bi ne samo glupo već i nemoralno... Onima koji blebeću protiv tehnologije u ime sumnjivih ‘ljudskih vrednosti’, treba postaviti pitanje ‘kojih ljudskih vrednosti?’”.²⁴

Ipak, treba izbegavati jednostrane pristupe, krajnje nihilističke, koje predstavljaju Bodrijar ili Virilio, kao i one suprotne, afirmativne bez rezerve, koje zastupaju Debre ili Tofler, u korist kombinovanja perspektiva u analizama. Takvo polazište pri evaluaciji uloge tehnike u životu savremenog čoveka, kritičko, sveobuhvatno, promišljeno, iznosi Daglas Kelner, autor studije “Medijska kultura”. On tu postavlja i razmatra tezu da nove medijske i kompjuterske tehnologije predstavljaju mač s dve oštrice, odnosno da su njihovi efekti protivurečni: “S jedne strane, medijske tehnologije pružaju široku paletu izbora, veću mogućnost kulturne autonomije i više prostora za drugačije oblike kulture i nove ideje. Pa ipak, kompjuterska tehnologija istovremeno stvara i nove oblike posmatranja i kontrole, u kojima elektronski sistemi video nadzora na radnim mestima predstavljaju neku vrstu savremene inkarnacije “Velikog Brata”. Savremene medijske tehnologije takođe stvaraju moćne oblike društvene kontrole, uz pomoć efikasnijih, suptilnijih tehnika indoktrinacije i manipulacije. Zapravo, i samo njihovo postojanje može da iscrpi političku ener-

²³ Ibidem, 253–254.

²⁴ Alvin Toffler, *Šok budućnosti*, Grmeč, Beograd 1997, 339.

giju i dovede do toga da ljudi ostaju potpuno zatvoreni u svom kućnom svetu zabave, daleko od razuzdane gomile i središta političke akcije.”²⁵

Kelner se, dakle, distancira od “jadikovki” bodrijarovskog tipa (kako ih definiše Linda Hačion /Linda Hutcheon/), smatrajući da se odnos gledaoca i televizije mora kompleksnije i obuhvatnije razumeti, jer različita publika gleda televiziju na različite načine. Za jedne, televizija zaista nije ništa više od rasparčanog kolaža slika. Ipak, Kelner s pravom smatra da je preterano tvrditi da sama mašinerija televizije neprekidno razara smisao i svodi sva značenja na plitki, jednodimenzionalni hiperprostor, bez dubine, efekata ili smisla: “Tvrdim da je veliki deo postmodernističkih analiza kulture isuviše jednostran i ograničen, i usredsređen isključivo na formu ili isključivo na imidž, ili se pak u potpunosti odriče analize medijske kulture, u korist grandioznih totalističkih metafora (crna rupa, implozija, kultura otpada itd). Umesto toga, bolje je istovremeno analizirati i formu i sadržaj, imidž i naraciju, i postmodernističku površinu i dublju ideološku problematiku, u okviru konteksta specifičnih vežbi koje objašnjavaju polisemičku prirodu slika i teksta, i koje uključuju i mogućnost višestrukog kodiranja i dekodiranja.”²⁶

Tehnologija u izvođenju – za ili protiv

Analogno postojanju dijametralno suprotnih pristupa i teorija o uticaju tehnologije na društveni život, postoje različita mišljenja i teorijski pristupi problemu upotrebe novih medija i tehnologija u teatru, odnosno u vrednovanju živog, neposrednog izvođenja u vremenu opšte društvene medijacije i teatralizacije. Dakle, diskursi o statusu živog izvođenja danas su prilično brojni i različiti, a prisutni su u teorijama Suzan Zontag (Susan Sontag), Majkla Kirbija (Michael Kirby), Patrise Pavis (Patrice Pavis), Metjua Koseja (Matthew Causey), Johanesa Biringera (Johannes Birringer), Pegi Felan (Peggy Phelan), Filipa Auslandera (Philip Auslander) i drugih.

²⁵ Douglas Kelner, *Medijska kultura*, Clio, Beograd 2004, 26–27.

²⁶ Ibidem, 393.

Problem živog izvođenja jeste teoretsko polje obeleženo sukobima, tenzijama, protivurečnostima. Uključivanjem filma u pozorište, pre jednog veka, ova problematika postala je posebno relevantna i kontinuirana u svom razvoju, no, ona ima i svoju vrlo dugačku predistoriju. Još se Aristotel u “Poetici” bavio pitanjima uključivanja tehnike u predstavu, pri čemu je smatrao da je taj aspekt izvođenja najmanje bitan: “Naposletku, pozorišni aparat pruža nam, doduše, zabavu, ali je taj elemenat najmanje umetnički i najmanje bitan za pesničku umetnost. Jer, tragedija vrši uticaj i bez javnoga prikazivanja i bez glumaca.”²⁷ Mnogo vekova kasnije, jakobinski dramski pisac Ben Džonson (Ben Johnson) vrlo oštro se bunio i borio protiv spektakularnog dizajna Iniga Džonsa (Inigo Jones) koji je, kako je Džonson smatrao, ugrožavao tekst. Slična argumentacija opstaje i danas, kada se, na primer, komercijalno, brodvejsko pozorište često optužuje za klonuće pred skupim *high-tech* trikovima koji guše idejnu suštinu pozorišta. Aspekt spektakularnosti tehnologije u teatru samo je jedna od funkcija upotrebe novih tehnologija u pozorištu. Problem je mnogo širi, dublji, kompleksniji.

U studiji “Živost” (*Liveness*), Filip Auslander [Philip Auslander] se vrlo studiozno i kritički bavi teoretskim istraživanjem statusa živog izvođenja danas, u vremenu opšte medijacije i teatralizacije društva, što je u određenoj meri analogno pristupu Dagleasa Kelnera, koji, u domenu teorije kulture, problemu prilazi dijalektički. Auslander negira postojanje binarnih opozicija – medijatizovano vs. živo iskustvo, što je česta postavka u teorijama izvođenja. On smatra da je kontaminaciju živog danas nemoguće izbeći, da živo izvođenje danas ne može da bude nezavisno od medijatizovanog predstavljanja.²⁸ Za Auslandera je digitalno primarna paradigma, u okviru koje postoji i živo izvođenje. Drugim rečima, on smatra da je danas nemoguće posmatrati bilo šta izvan okvira digitalne paradigme. Zauzimajući suprotno polazište od, na primer, Suzan Zontag, koja je film i pozorište postavila na suprotne polove, Auslander smatra da živo izvo-

²⁷ Aristotel, *O pesničkoj umetnosti*, Zavod za izdavanje udžbenika, Beograd 1966, 15.

²⁸ Philip Auslander, *Liveness (Performance In A Mediatized Culture)*, Routledge, London and New York 1999, 39–40.

đenje može da bude vrsta masovnog medija (primer za to su rok koncerti). Dakle, živo i medijatizovano izvođenje nisu na suprotnim stranama, prema Auslanderu, zato što je i živo izvođenje, u nekom aspektu, postalo medijatizovano.²⁹

Auslanderovi stavovi su u direktnoj opoziciji s razmatranjima Pegi Felan, koja zastupa stav da su aktuelnost i neposrednost teatra njegove ogromne prednosti, karakteristike koje treba da sačuvaju pozorište i da ga nedvosmisleno zadrže.³⁰ Felan ovom problemu pristupa blisko Bartovom (Roland Barthes) poetskom, fenomenološkom polazištu, humanistički, pa i emotivno. Ona, kako ističe Stiv Dikson (Steve Dixon), vidi pozorište kao sirotog Davida koji se bori protiv Gollijata masovnih medija i tehnološkog kapitalizma, za razliku od Auslandera, kome je blisko Benjaminovo (Walter Benjamin) skeptično, naučničko polazište.³¹ Felan, dakle, smatra da je nezavisnost živog izvođenja od masovne reprodukcije, tehnološki, ekonomski i lingvistički njegova najveća snaga: “Jedini život pozorišta je u sadašnjosti. Predstava se ne može sačuvati, snimiti, dokumentovati ili na neki drugi način uključiti u kruženje reprodukcija: kada dođe do toga, ona postaje nešto drugo, nije više predstava. Kada predstava pokuša da uđe u ekonomiju reprodukcije, ona izdaje i negira obećanje svoje ontologije. Esencija, biće predstave, kao ontologija subjektivnosti, o kojoj sam ovde govorila, nastaje kroz njeno nestajanje.”³²

Nasuprot ovome, Auslander sumnja u postojanje jasnih ontoloških distinkcija između živih i medijatizovanih formi: “Iako moj inicijalni argument deluje na taj način da smatram da zaista postoje takve distinkcije, ipak mislim da to nije slučaj (nasuprot Eriku Bogosijanu /Eric Bogosian/ i Pegi Felan, na primer).”³³ Auslander smatra da nije tačno da živo izvođenje funkcioniše kao prostor kulturnog i ideološkog

²⁹ Ibidem, 5.

³⁰ Videti: Peggy Phelan, *Unmarked: The Politics Of Performance*, Routledge, Florence 1993, poglavlje “The Ontology Of Performance: representation without reproduction”, 146–166.

³¹ Steve Dixon, *Digital Performance (A History Of New Media In Theater, Dance, Performance Art, And Installation)*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts and London 2007, 123.

³² Phelan, op. cit, 146.

³³ Auslander, op. cit, 7.

otpora, kao što misle Bogosijan ili Felan, zato što živo izvođenje nije ekonomski nezavisno od medijizovanih formi, nije imuno na kontaminaciju medijima, niti je ontološki drugačije od medijizovanog izvođenja.³⁴

Analogno pesimističkoj struji tehno teorije, koju predvode Bodrijar, Virilo, Kroker i drugi, diskutujući o digitalnoj realnosti kao o virusu u društvu, mnogi teoretičari izvođenja raspravljaju o medijima kao o kanceru u okvirima pozorišta. To je slučaj s razmišljanjima Pegi Felan, ali i Patrise Pavis [Patrice Pavis], Suzan Zontag i drugih. U knjizi “Pozorište na raskršću kulture” (*Theatre At The Crossroads Of Culture*), Pavis naglašava razliku u prirodi pozorišta i novih medija: “Pokazaću suprotnosti između pozorišta i medija. Pozorište teži ka simplifikaciji, minimalizaciji, fundamentalnoj redukciji, do direktne razmene između glumca i gledaoca. Mediji pak teže ka komplikovanju i falsifikovanju, zahvaljujući tehnološkom razvoju; oni su, po svojoj prirodi, otvoreni ka maksimalnim multiplikacijama.”³⁵ Auslander vidi Pavisov stav o *kontaminaciji* pozorišta kao vrlo problematičan, kao deo diskursa definisanog na osnovu binarnih opozicija koje on negira: “Ova vrsta analiza prečesto dobija prizvuke melodramatičnosti, u kojoj je čednost živog izvođenja ugrožena, napadnuta i kontaminirana od podmuklog Drugog, s kojim je u stalnoj borbi na život i smrt. Iz ovog ugla, kada se živo izvođenje jednom preda medijaciji, ono gubi svoj ontološki integritet.”³⁶

Slično Benjaminu, Pavis takođe ističe da živo izvođenje ne može da izbegne socioekonomsko-tehnološki uticaj okolnosti koje određuje doba tehničke reprodukcije. Drugim rečima, on smatra da je pozorište nemoguće posmatrati izvan ili nasuprot medijskog konteksta: “S jedne strane, učinili bismo pozorištu štetu ako bismo ga vrednovali nasuprot medijima koji imaju bazu u tehnološkoj infrastrukturi, a koju pozorište nema; u isto vreme bismo ugrozili njegovu specifičnost. S druge strane, pozorišna praksa se lako kreće po drugim poljima, koristeći video, televiziju, snimke zvukova u predstavi, ili odgovarajući na po-

³⁴ Ibidem, 7.

³⁵ Patrice Pavis, *Theatre At The Crossroads Of Culture*, Routledge, Florence 1991, 98.

³⁶ Auslander, op. cit, 41–42.

trebe televizije, filma ili videa koji ga reprodukuju, ili služe za arhivsko čuvanje. Razmene između pozorišta i medija toliko su česte i toliko različite da bi trebalo da beležimo celu mrežu uticaja i međusobnog mešanja. Nema smisla definisati pozorište kao 'čistu umetnost' ili uspostavljati pozorišnu teoriju koja ne uzima u obzir medijske prakse koje se graniče i često prodiru u savremenu scensku praksu."³⁷

Postdramsko pozorište se, s jedne strane, svakako, odupire hegemonističkim masovnim medijima, ali istovremeno, u okviru toga, s druge strane problematizuje tu opštu medijalizovanost; ne negira je, ne pravi se da ona ne postoji. Ignorisanje medija i medijskog uticaja podrazumeva sužavanje ili ukidanje značenja. Tehnologija je, nesporno, transformisala ili bar destabilizovala ideju živog izvođenja, prisustva, realnog. Savremeno, postdramsko pozorište ima te činjenice u vidu, suočava se s datom realnošću, preispituje svoju poziciju u okvirima te realnosti. U protivnom, ono bi izgubilo složenost, relevantnost, samosvest. Kao umetnost koja je živa, aktuelna, neposredna, teatar mora da bude neprestano "svestan" vremena kojem pripada. A sveprisutnost medija i medijskih uticaja nezaobilazna je stvarnost koja temeljno definiše savremeni društveni pejzaž.

³⁷ Pavice, op. cit, 96.

ZORAN JEVTIĆ

UDK 316.77
32.019.51:654.19

PRIVIDI PLURALIZMA U GLOBALNIM MASMEDIJSKIM PEĆINAMA*

Apstrakt: *Ako je u antičkom polisu Platona brinulo to što se građani samodovoljno oslanjaju na sopstvena uverenja o vrlinama, ne tragajući za znanjem, današnjeg žitelja globalnog pseudopolisa opčinjavaju simulirane informacije, slike i uverenja koja nezamislivim bujanjem kreiraju društvenu svest. U senci masmedijskih pećina uočavaju se obrisi transformisane demokratije, koja je sve izloženija silovitim naletima megakorporativnih interesa, dominantnih geopolitičkih uticaja, kulturnog determinizma i redefinisanoj verskog fundamentalizma. Usamljenom pojedincu na "agori" sve je teže da formira i sačuva sopstveno mišljenje, ideje i vrednosti, jer nabusita, osiona i konfekcijski uniformisana armija tehnološki perfektnih komunikacionih alatki, proizvođači zaglušujući huk bajke o ravnopravnosti, miru i multikulturalizmu, prikriva sve češće sukobe kultura i civilizacija. Programski tipiziranom društvu kao da nedostaje potreba za unutrašnjim kritičkim preispitivanjem, jer živeći usred plime dolazećih i odlazećih komunikacionih poruka, vizija novog poretka se "spinuje". Infoprostor je pokriven globalnom mrežom informacija i podataka, dok čin razmene simboličkih sadržaja od čoveka preuzimaju mašine! Umesto renesanse ideja nudi se renesansa tehnologija, koju vešti upravljači globalnim kormilom koriste za usmeravanje Svetske barke ka hridinama nečega što bi se moglo nazvati pseudopolisom. Sloboda izražavanja medija je kiseonik otvorenog, javnog komuniciranja, stub demokratskih građevina, ali problem je u činjenici što čuvari informacionih kapija i dalje stražare, ovoga puta pred "sajber" prostorima. Istorija je pokazala da se u sličnim procesima uvek znaju imena gubitnika, dok se za onim drugima uvek duže traga i manje zna.*

Ključne reči: *mediapolis, informacija, prividi, manipulacija, kontrola, mediokratija*

Key words: *media-polis, information, manipulation, control, media-reign*

Brojni teoretičari, naučnici, istraživači, javne ličnosti, ali i usamljeni pojedinci, govoreći i pišući o pojavama

* Rad je finansiralo Ministarstvo nauke Republike Srbije u okviru projekta 149.006 D.

globalizacije, mondijalizacije ili tzv. “novog svetskog poretka”, često ističu neizbežnu ulogu masmedija i intelektualaca koji, svojim činjenjem ili nečinjenjem, pristajanjem ili ćutanjem, svesno ili ne, doprinose promeni vrednosnog kôda i rađanja agresivno militantnog diskursa društvene moći. Mediji se sve više bave nadgledanjem i kontrolom sredine, interpretacijom, ali i proizvodnjom stvarnosti, nivelisanjem funkcionisanja društvenih podsistema, kao i očuvanjem kulturne tradicije. Ličnosti, partije, programi ili procesi postaju društveno vidljivi samo ako su evidentirani u masmedijskim sadržajima, što znači da im komunikacionu moć dodeljuju kontrolori informativnih programa. Bliskost pojedinaca sve više zavisi od bliskosti simboličkih sadržaja jer prilagođenost informacionih podataka, vrednosti i normi kreira novu kolektivističku atmosferu, s izmenjenim identitetima.

Novo doba¹ donelo nam je izmenjenu paradigmu etike i estetike u svim sferama življenja, redefinisani sistem vrednosti u kojem tradicionalne vrline, ljubav ka sopstvenom narodu, religiji, tradiciji, istoriji i kulturi odlaze u zapećak, povlačeći se pred naletima drskih, često samoproглаšenih dobošara novog poretka, navodnih “intelektualaca”, “eksperata” ili tzv. “analitičara”. Praktično, pred našim očima odvija se tiho restrukturiranje društvenih sistema i ostvarivanje hipostazirane vizije globalnog nadsistema zasnovanog na instrumentalizovanim, poslušnim i bezličnim pojedincima spremnim da zarad mrvica hedonističkih zadovoljstava prihvate dominaciju privilegovane elite koja stvara i diktira nova međunarodna pravila. Društveni, ideološki i kulturni kodovi stapaju se u jedan, masmedijski kôd, koji je konstruisan kao proizvod arkanskih centara moći. Masovna kultura i komuniciranje, tako, postaju instrumenti konfekcijski standardizovanih modela navika i ponašanja, zasnovanih na medijskim slikama i (dez)informacijama. Pitanja društvene odgovornosti, opšteg dobra ili javnih interesa ostaju na marginama naučne pažnje, bez adekvatnog teorijskog okvira koji bi ugradio moderne tehnologije i njihov uticaj u redefinisanu kritičku teoriju medija.

¹ Hronološki obrt u masmedijskoj sferi geopolitički koincidira s rušenjem Berlinskog zida krajem devedesetih godina prošlog veka, ali i s pojavom interneta, mobilnih telefona i sličnih tehnoloških alatki.

Još s Platonom², filozofija je ukazala na moć stvaranja umnih konstrukcija na osnovu slika koje doživljavamo vizuelnom percepcijom, što su novi mediji usavršili do perfektnosti. Usmeravanje masovne pažnje najlakše je televizijom, koja kao “Trojanski konj” ulazi u domove brojnih porodica, nesvesnih da s uključanjem daljinskog upravljača stiže i filtrirano mišljenje o životu koji ih okružuje. Biološki ograničen čovek vremenom se tehnološki “produžio”, “osposobio” da na osnovu *medijskih privida* stvara društvene obrasce bitne za socijabilne odnose³. Samo tako moguće je da organizovana bogata manjina vlada neorganizovanom siromašnom većinom, stvarajući niz veštačkih institucija koje imaju zadatak simuliranje demokracije. Svaki pokušaj kritičkog osporavanja “kraja istorije”⁴ unapred se kvalifikuje “retrogradnim”, a njegovi zagovornici medijski sputavaju, pa čak i socijalno ekskomuniciraju. Hegelov dijalektički koncept prostora i vremena⁵ danas je prevaziđen, jer slike koje stižu do globalnog auditorijuma satelitskim signalima, kablovima ili digitalnim mrežama, pretvaraju planetarnu zajednicu u megapolis. *Sada i ovde* prepliću se u novinarskoj svakodnevnici, jer biti prvi znači imati visok “rejting”, što omogućava dalju komercijalnu nadmoć⁶. Više nije bitna količina emitovanih poruka, već količina efekata nastalih u auditorijumu. Otuda poplave “crnih hronika“, “žutih informacija“, teroristi-

² Na kraju VI knjige “Države”, Platon *bivstvuje* deli na ono *što se može videti okom* i ono *što se može misliti* (šta razabire um).

³ Ovaj fenomen posebno je razmatran u: Čalović, D. (2008): “Kiborgizacija vs. evolucija”, Tradicionalna estetska kultura: telo i odevanje (ur. Žunić, D.), Centar za naučna istraživanja SANU, Univerzitet u Nišu.

⁴ Pojam američkog futurologa i teoretičara političkih nauka Frensis Fukujame, koji je u istoimenoj knjizi (1992) trijumfalno objavio pobjedu kapitalizma na svetskoj političkoj sceni, da bi se nekoliko godina kasnije korigovao.

⁵ Prvo predanjem nasleđeno, opširno izlaganje vulgarnog razumevanja vremena nalazi se u Aristotelovoj “Fizici”, dok Hegel, istražujući uzajamnost relacije linija – površina, prvi ističe *punktnost*, zaključujući kroz negaciju negacije da se vekovni duh pojavljuje u vremenu, dok prostoru pripadaju ideje prirode (prema Hajdegeru, 490–496, 2007).

⁶ Za televizijske mreže u SAD-u, povećanje ili smanjenje gledanosti za jedan posto znači promenu u marketinškom prihodu od preko sto miliona dolara godišnje. Kao što je Grant Tinker, nekadašnji prvi čovek NBC-a primetio, televizija je “medij koji podupire marketing, a emisije će se menjati u meri u kojoj će postojati opasnost da potpora nestane” (Čomski, 2004: 177).

čkih akcija uoči početaka TV dnevnika, direktnog prenosa konferencija za štampu, novinarskih izveštaja tempiranih baš u vreme političko-propagandnih aktivnosti državnih funkcionera i sl. Elektronske predstave sve više zamenjuju istinu; umesto kritičkog promišljanja zbilje, stvara se pasivno stado dezorijentisanih individua, dok kormilo daljeg razvoja preuzimaju korporativne metaelite čiji je prvenstveni interes ostvarivanje basnoslovnih profita, bez obzira na civilizacijsku cenu.

Čovek danas sve manje čita, a sve više gleda;⁷ sve više veruje, a sve manje sumnja; sve više čuti, a sve manje komunicira. Televizija, kompjuter, *on line* – novine, mobilni telefoni i drugi moderni uređaji sve više se međusobno dopunjuju. Tako, mediji pokušavaju da nam zamene biblioteke, roditelje, profesore, sveštenike, čitanje, pisanje i druga znanja i iskustva, razvijajući nove sposobnosti koje utiču i na političko-sociološke procese. Ljudska pažnja sve više se usmerava ka masmedijskim ceremonijama i obredima koji publiku zaslepljuju proizvodnjom novih odnosa moći. Receptijski paket sve je bogatiji, jer pojedinac uključen u globalno informaciono društvo raspolaže stotinama TV i radio programa, dnevnih novina, nedeljnika, “blogova” i drugih izdanja. Medijsko komuniciranje preobražava, jer prevazilazi puko vizuelno i verbalno značenje, kako ga mnogi naivno shvataju. Ekranizovane slike materijalizuju apstraktne ideje, što u globalnoj epohi znači da prenošenjem, oblikovanjem i difuzijom simbola transformišemo duh auditorijuma. Kopernikanski obrt ogleda se u neograničenoj vidljivosti običnog pojedinca koji, postajući junak “realitija” ili sličnih šoua, postaje idol kojeg drugi oponašaju. Izolovani, otuđeni pojedinci, zaključani u sopstvenom hramu iluzija, informacija i opsena, izloženi neprekidnom dejstvu slika koje reprodukuju život, lako postaju plen medijskih lihvara. Obrazloženja po

⁷ Podaci dobijeni empirijskim istraživanjem *Medium Galupa* i Fakulteta za kulturu i medije Megatrend univerziteta o dnevnoj ekonomiji vremena građana Srbije starijih od 12 godina, pokazali su da prosečan građanin krajem 2008. godine 32% ukupnog dnevnog vremena provede u spavanju, 30% posveti svakodnevnim poslovima i obavezama, 19% provede u praćenju medija, 9% ima za slobodno vreme, a 11% provede u aktivnostima i stanjima koja ne mogu da se razvrstaju ni u jednu od pomenutih grupa. Televizija odnosi 55% ukupnog vremena posvećenog medijima, radio 24%, internet 11 odsto i štampa devet odsto!

kojima je čovek ostao gospodar svoje svesti, jer sam bira koje će informacione pakete konzumirati, samo su delimično tačna. U mnoštvu obilja, teško se uočava da je mnogo istog (npr. na raspolaganju imate kablovsku mrežu sa stotinak programa, ali stvarno gledate samo nekoliko), pa se među medijima uveliko odvija bitka za pažnju recipijenata. Moćne komunikacione industrije raspolažu kvalitetnijom digitalizovanom opremom, obrazovanim kadrovima, širim mogućnostima za distribuciju estetizovanih i profesionalno perfekcionistačkih slika, što kao posledicu proizvodi novi komunikacioni monopol. Za razliku od antičke demokratije, u kojoj se “gladovalo” za informacijama, u “globalnom selu” se u njima gušimo, ali običnom građaninu nikada nije bilo teže da spozna šta je istina.

Svaka država, politička partija ili dominantna elita prikrivaju moć svog uticaja; ona je sofisticirana, ali evidentna. Vlast i korporacijski izvori redovni su i sigurni izvori informacija, ali se to ne objavljuje da bi se sačuvalo lažni oreol objektivnosti. Ilustrujemo to konkretnim primerom: *Ministarstvo vazduhoplovstva SAD-a objavilo je da obim njihovog javnog informisanja uključuje: 140 novina, 34 radijske stanice i 17 TV stanica, 615.000 vesti, 6.600 intervjua, 3.200 konferencija za štampu, 50 sastanaka s urednicima i oko 11.000 govora za građane*⁸. Ovo je samo jedno ministarstvo, saberite i ostala! Vlast i korporativne elite postaju proizvođači informacija koje pod naletom transformisanog žurnalizma brane privilegovani položaj. Na taj način, one imenuju čuvare informacionih kapija, ignorišući, ućutkujući ili čineći nevidljivim one koji im se suprotstavljaju. Pretnjama i nagradama, “štapom i šargarepom“, oni kanališu javno mnjenje, forsirajući svoje stavove, poglede, programe, ideje. Umesto mislećih ljudi, koji čine kreativni kapacitet, stvara se pasivni, podanički auditorijum spreman da ropski prihvati duhovno nasilje koje se jeftino rasprodaje u svim žanrovskim oblicima. Globalnim medijskim mrežama love se duše i svest opčinjene publike koja, zavedena sofisticiranim slikama seksa, senzacija i smrti, neselektivno i neoprezno prima medijativne snove koji im se kroz ekranizovane spektakle nude

⁸ United States Air Force, “Fact Sheet: The United States Air Force Information Program”; “News Realises: 600,000 in a Year”, *Air Force Times*, 28. IV 1980.

u neograničenim količinama⁹. Države se razgrađuju elektronskim fantazijama, dirigovanim rekama informacija koje, vešto pripremane i selektovane, menjaju konvencionalni pristup, nudeći lepo upakovane i dizajnirane privide. U političkom životu preokret se ispoljava u novoj raspodeli uloga, pri čemu vlade kontrolišu infrastrukturni rast, dok korporativni kapital upravlja preraspodelom radne snage. Demokratija je pred ozbiljnim izazovima jer opredeljujući se pod utiskom žurnalističkih konstrukata, koji im se obilato nude na medijskoj trpezi, građani ostaju gladni istine o složenosti sveta u kojem obitavaju. “Zadah” simulacije skoro da se i ne oseća, pošto se veštim manipulacijama pogledi usmeravaju ka elitama, prikrivajući dubinu problema. Globalni procesi ne dozvoljavaju slabim i “nedemokratskim” državama da same vode svoju politiku, jer njihova nestabilnost proizvodi posledice po globalni sistem, zbog čega dolazi do niza “plišanih revolucija” i posledičnih promena. Broj konflikata sve je veći, ali globalna javnost zna samo za one koje su masmediji prikazali. Otuda ključ novog vremena postaje kontrola medijskih sadržaja, jer potrošački razmažene mase sopstveni informacioni prostor grade konzumirajući vesti i slike koje su im najbliže, najprihvatljivije i najpristupačnije. Ako smo nekada bili željni pravih informacija, kako bismo doneli pravedne odluke, danas smo u suprotnoj poziciji: ušuškani u toplini domova, okruženi hiperobiljem masmedijskih alatki, teško da ćemo u informacionoj “mećavi” pronaći najvrednije.¹⁰

Od Platonovih senki do privida TV istine

Temeljni uslov za spoznaju bivstvjućeg jeste razumevanje informacija koje su otkrivene našim čulima.

⁹ U prvom filmu o Džonu Rambu (1982, Teda Kočefa) direktno je ubijen samo jedan čovek, u drugom ih je već bilo 69, “Rambo III” prikazao je 132 mrtve osobe, a najnoviji, četvrti deo (2008), kao posledicu Rambovih akcija ima 236 leševa! Samo u jednoj minuti najnovijeg filma ubijeno je 2,59 ljudi, dok je u prvom delu u istom intervalu ubijen 0,01 čovek! Pokolj, masakr, likvidacija, eksplicitno nasilje, nema granice, a više krvi publiku čini zadovoljnijom, tvrdi Džon Miler, novinar “Los Andeles Tajmsa”.

¹⁰ U svojim istraživanjima, Peter Ateslander došao je do zaključka da *gledalac konzumira* uvek jednu istu količinu informacija, zbog čega je sve teže u mogućnosti da savlada *plimu događaja i činjenica* kojim nas mediji svakog trenutka obasipaju (u: “Svet kao fantom i matrica: filozofska razmatranja o radiju i televiziji”, Ginter, A. Prometej, Novi Sad, 1996).

Nimalo slučajno, Platon, koristeći parabolu o pećini, kroz igru senki na zidu objašnjava svet spoznaje njenih stanovnika. Deo njih, fizički sputan, s pogledom usmerenim ka zidu (ondašnjem ekranu, prim. autora), vidi samo senke koje proističu od retkih zrakova svetla koji dopiru unutra ili predmeta koje drugi stanovnici pronose. Slike koje upijaju svojim očima za njih predstavljaju realni svet, a sve koji bi pokazali skepticizam ili želju za drugačijim pogledom proglašavaju smešnim, ludim, opasnim po zajednicu. U “pećini sveznanja”, ljudski razum se povlači pred navalentnošću privida, dok obilje “senki” kreira lažnu matricu stvarnosti. Razlika između znanja i verovanja krije se u mogućnosti logičkog objašnjenja, ali u slučajevima degenerisane komunikacije istina ostaje po strani. Uostalom, Aristotel svedoči kako se državni poreci menjaju nasiljem i obmanama demagoga,¹¹ koji svoje medije (govor) koriste kako bi nagovorili ljude da ih *od svoje volje puste da se njima vlada* (1988: 165). U polisima, manipulacija je bila ograničena veštinama i znanjem besednika, koji su, na agorama, trgovima i sličnim mestima javnih okupljanja, vodili relativno ravnopravnu bitku sa svojim protivkandidatima. Persuazivnost se krila u nadahnutim govorima, moć je ležala u okrilju prisutne publike, a snaga je otkrivala veličinu ličnosti. Sve je bilo prirodno i označeno, te je građanin mogao da bude samo čovek koji razumevanjem sudeluje u javnom životu. Propaganda i zavođenje lukavo su se kamuflirali u “niske” rečenice, ali su prisutni mogli sami da odluče da li im treba verovati. To znači, informisani i slobodni ljudi stvarali su demokratsko društvo sa savetodavnom i sudskom vlašću!

Filozofija, sociologija, politikologija, komunikologija, pravo, psihologija, umetnost, etika, estetika i druge društvene nauke dobijaju, zato, odgovoran zadatak multidisciplinarnе analize informacione zajednice. Brzina promena u kojima i sami učestvujemo oduzima dah, a planetarno širenje neoliberalnog poretka u direktnoj je zavisnosti od razvoja komunikacijske mreže. Još od kasnih šezdesetih godina prošlog veka i postavljanja prvih satelita iznad Zemlje, počeo je enormni rast difuznih kanala koji je, kasnijim uspostavljanjem digitalne mreže i interneta, istinski sveo planetu na “globalno selo”¹².

¹¹ U antičkom društvu, demagog je vođa naroda, dok danas ovaj pojam ima pejorativno značenje.

¹² Pojam Maršala Makluana vremenom je istrošen od upotrebe, ali i dalje odlično objašnjava ideju o ponovnom *ujedinjenju sveta u jedno pleme!*

Kvantitet ne znači i kvalitet informacija, jer mnoštvo masmedijskih proizvođača ne znači i pluralizam sadržaja! *Devedeset posto međunarodnih vesti koje objavljuje svetska štampa potiče od četiri velike zapadne agencije. To su Junajted Pres Internešenel (UPI), Asošijeted Pres (AP), Rojter (Reuter) i Ažans Frans Pres (AFP). Dve su američke, jedna britanska i jedna francuska. Njima još pomažu i transnacionalni giganti: od Merdoka, preko Tajm Vornera, do CNN-a. Skoro svi su američki. Najveća novinska agencija (UPI) finansira se 80% od američkih novina.* (Pilger, 1992: 217). Altašalovo pravilo da ko plaća orkestar bira i muziku, odlično se vidi na sledećem primeru: *jedno istraživanje iz sredine osamdesetih otkrilo je da UPI posvećuje 71% reportaža baš Sjedinjenim Državama; 9,6% Evropi; 5,9% Aziji; 3,2% Južnoj Americi; 3% Bliskom istoku i 1,8% Africi* (Kvin, 2000: 312).

Mentalna zagađenost upotrebom globalnih medija istinski pretil kritičkoj javnosti, koja se pred silovitim naletima bahatih, elektronsko-digitalnih “dobošara” postepeno povlači, shvatajući da novu stvarnost definišu oni koji vladaju, a ne oni koji je razumeju! Pomodnost, poniznost i podaništvo čine trijadu pseudointelektualaca, koji kombinujući egoizam, samoljublje, narcisoidnost i političku slavu, zaslepljeni reflektorima javne pažnje, zaboravljaju na odgovornost prema sopstvenim građanima i biračkom telu. Zaklanjajući se paravanom brige za ljudsku egzistenciju, prava i slobode, promovišu kamuflirani intervencionizam sile u svim sferama ljudskog delanja, rušeći sopstvene države, nacionalni suverenitet, religiju i porodicu. Raskalašni i moralni relativizam širi se globusom, klimatske promene najavljuju katastrofu, broj verskih sekti, fundamentalista i kontroverznih nevladinih organizacija je u porastu, dok siromaštvo i glad prete većini ljudi; rak, sida, ptičji, svinjski i slični virusom izazvani gripovi i druge laboratorijske bolesti postepeno proređuju stanovništvo, dok statističari evidentiraju sve veći broj ubistava i samoubistava, silovanja, trgovine ljudima, baš kao i rast žrtava droge koja je sve jeftinija i dostupnija.

Društvena istorija medija¹³ odavno ukazuje na dijalektičku povezanost namera, strategija i taktika onih koji komuniciraju (subjekata) i sadržaja, odnosno

¹³ Ovo je i naslov knjige Asa Brigsa i Pitera Berka kojim se opisuje proces njihovog nastajanja, od Gutenberga do interneta, izdavač je Clio, Beograd, 2008.

efekata (uticaja) na one ka kojima se sadržaji komunikacije distribuiraju (objekata). Unutar čovekove zajednice, mediji su od iskona pratili elita: od totema i dimnih signala u indijanskim plemenima, tam-tam bubnjeva u džunglama ili doboša u srednjovekovnim tvrđavama, preko oglasnih tabli i plakata u gradovima, do satelitskih mreža i savremenih digitalnih tvrđava u globalnim prostorima. “Ključari” komunikacionih puteva uvek su držali vlast u svojim sredinama, što znači da su indirektno upravljali i ostalim oblicima moći, jer na javnost utiču samo događaji koji joj se prezentuju. Hegel je još u “Fenomenologiji duha” tumačio: *Pošto je um sav realitet u značenju apstraktnog svojatanja, a ono što je drugo jeste za nj nešto ravnodušno tuđe, to je u nj postavljeno upravo ono znanje uma o nečem drugome, koje se javlja kao mnjenje, kao opažanje i kao onaj razum koji shvata ono što je zamišljeno i ono što je opaženo* (1986: 146). Zbog toga se uvek čuvao monopol nad saznanjem, jer je najopasniji od svih! Tehnološko ubrzanje izvelo je prenos s napisane na izgovorenu reč, s knjige i štampe na telefon i radio, s fotografije i filma na televiziju i internet. Tek s novim funkcijama i karakteristikama koje sobom nose masovna sredstva komunikacije, informacije vrše invaziju u privatnu sferu građana, doprinoseći neslućenom rastu formalnog obrazovanja.

Posedovanje informacija više nije i uslov njihovog kvalitetnog korišćenja, što znači da u dobu medijske implozije¹⁴ globalna zajednica postaje opterećena viškom podataka, od kojih su mnogi nepouzdati i nepotpuni. U Platonovo i Sokratovo vreme, biblioteke su obično bile smeštane po raskošnim građevinama značajnih gabarita, jer je to bio jedini način da se hiljade rukopisa na pergamentima i svicima smeste na police i sačuvaju za nove učenike. Danas se većina dokumenata i medijskih sadržaja skladišti na digitalnim medijima¹⁵, čime komunikacija dobija na masov-

¹⁴ *Danas se odvija implozija, sažimanje, zgušnjavanje društva i njegovih funkcija, zasnovano na elektronskim opštlima*, tvrdio je još pre nekoliko decenija Maršal Makluan (1971: 18).

¹⁵ *Na primer, poslovni dokumenti (80% svih novih papirnatih dokumenata), fotografije (95% filmovanih dokumenata) i video-trake (20% podataka uskladištenih magnetnim zapisom)*. Prema proceni Hala Verijana, čovečanstvo u toku samo jedne godine proizvede oko jednog egzabita podataka, što je otprilike bilion, odnosno 1.000.000.000.000 knjiga, ili oko 200 knjiga po glavi stanovnika na čitavoj planeti (podaci preuzeti s *Vartan's heroic – and entertaining – study*, dostupne na much-info/summary.html).

nosti, jednoobraznosti, neprekidnosti i jednostavnosti. Međutim, čovek bombardovan gustim rojevima informacija sve manje biva sposoban da kritički poma stvarnost u kojoj obitava, zaveden mnoštvom simbola koji manipulativnim značenjem kreiraju drugačiju atmosferu (simulakrum¹⁶). Ako je helenska demokratija bila ograničena imovinskom kartom ili polnom pripadnošću, filozofske pretpostavke postmodernog doba govore o elektronskom javnom forumu gde svi komuniciraju sa svima, o čemu i kada žele. Aristotel je, postavljajući temelje svoje "Politike", jasno istakao dilemu da li građane *odgajati razumom ili navikama* (1988: 248), zaključujući kako je i jedne i druge lako *zavesti na stranputicu*. Digitalna revolucija je proizvela eksploziju podataka, menjajući i političku praksu, koja se pod naletima novih medijskih alatki polako transformiše i prilagođava vetrovima preobražaja. To znači napuštanje tradicionalno ustrojenih hijerarhijskih odnosa na relaciji subjekt/objekt i izgradnju bitno drugačije filozofske paradigme, u kojoj će kroz cirkulaciju slika i simbola, korišćenjem novih tehnologija, čovek preobražavati sebe i svet u kojem živi.

U komunikacionim procesima izgrađen je novi medijski Vavilon, sveobuhvatan, hiperbrz i neverovatno moćan. Mnoštvo medijskih alatki, premreživši planetu, ukinulo je tradicionalno poimanje geografije, odnosno prostora i vremena, čime je komunikacija dobila redizajnirane forme. Zahvaljući njima, najsloženije procese i ideje moguće je svesti na najjednostavnije izraze. Moć elita teorijski se prenosi na auditorijum, što znači da pojedinci imaju šansu da postanu kreatori informacija namenjenih planetarnoj publici. Međutim, da bi podatak kojim raspoložemo postao informacija, mora da bude preoblikovan smislom koji će efektivno dejstvo dobiti samo ako bude prenet nekim masmedijem! To što ćete glasno protestovati u nekom parku u centru grada, izvoditi performanse pred zgradom skupštine ili blokirati važne saobraćajnice, ne proizvodi efekte ukoliko mediji nisu pružili neophodan publicitet. Slika postaje važnija od istine, nova epistemologija forsira delotvornost ignorišući tradiciju, dok internet i slične mreže raspro-

¹⁶ Za simulakrum se tvrdi da nikada ne prikriva istinu, već *istina prikriva da je nema*. Bodrijar to proširuje tumačenjem *sa znakova koji nešto prikrivaju na znakove koji kriju da nema ničega* ("Simulakrumi i simulacija", Svetovi, Novi Sad, 1991, str. 10).

stiru znanje pred noge informatički obrazovanih, ali logički nepismenih građana. Stvarnost se čita novom panoptikom, pri čemu moć nije podijeljena; ona je samo kamuflirana u rukama elita! “Informacijski Rubikon” veći je u poređenju sa svim prethodnim etapama civilizacije, jer samo oni narodi i kulture koji pravovremeno raspolažu dovoljnim brojem kvalitetnih činjenica, mogu upravljati svojim i globalnim informacionim okruženjem. Društvo na raskršću sve više je ugroženo nepouzdanim porukama i podacima koji, diktirani iz arkanskih imperija moći, često nude pogrešne zaključke. Platon se verovatno ne bi složio, ali zahtev za istinitošću danas se sve više menja zahtevom za delotvornošću (korisnošću). Znanje treba prilagoditi onima kojima je potrebno, a ne obrnuto!¹⁷

Imperijalizam masmedijskih slika

Velika je zabluda da je stari svet bio manje izložen političkoj propagandi. Ona je oduvek postojala, samo su forme bile sporije i ograničenije, jer su i masmediji u prostoru i vremenu bili nerazvijeniji i nepristupačniji. Strah i mržnja koriste se za formiranje predrasuda i stereotipa o drugima, što znači da su prilagođeni populizmu glasača. Pažljivo čitajući Fukujamu, možete zapaziti tezu napuštanja društva socijalnog blagostanja i izgradnje dinamične socijalne zajednice koja će počivati na *navikama, običajima i moralu ljudi, dakle, od stvari koje se mogu formirati posredno, pomoću svesnog političkog delovanja i koje se mogu odgajati samo putem podizanja svesti* (1997: 14). Umesto istine, nudi se dizajnirana, interesno oblikovana informacija; sve manje se veruje sopstvenim očima, a sve više elektronskoj slici bez koje nema “prave” javnosti. Štampa, radio, TV, internet i slične platforme, uvode nas u carstvo snova i fantazija, koje podilazeći populističkim taštinama, sujetama, zavistima i neznanju, grade jedinstveni svet sivila i prosečnosti. Publika ne zapaža prevaru misleći da misli, verujući da vidi, ubeđena da čuje, dok je prava istina sve udaljenija.

Brzim nizananjem slika preko džinovskih elektronskih mreža, mediji danas programiraju masovnu svest, menjajući realnost estetizovanim predstavama. Derivati

¹⁷ U vreme Platona, znanje je bilo logično dostignuće, ali danas znanje je roba koja se može kupiti, prodati, kojom se može upravljati, investirati, razvijati je i podsticati (O'Hara, 2003: 62).

stvarnosti¹⁸ kreiraju hipostazirane vrednosti socijalne i ekonomske prakse, a neupućena javnost olako daje svoj pristanak, ne uočavajući postepeni gubitak sloboda jer samo kvalitetno informisani čovek uživa u demokratiji. Specijalno obučeni timovi psihološko-propagandnih stručnjaka, uz ekranske simulacije supermoćnih računara i elektronskih mreža, logički potpomognuti štampom, knjigama i sličnim tekstualnim formama, u raširenoj mreži koja je praktičan, interaktivan, međusobno povezan sistem – love mišljenja koja se odupiru univerzalizaciji. U svakodnevnim odnosima prema društvenoj, prirodnoj i kulturnoj sredini, pojedinac je izložen dejstvima svesti “arhitekata”, koji vode ka ukalupljenoj kolotečini izjava, verovanja i stavova. Poruka se upućuje smišljenom upotrebom psihologije, politikologije, religije, tehnologije i novinarstva, uz provociranje emocija i nagona, podsvesnih slojeva čovekove psihe, s posebnim težištem ka manje obrazovanim slojevima stanovništva i opštem snižavanju korpusa saznanja. Po ugledu na Platonove mitove u “Feničanskoj bajci”, propagandisti reinkarniraju pojam *korisne laži*, menjajući ga *plemenskom laži*, kao legitimnim oruđem u odbrani vladajućeg modela vrednosti. Istina postaje privilegija elita, propagandnim diskursom prave vrednosti nestaju iz medijske svakodnevice, tako da se kontrolom agende sadržaja verifikuje nova realnost koja ugađa interesima dominantnog ekonomskog i političkog vrha.

Događaji kojih nema u masmedijima kao da se nisu ni desili u stvarnom životu. Teorijski, primenjujući tzv. “spiralu tišine”,¹⁹ “gospodari” medijskih imperija prećutkuju sve što bi njihove propagandne floskule dovelo u sumnju. Nemačka komunikološkinja Elizabet Nojman, dobro je zapazila da ljudi retko žele da iznose stavove ukoliko su u raskoraku s dominirajućim, pa proizvodnjom tišine pojačavaju drugačija gledišta. Pojedinac se stapa s masom; mišljenja, verovanja, osećanja, navike i ponašanja toliko se unificiraju da se u obrisima nazire identit globalnog plemena! Profesio-

¹⁸ Sintagma Divne Vuksanović: *Normativna estetika, transcendentna kritika i neskrivena medijska manipulacija, koja deluje u rasponu od najprimitivnijeg oblika advertisinga do tzv. alternativnih događaja u obliku popularnih rok koncerata, predstavljaju samo najupadljivije derivate agresivnog procesa valorizovanja-konstituisanja stvarnosti* (2007: 104).

¹⁹ Noelle-Neumann, Elisabeth (1974): *The spiral of silence: A theory of public opinion*, Journal of Communication, Spring 1974.

nalni žurnalisti uče da razdvajaju činjenice od vrednosti, ali u propagandnim kampanjama teško je sve strane zastupati balansirano. Konceptualizacija objektivnosti isključuje pristrasnost! Međutim, kodiranje sadržaja informacija i slika toliko je suptilno da se dekonstrukcija stvarnosti gotovo ne primećuje. Novinarsko izveštavanje je po prirodi subjektivan proces, a kakav će ugao pri interpretaciji biti zauzet, koji će kriterijumi biti uvaženi prilikom selekcije i obrade podataka, kao i kakav će smisao informacija dobiti, zavisi od medijske politike i instrukcija dobijenih od vlasničkih elita. U demokratskom društvu realnost ne bi smela da zavisi od perspektive onih koji je interpretiraju, jer u suprotnom upadamo u zamku hegemonске univerzalnosti. Komunikacija gubi smisao, sadržaji bivaju odvojeni od većinske zajednice, znakovi gube značenje, a čovek slobodu za koju se tokom istorije generacijama borio!

Treba se na vreme osloboditi iluzije da će moćne megakorporacijske kuće rado dozvoliti da u svojim programima prostor daju ljudima drugačijih ideoloških stavova! To je deo "bajke" namenjene malim, komunikaciono neobrazovanim narodima, kojima se nameće teza o "slobodnim i nezavisnim medijima", otvorenim za sve ideje i građane. Koliko je ona prisutna u američkom miljeu, prosudite sami: *Dvadeset kompanija poseduje pola od 61 miliona primeraka dnevnih novina koje se prodaju u SAD-u, a drugih dvadeset dobija preko pola dohotka od 61 hiljade objavljenih revija. Tri firme kontrolišu većinu prihoda od televizije, deset kontrolišu radio, 11 izdavačku delatnost, a četiri filmsku produkciju* (Simons, 1997: 63). Ako biste zagrebali ispod površine, lako biste došli do podataka da su akcionari, a ponekad i većinski vlasnici ovih informativnih džinova internacionalne korporacije, tajne bezbednosne službe ili zvanično nevladine organizacije, a u praksi nevidljivi "produženi prsti" oficijelne politike. Ilustrujmo to primerom "Intelsata" (*International Telecommunications Satellite Consortium*), u kojem se 60% akcija nalazi pod kontrolom kompanija ili pojedinaca iz SAD-a, 20% drže Francuzi, Englezi i Nemci, a samo petinu sve ostale zemlje sveta. U društvima organizovanim na načelima profitno-finansijske privrede, potreba za vladanjem najvidljivija je kroz potrebu za posedovanjem medija.

Time se kupuju tuđi stavovi, zadovoljavaju narasle želje i stvara simbolički ugled.

Planetarno društvo s kontrolisanim informacijama stvara novi globalni poredak (pseudopolis) koji se hrani “izvozom demokratije”²⁰, koja pak ukida klasične državne granice. Reč je o suštinskoj promeni medijske filozofije, *novoj dioptriji političkog gledanja sveta koja traži nova znanja i mišljenja* (Jevtović, 2003: 306), pri čemu više nije važan sam događaj, već način njegove medijske interpretacije. Otuda izvori informacija i promoteri novih ideja stižu iz redova vlasti koje, simulirajući agoru, obezbeđuju količinu i sadržaj poželjnih informacija, i brinu da one stignu u predviđenim vremenskim rokovima. Sve veći broj vesti rezultat je obrađenih saopštenja za javnost ili “spinovanih” informacija dobijenih iz vladinih biroa za odnose s javnošću, portparola i sličnih službi, a značajno raste i broj intervjuja dobijenih telefonskim putem. Tako, mediji neosetno sve više postaju zavisni od rutinizovanih izvora, jer na njih mogu da se oslone, sigurni da će im brzo dostaviti tražene podatke obezbeđujući popunjavanje medijskog prostora (Tapsall, Varley, 2001: 11–12). Analiza priloga u “Njujork Tajmsu” otkrila je snažno oslanjanje na službene izvore: od 57,2% do 72,5% (Zhang i Cameron, 2003: 96), što je potvrđeno sličnim istraživanjima tekstova 23 izveštača u sedam velikih američkih novina, u kojima su u 75% slučajeva izvori bili državni (Hallin i dr. 1993: 755). Industrijalizacija novinarstva nameće novi imperativ: stvarati što više informacija sa što manje troškova, pa prividno “besplatni” paketi podataka i fotografija, koji svakog trenutka stižu u redakcije, postaju moćna oruđa u obradi javnog mišljenja. Takvi tekstovi sve su češći jer predstavljaju *činjenice koje nije trebalo prikupljati, priče koje nije trebalo napisati i fotografije koje nije trebalo snimiti* (Newsom, Scott 1985: 230). Službeni izvori, tako, neosetno vrše nadziruću funkciju u zajednici, bez bojazni da će ih neko prozvati za kršenje ljudskih prava, obezbeđujući javnu podršku za svoje programe.

²⁰ U Vašingtonu, na primer, postoji kvazivladina organizacija *National Endowment for Democracy (NED)* čiji je zadatak promovisanje demokratije širom sveta. Značajan finansijski fond raspodeljuje se političkim partijama, medijima, nevladinim organizacijama, verskim zajednicama, sindikatima i sličnim organizacijama, delujući po preporukama vlade SAD-a, bez javnog polaganja računa.

Masmediji sve više zamenjuju imperatorske arene društvenog života, tako da je gotovo nemoguće precizno odgovoriti koliko slobodnog vremena oduzimaju savremenom čoveku. Kada u kupatilu slušate prve vesti, dok u prevozu na posao čitate aktuelnu štampu, na poslu ili fakultetu razmenjujete informacije s prijateljima i kolegama, bilo verbalno bilo internetom, kada kasno uveče odgledate neki film ili ponoćnu informativnu emisiju, izloženi ste njihovom opijajućem dejstvu. Oni vam nameću šta ćete, kada, zbog čega i kako razmišljati, neosetno vas usmeravajući ka zaključcima za koje treba da pomislite da su vaši! *Mediji nisu postali oruđe prikupljanja i širenja informacija koje neko drugi proizvodi, već proizvođač, kontrolor i gospodar informacija*, tvrdi Aleksandar Zinovjev (2003: 134), uočavajući postojanje “nevidljive ruke” koja upravlja njima. Rešeto je tako gusto, a kontrolora tako malo da usamljeni glasovi koji pozivaju na razum i toleranciju skoro da nemaju šanse da ugledaju svetlo javnosti. U globalnom poretku više nije važno kakvo je pravilo, već kolika je moć onih koji ga ne primenjuju! Međutim, sila nije u informacijama kao nizovima vrednosnih simbola, već u pravilima javne prezentacije kojom dobijaju pragmatičnu vrednost. Medijima se sve više daje lingvističko–vizuelna municija koje kreira evolucije i revolucije, ljubav i sukobe, pa nije svejedno da li su u funkciji obavljanja globalnih ili etničkih ciljeva, obnavljanja kulturno–komunikacijskih socijalnih zajednica ili stvaranja potrošačkog duha.

Da bi se nova doktrina pokazala ispravnom, neophodno je njeno naučno, pa, između ostalog, i pravno utemeljenje. Izmenjena uloga i priroda nacionalne države zahtevaju i redefinisane prava na komuniciranje, stvaranje globalne medijske politike koja će jasno omeđiti granice javnih intervencija.²¹ Internet i medijima podstakli su novo čitanje političkih odnosa. Očekivanja da će državu smeniti civilno društvo već sada se pokazuju preuranjenim, jer internacionalni korporativizam snažno utiče na protok informacija. Uneskovina “Konvencija o zaštiti, promociji i izražavanju kulturne raznolikosti”, koja je stupila na snagu marta 2007, potvrda je promena o kojima govorimo, jer *države i organizacije civilnog društva sklapaju jedan*

²¹ Pod ovim pojmom podrazumevamo uže državne i vladine aktivnosti, ali i uticaj korporativnih elita koje komercijalnim aranžmanima sve više vezuju medije za sopstvene interese!

oblik savezništva (Raboj, 2009: 27), kako bi sačuvala značaj u političkom uticaju. Globalna medijska industrija prevazilazi konvencionalno mapiranje političkih interesa, čineći moćan instrument u rukama elita.

U megasvetu predstava, slika i informacija, dominiraju propovednici "globalnog Jevandelja". Pre skoro jednog veka, rodonačelnik komunikologije, Maršal Makluan, proročki je najavio "kraj geografije", jer će posredstvom tehnološki snažnih masmedija svi građani planete, jednog trenutka, gledati iste slike i poruke. Holivud, "Mikrosoft", Bi-Bi-Si, Si-En-En i drugi svetski komunikacioni servisi, gospodare snovima, mišljenjima i navikama stotina miliona konzumenata, gradeći paralelni svet u kojem mnoga značenja gube smisao, "eksplodirajući" u nizu novih supstitucionih predstava. Istovremeno, velikim korporacijama trebaju mediji koji, privlačeći ogroman auditorijum, promovišu njihova shvatanja, planove, ideje, "tiho" vodeći ideološkim pritiscima. Orvelovske projekcije budućnosti dobijaju neverovatne dimenzije, a o surovosti transformisanog komunikacionog privida govori i sledeća ilustracija. U filmu *The Hunting party*, Ričard Gir, po Republici Srpskoj, lovi Srbe – ratne zločince; u komediji *The Pacifier*, Vin Dizel juri srpske teroriste, dok na velikom platnu Nikol Kidman i Džordž Kluni ("Mirotvorac") kao neprijatelja svetском miru suprotstavljaju ozloglašenog teroristu – Srbina. U ovogodišnjem filmu *I love you man*, Srbi se pominju kao veoma maljav i primitivni ljudi; u filmu "Plaža", Leonardo di Kaprio i scenaristi su učili novi, tek izmišljeni jezik (srpski), dok vampiri u filmu *Blade* pričaju srpskim jezikom. Geografija uopšte nije bitna, pa u seriji *Baywatsch Nights*, Mič Bjukenen juri vukodlaka Zargatla koji potiče iz Srbije, s planine Sava-Dunav (!!). U tradicionalnim društvima, nacionalni identiteti su stabilni, fiksirani i utemeljeni, ali u vremenima preobražaja unutar globalnog poretka mogu da postanu potrošni, medijacentrični i propagandno intonirani. Drugim rečima, neoprezno i potcenjivačko tumačenje kolaža savremenih masmedijskih slika vremenom se čitavoj naciji može vratiti kao bumerang!

Multiplikacija postindustrijskih alatki, od mobilnih telefona do "lap-topova", neosetno stvara informativni mehur pristupačan brojnim korisnicima, ali pravo pitanje glasi – šta ako jednog trenutka dođe do

sloma “elektronskog Vavilona”, odnosno, mogu li naši naslednici tumačiti budućnost novim skupovima predstava i utisaka do kojih će doći jednostavnim klikom miša? Masmedijska hiperprodukcija sve više razara smisao, dubinu komuniciranja, formu i sadržaj, imidž i perspektivu. Običan čovek sve manje spoznaje informacije, a sve više posmatra stvarnost kao slike koje mu privlače opažaj. Predstave, spektakli, naracije i diskursi sve više su u funkciji poželjnih uloga i navika, ali problem je što čuvari “informacionih kapija” raspodeljuju uloge na globalnoj sceni. Retki pojedinci uočavaju nestajanje kritički obrazovanih ličnosti, ali i sve intenzivniju serijsku proizvodnju kloniranih likova koji se odevaju, govore i misle poput automata u hijerarhijski organizovanoj fabrici. Ovde je ključ daljeg razvoja: ne proizvode mediji demokratiju, već je demokratija potrebna medijima!

Literatura:

- Anders, G. (1996): *Svet kao fantom i matrica: filozofska razmatranja o radiju i televiziji*, Prometej, Novi Sad
- Aristotel (1988): *Politika*, SNL, Zagreb
- Bodrijar, Ž. (1991): *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad
- A. Brigsa, P. Berka (2008): *Društvena istorija medija*, Clio, Beograd
- Ginter, A. (1996): *Svet kao fantom i matrica: filozofska razmatranja o radiju i televiziji*, Prometej, Novi Sad
- Čomski, N. (2004): *Politika bez moći*, KONZOR, Zagreb
- Čalović, D. (2008): *Kiborgizacija vs. evolucija*, Tradicionalna estetska kultura: telo i odevanje (ur. Žunić, D.), Centar za naučna istraživanja SANU, Univerzitet u Nišu
- Debord, G. (1967): *The Society of the Spectacle*, Zone Books, New York
- Fukujama, F. (1997): *Kraj istorije i poslednji čovek*, CID, Podgorica
- Hajdeger, M. (2007): *Bitak i vreme*, Službeni glasnik, Beograd
- Hajdeger, M. (2006): *Temeljni problemi fenomenologije*, Demetra, Zagreb
- D. C. Hallin, R. K. Manoff, J. K. Weddle (1993): *Sourcing Patterns of National Security Reporters*, Journalism Quarterly, 70(4): 753–766.

- Haton, V. i Gidens, E. (2003): *Na ivici – živeti sa globalnim kapitalizmom*, Johnson, Ch. (2000): *The Cost and Consequences of American Empire*, New York
- Hegel, F. (1986): *Fenomenologija duha*, BIGZ, Beograd
- Jevtović, Z. (2003): *Javno mnjenje i politika*, Akademija lepih umetnosti i Centar za savremenu žurnalistiku, Beograd
- Johnson, Ch. (2000): *The Cost and Consequences of American Empire*, New York
- Kvin, D. M. (2000): *Televizija*, Clio, Beograd
- Kellner, S. D. (2003): *Media Spectacle*, Routledge, New York
- E. B. Lee, A. M. Lee (1939): *The fine art of propaganda: a study of Father Coughlin's speeches*, New York
- Makluan, M. (2007): *Poznavanje opština – čovekovih produžetaka*, Prosveta, Beograd
- D. Newsom, A. Scott (1985): *This is PR: The Realities of Public Relations*. Belmont: Wadsworth Publishing Company
- Noelle-Neumann (1974): *The Spiral of Silence and the theory of public opinion*, Journal of Communication, Vol. 24, No. 2, Spring
- O'Hara, K. (2003): *Platon i internet*, Esoteria, Beograd
- Pilger, J. (1992): *Distant voices*, Vintage Books, New York
- Platon, (2002): *Fedar*, Dereta, Beograd
- Raboj, M. (2009): *Globalna medijska politika – pojmovno određenje*, CM, Fakultet političkih nauka, Beograd
- Shoemaker, P. J. and Reese, S. D. (1991): *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*, Logman, New York
- Simons, A. (1997): *Democratisation and Ethnic Conflict: the Kin Connection*, Journal of Nations and Nationalism
- S. Tapsall, C. Varley (2001): *What is a journalist?*, str. 3–20.
- U: S. Tapsall, C. Varley (ur.): *Journalism: Theory in Practice*, Oxford: Oxford University Press
- Vuksanović, D. (2007): *Filozofija medija*, FDU i Čigoja štampa, Plato, Beograd
- J. Zhang, G. T. Cameron (2003): *Study Finds Sourcing Patterns in Wen Ho Lee Coverage*, Newspaper Research Journal, 24 (4): 88–101.
- Zinovjev, A. (2003): *Slom ruskog komunizma*, BIGZ, Beograd

TEORIJA MEDIJA KAO NAUČNA DISCIPLINA: PREDMET I CILJEVI

Apstrakt: *U tekstu su analizirani predmet i ciljevi teorije medija. Teorija medija shvaćena je kao sistematsko promišljanje masovnih medija i specifične medijske stvarnosti. Njen cilj je posmatranje medija i medijske stvarnosti u njihovoj sveukupnosti i svim njihovim vidovima. Njom se teži da se otkriju, opišu i protumače opšte odlike masovnih medija, kao i medijske stvarnosti, bilo kao proizvoda specifične stvaralačke delatnosti, bilo kao reprezentacije empirijske stvarnosti i odnosa u njoj. Razlog zasnivanja teorije medija kao posebne naučne discipline prepoznat je u potrebi da se definišu, klasifikuju i objasne specifičnosti medijske stvarnosti, kao i razumevanja masovnih medija.*

Ključne reči: *mediji, mediologija, komunikologija, teorija medija, filozofija medija*

Key words: *media, mediology, communicology, media theory, media philosophy*

Da bismo definisali domen teorije medija, neophodno je da odgovorimo na pitanje šta je to medij (*medium*). Medij ili medijum se najopštije može odrediti kao posrednik prenosa poruke od pošiljaoca do primaoca. U tom smislu, medijumom se može smatrati neki objekt ili subjekt kojim je poruka posredovana. Iako danas najčešće nismo spremni da prihvatimo postojanje čoveka–medijuma – “zaposednutog natprirodnim bićem” koje putem njega (ili nje) šalje svoje poruke – ovakvo tumačenje nije neuobičajeno u nekadašnjim određenjima pojma medijum, a ni danas nije potpuno arhaično.

Ukoliko bismo pokušali da se matematički izrazimo, mogli bismo reći da X služi kao medijum za Y onda

kada je Y posredovano putem X. Medijum je, dakle, posredni pojam putem kojeg je moguće postaviti u odnos neka druga dva pojma. Matematički rečeno, X služi kao medijum za Y onda kada posreduje u relaciji između Y i Z.

Mada pojam “medijum” nosi različita značenja, on se sve češće povezuje s medijima (*media* – oblik množine), kao skraćenim oblikom pojma “masovni mediji”. Pridev “masovni” referira na veliki broj prima-laca poruke, kakav je slučaj s televizijom, internetom, radijom itd.

Razumevanje ovog pojma u velikoj meri je određeno različitim konotativnim značenjima, odnosno konkretnim društvenim i kulturnim kontekstom. Tako se u zapadnim zemljama masovni mediji obično dvostruko shvataju – kao izvori istine u službi očuvanja demokratskih odnosa u društvu ili pak kao moćna sredstva manipulisanja istinom. U zemljama gde ih država u potpunosti ili delimično kontroliše, mediji su najčešće shvaćeni kao sredstva propagande i društvene kontrole. Reč je o tome da je razumevanje masovnih medija u najvećoj meri uslovljeno načinom njihove percepcije.

U vezi s pojmom “medija” jeste i pojam “medijacije”. Reč “medijacija” potiče od latinskog glagola *mediare* (biti u sredini, između), kojem odgovara pridev *medius* – onaj koji je u središtu, posrednik između dve krajnosti. Ovaj pojam pozajmljen je iz filozofske tradicije, a pre svega iz Hegelove filozofije, gde označava osnovnu zakonitost razvoja duha. Prema Hege-lovom uverenju, duh predstavlja čistu, medijatorsku, dijalektičku aktivnost. Tako, da bi jedna unutrašnja misao mogla da ovlada sobom, i da bi drugi mogli da je priznaju, neophodno je da bude ispoljena glasovima govora. Odnosno, neophodno je da bude medijativizovana artikulisanim zvukom.¹

Medijacija, međutim, nije jednostavan proces preslikavanja. Ovde je pre reč o jednom aktivnom procesu koji utiče na samu poruku. Francuski teoretičar Režis Debre ovu transformaciju značenja određuje kao eroziju, iskrivljavanje, pojednostavljivanje, napominjući da je svaki mehanički prenos informacija praćen od-

¹ Ovo se odnosi i na proces mišljenja kao specifičnog unutrašnjeg govora.

ređenim gubitkom.² No, mi ćemo na ovom mestu, ipak, ostati pri terminu “transformacija značenja”, bez namere da ulazimo u iznošenje vrednosnog suda o samom procesu.

Iz ovog možemo da zaključimo da mediji jesu prenosiooci poruka, ali i učesnici u produkovanju njihovih značenja. Ukoliko prihvatimo ovakvo stanovište, onda nam se nameće potreba da medije uključimo u polje našeg teorijskog promišljanja. Razvoj studija medija unutar šireg korpusa društvenih i humanističkih nauka upravo pokazuje spremnost akademske zajednice da se posveti ovoj problematici, ali ukazuje i na konkretnu potrebu savremenog društva za dubljim poznavanjem medija. Ovde treba napomenuti da snažan razvoj izučavanja medija u XX i XXI veku nismo spremni da pripišemo isključivo razvoju elektronskih medija, već, pre svega, širem razvoju društvenih i humanističkih nauka, kao i konkretnim društvenim okolnostima.

Početak XX veka dolazi do jačanja potrebe za dubljim razumevanjem medija, njihove funkcije, upotrebe i uticaja. Ovo je, dalje, vodilo razvoju posebnih naučnih disciplina, poput teorije medija, sociologije masovnih komunikacija, komunikologije, teorije o efektima na stavove, te različitim pristupima unutar psihologije, pedagogije, etnologije, filozofije, kulturologije itd. Svi ovi različiti pristupi u izučavanju medija razvijaju posebnu metodologiju i tehnike istraživanja, jednako kao što sprovedenim analizama postavljaju različite ciljeve. Ovako stečena znanja doprinose stvaranju potpunije slike o medijima, mehanizmima medijskog produkovanja značenja i načinima njihovog razumevanja.

Društveno-istorijske okolnosti s početka XX veka, kao i sve značajnija uloga medija u tržišnoj ekonomiji, podstakle su istraživače medija da svoju pažnju prevashodno usmere na “premeravanje” sadržaja i efekata uticaja masovnih medija. Mediji su, u tom najranijem periodu njihovog izučavanja, viđeni kao moćno sredstvo uticaja na stavove publike, te su ova istraživanja često bila rukovođena praktičnom upotrebom njihovih rezultata u privredi ili politici. Ova rana istraživanja masovnih medija intenzivno se sprovode u Sjedinjenim Američkim Državama, oslanjajući se na važeće psihološke i sociološke teorije.

² Debre, Režis. “Uvod u mediologiju”, Clio, Beograd, 2000, 149. str.

Druga struja izučavanja masovnih medija, u ovom ranom periodu, vezana je za kritičke stavove evropskih teoretičara, pre svega predstavnike Frankfurtske škole (Adorno i Horkhajmer), književnog kritičara F. R. Livisa u Velikoj Britaniji i druge. Njihova istraživanja bila su naročito podstaknuta efektima nacističke propagande, kao i sve većim uticajem masovnih medija u savremenom društvu. Kritički stavovi ovih autora odlikuju se posebnim naglašavanjem štetnog medijskog uticaja na publiku, te sagledavanjem medija kao ključnih faktora u uspostavljanju masovne kulture i homogenizovanju potrošača medijskih tekstova. Predstavnicima Frankfurtske škole upozoravali su da mediji slabe kritičku sposobnost pojedinca, delujući na publiku kao narkotik. Livis vidi učešće medija u uspostavljanju masovne kulture kao posebnu pretnju onim vrednostima koje je smatrao temeljima “velike britanske tradicije”.

Dalji razvoj studija medija ukazao je na neophodnost kritički i teorijski utemeljenog sagledavanja medijskog delovanja. Analizi medija prišlo se iz različitih uglova, a sve veća pažnja pridavana je socijalnim i kulturnim faktorima koji posreduju između publike i poruke. Početkom 70-ih godina, postavljano je pitanje uloge medija u očuvanju hegemonije, što je pobudilo naročitu pažnju za ideološku analizu medijskih reprezentacija, njihovog uticaja i načina percipiranja.

No, bez obzira na snažno izražen kritički pristup, studije medija nisu ostale izuzete od različitih interesa, predrasuda i podređivanja imperativu “primenjivosti”. Tako su i danas mnoga izučavanja medija prvenstveno usmerena na statističko merenje upotrebe medija, izučavanje efekata i “uspešnosti” konkretnih marketinških projekata i sl, a u cilju stvaranja pogodnih osnova za finansijske transakcije između marketinških agencija i medijskih kuća.

Sve veće prepoznavanje značaja masovnih medija vodilo je zasnivanju čitavog niza naučnih disciplina koje iz različitih uglova prilaze njihovom proučavanju. Sociologija je bila jedna od prvih nauka koja je svoju pažnju posvetila izučavanju masovnih medija. Još 1898. godine, Gabrijel Tard, jedan od osnivača sociologije u Francuskoj, postavio je pitanje uloge štampe u duhovnoj sferi, povezujući je s pojavom javnog mnjenja. Razumevanje fenomena komunikacije, te

uloge masovnih medija u društvu, nastavilo je da privlači pažnju sociologa, što će 70-ih godina XX veka rezultirati osnivanjem sociologije masovnih komunikacija kao posebne subdiscipline unutar sociologije.

Razumevanjem uloge masovnih medija u međuljudskoj komunikaciji bavi se komunikologija. Sam naziv uveden je najpre u Sjedinjenim Američkim Državama i anglosaksonskom govornom području, odakle se postepeno prenosio i u druge jezike. Rastuća potreba dubljeg razumevanja fenomena komunikacije dovela je do konstituisanja posebne discipline koja za svoj predmet uzima upravo ovaj fenomen. Urbanizacija i razvoj elektronske tehnologije stvorili su uslove u okviru kojih savremeni čovek nije više mogao da učestvuje u zajednici samo putem neposrednog, interpersonalnog komuniciranja. Otuda, čovek počinje sve više da se oslanja na masovne medije, kao nezaobilazne izvore informacija o dešavanjima u društvu. Ovaj proces dodatno je podstaknut i praksom vlasti da svoje odluke i učinjene postupke saopštava građanima upravo putem masovnih medija. Intenzivnim tehnološkim razvojem, započetim još pronalaskom pokretnog sloga, masovni mediji dobijali su sve istaknutiji značaj u komuniciranju, i to ne samo u ostvarivanju političke komunikacije već i u poslovnoj korespondenciji, ali i u prenošenju ličnih poruka.

Rastući značaj preciznog i masovnog prenosa informacija uticao je na razvoj svesti o potrebi naučnog izučavanja komuniciranja. No, kako je komuniciranje veoma složen, eluzivan i višedimenzionalan fenomen, nametnuto je pitanje gde bi trebalo postaviti granice nove naučne discipline. Izučavanjem pojedinih aspekata ovog fenomena već su se bavile pojedine dobro etablirane i institucionalizovane nauke. Međutim, nijedna od njih u svoj predmet nije uključivala celinu društvenog komuniciranja, što je otvorilo perspektivu utemeljenja komunikologije kao posebne discipline.

Ipak, lociranje mesta, koje bi trebalo da bude teorijski centar komunikologije, još uvek ostavlja dilemu da li je sve ostvarene uvide i doprinose izučavanju komuniciranja moguće podvesti pod koherentan teorijski okvir.³ Za razliku od matematičke, tzv. univer-

³ Miroljub Radojković, Toma Đorđević. "Osnove komunikologije", Fakultet političkih nauka, Beograd, 2005, 20. str.

zalne teorije informacija, koja za predmet komuniciranja uzima svaki nadražaj koji iz izvora dopire do receptora nekim kanalom veze, komunikologija razumeva komuniciranje kao proces razmene znakova i simbola koji inicira i u kojem učestvuje barem jedan od svesnih subjekata. U ovako postavljenim granicama interdisciplinarnog područja istraživanja utemeljuje se komunikologija kao opšta nauka o ljudskoj komunikaciji. Prema nivoima rasprostranjenosti u prostoru i prema broju učesnika, ova disciplina razlikuje intrapersonalno, interpersonalno, grupno ili mrežno, i masovno komuniciranje, koje postavlja u centar svog interesovanja. Masovno komuniciranje zavisi od funkcionisanja medija masovnog komuniciranja, odnosno tehnoloških posrednika, putem kojih se prenose smisaoni sadržaji iz malog broja organizovanih emisionih centara do velikog broja primalaca. Uključivši masovno komuniciranje u centar svog interesovanja, komunikologija se pridružila zajednici discipline koje svoju pažnju posvećuju masovnim medijima.

Intenzivna intelektualna aktivnost okrenuta potpunijem razumevanju masovnih medija otvorila je perspektivu novih pristupa u njihovoj analizi. Na taj način, stvoreni su okviri za utemeljenje novih disciplina unutar korpusa medijskih studija. Režis Debre, interesujući se pre svega za “čoveka kao prenosioca”, predlaže osnivanje mediologije kao posebne humanističke nauke.⁴ Da bi se shvatio pristup koji Debre predlaže, neophodno je najpre objasniti njegovo razumevanje odnosa komunikacije i transmisije. Komunikaciju Debre shvata kao trenutak (čin) dugotrajnijeg procesa, te deo šire celine koju naziva transmisijom.⁵ Ovim pojmom označen je protok poruka u određenom trenutku, dok je pod pojmom transmisije podvedeno sve što se odnosi na dinamiku kolektivnog pamćenja. Dakle, komunikacija može da se shvati kao čin koji obuhvata “prenos informacija u prostoru”, unutar iste vremensko–prostorne sfere, kojim se povezuje “ovde” i “drugde” (iz čega nastaje društvo), suprotno od transmisije, koja je shvaćena kao prenos informacija u vremenu, između različitih vremensko–prostornih sfera, kojim se povezuje “nekad” i “sad” (iz čega nastaje kultura).

⁴ Debre, op. cit, 12. str.

⁵ Isto, 13. str.

Debre napominje da bi bilo pogrešno poistovetiti binom transmisija/komunikacija s binomom javna difuzija/razmena reči (između sagovornika tokom neposrednog govora, telefonskog razgovora ili preko pisma). Naime, za ostvarenje transmisije nije dovoljno produžiti veze koje spajaju pošiljaoca s primaocem ili uspostaviti složeniju mrežu (jedan, dva ili više pravaca). Reč je o tome da, u ovakvom određenju, postojanje transmisije nije uslovljeno nekim mehaničkim, već institucionalnim posrednikom među ljudima.⁶ Da bi se određena znanja ili verovanja učinila dugovečnim, odnosno da bi se održao njihov prenos kroz vreme, neophodno je da postoji određeni društveni činilac koji bi bio garant autentičnosti, ali i "afektivnog slaganja". Otuda, tehnika ne može da bude dovoljan uslov postojanja transmisije, iako transmisija može da bude posredovana tehnikom.

Na osnovu ovako postavljene distinkcije može da se zaključi da je razumevanje transmisije ključno za razumevanje kulture, ali i čitavog ljudskog društva. Iz tog razloga, Debre i naglašava neophodnost mediološke analize različitih materijalnih artefakata kojima se kroz vekove posreduju određena značenja. Poput arheologa, mediolog svoju pažnju usmerava ne samo na pisane spomenike već i na arhitektonske objekte, nadgrobne spomenike, grnčariju itd.

Iz tog razloga, proučavanje transmisije je složen, interdisciplinarni i društveno odgovoran posao. Time i zasnivanje mediologije, kao discipline koja analizira uslove, odnosno materijalne ili društvene okolnosti neophodne za ostvarenje transmisije, treba shvatiti i kao rad na sakupljanju bazičnih znanja za kulturu i o kulturi. Zadatak mediologije, međutim, ne bi trebalo shvatiti kao upuštanje u moralizatorska razmatranja tradicije, već kao nastojanje da se od transmisije stvori afirmativan, a ne proročki ili polemički diskurs.

Insistiranje na kritičkom pristupu, ali i na potrebi da se zauzme aktivna pozicija u aktuelnim društvenim promenama, zastupa i Divna Vuksanović. Preispitivanjem čitave "teritorije" medijskog delovanja, Vuksanovićeva problematizuje dva osnovna fenomena današnjice – estetizaciju stvarnosti i problem porekla medijski konstruisanih pojava. Krenuvši od stava da

⁶ Isto, 14. str.

je svet masovnih i novih medija (*cyberspace*) konstitutivan za današnje shvatanje realnosti, ova teoretičarka otvara perspektivu utemeljenja filozofije medija kao kritičkog i društveno odgovornog delovanja.⁷

U okviru medijskih istraživanja, teorija medija svoju pažnju usmerava na samo promišljanje medija. Razmatraju se sva pitanja koja se tiču razumevanja samih medija, njihovog međusobnog odnosa, pristupa u njihovoj upotrebi, te odnosa medija i specifične stvarnosti koja se njima realizuje. Teorija medija posebno se fokusira na analizu opštih svojstava “medijskog teksta”, kao i različitih odnosa koje taj tekst pretpostavlja. Pod ovim se prvenstveno misli na odnos prema istorijskom kontekstu i dominantnoj ideološkoj poziciji, odnos prema tradiciji, prema drugim tekstovima, bilo istorodnim bilo druge vrste, prema prirodnom jeziku, prema različitim sistemima vizuelnog i neverbalnog komuniciranja, prema publici, kao i prema samom autoru. Pored toga, u okviru teorije medija razmatra se sama struktura medijskog teksta, različiti postupci i izražajna sredstva kojima se ona ostvaruje, elementi koji učestvuju u njenom ostvarivanju i veze kojima su ovi elementi povezani.

Slično, teorija medija razmatra i pojedine medijske žanrove, njihov uticaj na strukturisanje medijske stvarnosti, kao i relacije koje je između različitih oblika, ustaljenih na duže ili kraće vreme, moguće uspostaviti. Pored toga, teorija medija obuhvata i analizu reprezentovanja različitih pojava i odnosa putem medija, razumevanje mehanizama njihove realizacije, kao i mogućnosti interpretacije.

Teorija medija, dalje, razmatra i ona pitanja koja se tiču ciljeva, metoda i potrebe tumačenja medija, specifične medijske stvarnosti, medijskih tekstova, medijskih žanrova, te ostvarenih reprezentacija konkretnih odnosa i pojava iz empirijske stvarnosti.

Teorija medija bi se, otuda, mogla odrediti kao sistematsko promišljanje masovnih medija i specifične medijske stvarnosti. Pri tom, pažnju teoretičara medija privlače ne samo savremeni masovni mediji već i oni upotrebljavani u prošlosti. Pored toga, teorija me-

⁷ Vuksanović, Divna. “Filozofija medija”, Fakultet dramskih umetnosti: Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Čigoja štampa, Beograd, 2007, 9. str.

dija svoju pažnju usmerava i na različite načine korišćenja medija, te je u tom smislu ona opšta teorija, kako informativnih tako i umetničkih medija.

Cilj teorije medija jeste razumevanje medija i medijske stvarnosti u njihovoj sveukupnosti i svim njihovim vidovima. Njom se teži otkrivanju, opisivanju i tumačenju opštih odlika masovnih medija, kao i medijske stvarnosti, bilo kao proizvoda specifične stvaralačke delatnosti, bilo kao reprezentacije empirijske stvarnosti i odnosa u njoj. U okviru teorije medija ne postavlja se toliko pitanje istinitosti medijskih reprezentacija, koliko načina na koji su one ostvarene, kao i uticaja samog medija na njihovu realizaciju. Pored toga, pažnja nije usmerena ni na psihološke efekte medijskog delovanja, uticaj masovnih medija na odnose u društvu, niti na estetsku vrednost medijskih reprezentacija. U teoriji medija vlada nastojanje za objašnjavanjem samih medijskih svetova, njihove strukture i jezika kojim su ostvareni, kao i njihove veze s razvojem savremenih masovnih medija.

U svom pristupu, teorija medija daleko je od toga da prezentuje izraz određene škole mišljenja, odnosno rezultate analize zasnovane na idejama, metodama i principima određene teorijske orijentacije. Nasuprot tome, teorija medija teži jednoj vrsti pluralizma, uzimajući u obzir različite mogućnosti tumačenja medija i medijske stvarnosti, kao i moguće aspekte upotrebe medija. Otuda se teorija medija razvija i kao kritička analiza različitih teorijskih pristupa usmerenih na razumevanje masovnih medija i medijske stvarnosti.

Budući mlada disciplina, teorija medija se u svom pristupu oslanja na opštu metodologiju naučnog istraživanja. Posebni pristupi, kao i specifična metodologija teorije medija, još uvek nisu u dovoljnoj meri razvijeni. Upravo ovo predstavlja i najveći ograničavajući faktor razvoja teorije medija, te se kao jedan od prioriteta daljeg razvoja ove discipline svakako prepoznaje stvaranje precizne metodologije, prilagođene svim posebnostima predmeta teorije medija. Takođe, teorija medija je u kratkom vremenskom periodu uspela da izgradi dovoljno bogat terminološki rečnik, pomoću kojeg je moguće izdvojiti, imenovati, definisati i klasifikovati sve one oblike i postupke koji medijskoj stvarnosti, ali i samim medijima, obezbeđuju diskurzivnu posebnost.

Razlog zasnivanja teorije medija kao posebne naučne discipline leži u potrebi da se definišu, klasifikuju i objasne specifičnosti medijske stvarnosti, ali i u potrebi da se lakše shvate sama masovna medija. Ovakvo nastojanje opravdano je posebnošću izražajnih sredstava i perspektivom njihove upotrebe koja je otvorena razvojem savremenih masovnih medija; oni izlaze iz tradicionalno shvaćenih domena teorije umetnosti, teorije književnosti, teorije filma i drugih disciplina koje analiziraju stvaralačku delatnost ljudskog duha ostvarenu u nekom “tradicionalnom” umetničkom mediju; takođe, izlaze i iz domena onih disciplina koje svoju analizu usmeravaju isključivo na mogućnosti informativne upotrebe masovnih medija. Iz ovog razloga, teorija medija razumeva se i kao teorija masovnih medija, jer se tek s razvojem masovnih medija otvara niz pitanja koje izlaze iz domena već etabliranih naučnih disciplina.

Na kraju, treba istaći da se teorija medija razvija kao interdisciplinarna, kritički zasnovana i etički utemeljena delatnost, oslobođena svakog ideološkog uticaja. Pored toga, ona je i nauka utemeljena na načelima humanizma, čija su istraživanja podređena opšt ljudskom interesu.

Literatura:

- Debre, Režis. “Uvod u mediologiju” (prev. Marijana Ivanović), Clio, Beograd, 2000.
- Đorđević, Toma. “Teorija masovnih komunikacija”, Institut za političke studije, Beograd, 2007.
- Laughy, Dan. *Key Themes in Media Theory*, Open University Press, Berkshire, 2008.
- Miroljub Radojković, Toma Đorđević. “Osnove komunikologije”, Fakultet političkih nauka, Beograd, 2005.
- Miroljub Radojković, Mirko Miletić. “Komuniciranje i društvo”, Učiteljski fakultet, Beograd, 2008.
- Vuksanović, Divna. “Filozofija medija”, Fakultet dramskih umetnosti: Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Čigoja štampa, Beograd, 2007.

MEDIJSKA KULTURA I TERORIZAM: SIMBIOZA MEDIJA I DESTRUKCIJE

Apstrakt: *U radu se bavimo odnosima između medijske kulture, destrukcije i terora. Analizirali smo odnos medija i nedržavnog, kao i državnog terora, i taktike preko kojih i jedni i drugi, usled velike moći medija, promovišu svoje interese. Takođe smo uočili i sve veću potrebu medija za spektakularnim i destruktivnim sadržajima, što čini uslove za simbiozu medija i destrukcije. Pisali smo i o holivudskoj filmskoj industriji, kao važnoj paradigmi u kreiranju globalne medijske kulture, i o njenom delovanju u stvaranju podsticajnog modela koji karakteriše imperijalna logika i propagandni karakter.*

Gljučne reči: *mediji, kultura, terorizam, destrukcija, film, estetizacija, spektakl, imperijalizam, propaganda*

Key words: *Media, culture, terrorism, destruction, movie, esthetisation, spectacle, imperialism, propaganda*

Uvod

U radu ćemo pisati o odnosima između medijske kulture, destrukcije i terora. U prvom delu koncentrisaćemo se na odnos između terorizma (nedržavnog terora) i savremenih medija, i analiziraćemo u kojoj meri je savremeni terorizam, koji možemo da povežemo sa značajnim tehnološkim napretkom, poput lansiranja američkog satelita (1968) i krvavog napada na izraelske sportiste u Minhenu (1972), iskoristio potrebu medija za spektakularnim izveštajima u cilju promocije svojih (terorističkih) interesa. Pokušaćemo da dokažemo da je usled medijske potrebe za “uzbudljivim” sadržajima, i terorizam postajao destruktivniji,

brutalniji i spektakularniji. Ukoliko je brutalnost veća, utoliko teroristička akcija ima veće šanse za uspeh, jer je brutalnost ono što privlači medije, a takvu medijsku potrebu za senzacijama teroristi su iskoristili kao prostor preko kojeg mogu da internacionalizuju svoje ideje, zahteve i ciljeve. Više se ne radi o tome hoće li se ispuniti zahtevi terorista ili ne, već o medijskim efektima koji postaju glavni ulog u promociji namera terorista.

Takođe, pokušaćemo da prikažemo kako državni teror i imperijalni interesi finansijskih i političkih elita funkcionišu preko širokih mogućnosti medijske kulture. To je način na koji dominantni sistemi promovišu svoju kulturu i stvaraju podsticajne modele u cilju podrške javnog mnjenja za moguće ratove i razaranja, kao i za ostvarenje svojih interesa. Primeri za takvo delovanje, o kojima ćemo pisati u radu, jesu mnogi igrani filmovi, najčešće napravljeni u hollywoodskoj “fabrici snova”, koji imaju imperijalnu logiku i propagandni karakter.

Mediji i terorizam

Tehnologija i terorizam su u sve intenzivnijem uzajamnom odnosu. Od kada su teroristi shvatili da mogu da prave masovne medijske događaje, i da je takva estetika kompatibilna s medijskom estetikom destrukcije i spektakla, popularnost terorizma, kakvog ga danas poznajemo, i uticaji koji su iz njega proistekli, nisu doveli do opadanja, već do eskalacije takvog oblika delovanja. Slika u medijima je, po rečima Virilija (Pol Virilio), teritorija koju zauzimaju sve strašniji, sve nezamisliviji događaji, tako da se terorizam uvek razvijao u skladu sa slikom koju daju mediji. O ovome najbolje svedoče reči Zehdi Labib Terzija (Terzi, 1976), koji je rekao: “Prvih nekoliko otmica aviona probudili su savest čovečanstva, pažnju medija i svetskog javnog mnjenja, više nego 20 godina moljavanja u Ujedinjenim nacijama.”

Ove dramatične taktičke promene u terorizmu desile su se usled tehnološkog napretka tog doba koji je ubrzao i međunarodni saobraćaj i uveliko popravio kvalitet i rasprostranjenost TV emitovanja. Shodno tome, teroristi su brzo procenili da operacije koje izvode van svoje zemlje, i koje direktno uključuju strane državljane, predstavljaju pouzdano sredstvo skretanja pažnje na sebe i svoju borbu. Moglo bi da se kaže

da je prvo delovanje terorizma po modelu spektakla ubistvo jedanaest izraelskih sportista na Olimpijskim igrama u Minhenu 1972. O ovoj sprezi medija i terorizma govore reči Fuada al Šamaliya (Al-Shamali), jednog od “dizajnera” te akcije. On je smatrao da svetska pažnja može da se postigne ukoliko se gađa u metu od neprocenjive vrednosti (sportske zvezde jedne zemlje), u ambijentu koji je teroristima garantovao najveću moguću reklamu. “Mi moramo da ubijamo njihove najvažnije i najpoznatije ljude. Kako nismo u mogućnosti da se približimo njihovim državicima, moramo da ubijamo umetnike i sportiste.”

Iz ovog citata možemo da uočimo jasnu vezu koju su ostvarili mediji i teroristi. Teroristi su, uočivši potrebu medija za spektakularnim izveštajima, vremenom postajali sve brutalniji, ne bi li svoja uverenja i ciljeve promovisali preko medija, koji su tu destruktivnu opciju pospešivali svojom potrebom da budu prvi u plasiranju informacija. Usled delovanja medija, čak i ako se mnogi zahtevi terorista ne bi ostvarili, akcija je bila uspešna, u zavisnosti od nivoa spektakularnosti i destrukcije. Prvi jasan dokaz za ovu hipotezu pružila je tragedija na Olimpijskim igrama u Minhenu. U smislu medijske eksponiranosti palestinskog pitanja, Minhen je predstavljao nedvosmislen uspeh. Teroristi tada nisu uspeli da oslobode nijednog od svojih zarobljenih drugova, ali su uspešno ostvarili cilj da palestinska drama postane udarni medijski događaj. Dakle, još jedan dokaz o destrukciji kao pokretaču u stvaranju velikih medijskih događaja. Uprkos svetskoj osudi terorističkih akcija, uskoro je postalo očito, u to doba, da je za Palestine Minhen bio pun spektakularni pogodak. Nepodeljena pažnja oko četiri stotine radio novinara i dve hiljade TV reportera i ekipa, koji su se tu nalazili radi praćenja Olimpijade, iznenada je prešla na Palestinu, na palestinsku borbu.

Stoga se slobodno može reći da su mediji doprineli internacionalizaciji, pa čak i afirmaciji terorizma, koji se u takvom spektakularnom obliku prvi put javlja krajem šezdesetih i početkom sedamdesetih godina XX veka. To nije bio samo proizvod palestinskog uticaja već i manifestacija otpora u sklopu okvirâ koje su postavili “koncentrovani” i “difuzni spektakl”. Međutim, u zemljama “difuznog spektakla” pojavile su se organizacije koje su stvorile odbojnost prema “vrednostima” spektakla u kojem su živeli. To ilustruju reči Ulrike Mainhof (Ulrike Meinhof), političke aktivist-

kinje i novinarkе, koja je postala terorista “Frakcije crvene armije” (*Rote Army Fraktion*): “Jedino o čemu oni mogu da razmišljaju jeste nekakav lak za kosu, odmor u Španiji i kupatilo s pločicama.” Ono što treba uočiti jeste da se većina terorističkih organizacija, iako su imale transnacionalne i globalne ciljeve, raspala nakon pada Berlinskog zida 1989. godine. To, po našem mišljenju, ukazuje na činjenicu da su one delovale kao produkt antagonizma dva spektakla, tada međusobno suprotstavljena, a da su nestale s integracijom spektakla u njegovu imperijalnu verziju. Terorizam sada i sam menja formu i prelazi u jedan drugi oblik – postmoderni terorizam. Dakle, kao što je nastala integracija dva spektakla usled ekonomske postmodernizacije (informatizacije), tako je i terorizam, kao antimehanizam samog tog sistema, prešao iz svog dotadašnjeg oblika u postmoderni oblik, a najbolji primer za to je teroristička mreža “Al Kaida”.

U daljem tekstu videćemo na koji način je estetizacija destrukcije u medijima uticala na razvoj terorizma. Ono što je najvažnije kod savremenog terorizma jeste njegov cilj da privuče medijsku pažnju a da onda, putem publiciteta, prenese svoju poruku. Po rečima psihijatra i stručnjaka za terorizam, dr Frederika Haker (Frederick Hacker), teroristi nastoje da zastraše i da zastrašivanjem vladaju. Oni žele da impresioniraju. “Igraju pred publikom za publiku”, tražeći i njeno učestvovanje. U današnjem vremenu, to jedino mogu da obezbede mediji. Još je 1974. Dženkins (Jenkins) izjavio da je “terorizam (je) pozorište”, misleći na “koreografiju” koja je pratila takve događaje. Svedoci smo toga da teroristički napadi teže sve većoj spektakularnosti i vizuelno se podešavaju upravo medijskoj slici, bilo na taj način što u vizuelnom pogledu prethode ekranizaciji igranog ili dokumentarnog programa, bilo na taj način što medijski proizvodi preduhitre neki teroristički akt. Ovo dokazuje da je terorizam suštinski spektakularan i da su mediji i savremena tehnologija, većim delom, njegov tvorac u ovom današnjem obliku. Drugačije je s tzv. državnim terorom koji, u cilju imperijalne dominacije preko medija, sprovodi kulturnu okupaciju i spektakularni pritisak na označene “neprijatelje”, pripremajući javno mnjenje na njihovu moguću destrukciju. Primer za to su mnogi filmovi koje karakteriše imperijalna logika i propagandni karakter. Ovde smo suočeni s logikom, kako piše Pol Virilio, koja instruiše da se pre osvajanja teritorije, osvaja nematerijalnost platna ili ekrana.

O tome koliko je terorizam, samim tim i estetika destrukcije koja ga prati, postao deo društva spektakla može se videti i u krizi nastaloj kidnapovanjem italijanskog premijera Alda Mora od "Crvenih brigada", a čije je zatočeništvo trajalo 55 dana. Kako Hofman (Hoffman) piše, u tom periodu pojavila su se samo dva članka na naslovnim stranama italijanskih novina koji su se odnosili na otmicu Mora. I Daglas Kelner (Douglas Kellner) piše da u prva tri dana nakon napada na "Svetski trgovinski centar" (2001), u američkim medijima nije bila nijedna komercijalna i reklamna poruka, već su svi programi bili usmereni ka tom događaju. Ovo pokazuje koliko je snažna sprega medijske kulture i destrukcije, i koliko su takvi sadržaji paradigmatični za same medije, jer su oni "zahvalna baza" za razvijanje mnogih igranih i dokumentarnih programa koji imaju snagu, s jedne strane, da oblikuju javno mnjenje i daju legitimitet političkim i vojnim akcijama vlasti, a s druge strane motiv i smisao teroristima da deluju.

Simbioza medija i terorizma

Od nastanka tehničke reprodukcije i masovnih medija, nastaje i simbioza između terora i medija. To možemo uočiti u slučaju ruskih ustavobranitelja i organizacije "Narodna volja", kao i njihovih savremenika anarhista, koji su uporno nastojali da svoje revolucionarne promene prenesu što širem krugu ljudi. Tako anarhisti, sa svojim priručnicima i štampanim uputstvima za terorističke akcije, krajem XIX i početkom XX veka, mogu da budu sagledani i kao preteče daleko masovnijem i efikasnijem širenju terorističkog "obrazovanja" preko interneta krajem XX i početkom XXI veka.

Lansiranje prvog američkog satelita 1968. godine, označio je početak globalne dominacije američkih medija. Od tada se ubrzao prenos informacija između lokalnih medija i centrale, što su kao svoju mogućnost za poboljšanje propagandnog delovanja uočili i teroristi. Ta godina (1968), po rečima Hofmana, jeste godina nastanka međunarodnog terorizma u širim razmerama.

Početak sedamdesetih godina XX veka, efekat ovog tehnološkog skoka bio je pojačan mogućnošću *real time* prenosa događaja. Dramatičnost ovakvog tehnološkog proboja, o čemu smo već pisali, spektakularno se pokazala na Olimpijskim igrama u Minhenu 1972. godine, kada su palestinski teroristi uspeali

da privuku pažnju globalnog televizijskog gledališta. Nakon takve “tvrde” slike i reči, glavna pažnja medija postaje kako zadržati i zaokupiti pažnju konzumenata. To se ostvaruje tako što se mediji koncentrišu na priče koje su na nivou prosečnog gledaoca. Uglavnom se na tom nivou spektakularizacije mediji i bave ekskluzivnim intervjuima ili otkrićem nekih nepoznatih činjenica u vezi s početnom vešću. Naravno, za ovu fazu spektakularizacije karakteristične su trivijalnost i irelevantnost.

Tehnološka sposobnost televizijskih mreža da prenos vrše momentalno, pojačana potrebom da se predubhitre konkurenti, pretvorila se u “jurnjavu” za spektakularnim izveštajima. Posmatrano iz te perspektive, mediji poput televizije ili interneta predstavljaju vakuum koji treba da bude ispunjen. To je praznina za koju se “utrkuju” kako antiimperijalni, tako i imperijalni teroristi. Nažalost, to je praznina u koju se najbrže i najviše useljavaju slike destrukcije i razaranja, upravo zbog njene propagandne moći, ali i zbog kompatibilnosti sa sve destruktivnijim karakterom savremenog čoveka, čoveka posmatrača (*homospectator*). Gotovo je prirodno da se očajnički pokušaji medija da što duže održe pažnju publike, i onda kada same slike destrukcije prestanu da deluju, prebacuju na efekte te destrukcije. Najčešće se to odnosi na bol prijatelja i porodica žrtava, ili talaca terorista. Ta mogućnost produženog trajanja, kada su destruktivni događaji u pitanju, daju terorističkim događajima centralno mesto u televizijskim informativnim, ali i zabavnim programima. Rezultat toga jeste odsustvo istraživačke analize na uštrb trivijalnosti, tako potrebne običnim konzumentima. Akcenat se stavlja na užu sliku drame, ne pokušavajući da se predstavi šira slika koja čini suštinu svake priče.

Kada se stvari predstave iz ovog ugla, vidi se da praktično nikakva pažnja nije posvećena istorijskoj pozadini, ozbiljnom političkom kontekstu ili širim pitanjima koja bi osvetlila razloge i pobude terorista. Jer, u “društvu spektakla”, takve analize nisu potrebne: žed za destrukcijom i trivijalnim efektima takvih prizora i narativa zadovoljava potrebu konzumenata u pauzi između eksploatacije i potrošnje. Obrazac po kome spektakl deluje jeste: iz destruktivnog života u “destruktivnu katarzu”. Spektakularni teror je, kako piše Douglas Kelner, krucijalni deo savremene politike, a savremeni teroristi koriste spektakularnost terora u promovisanju svojih ciljeva.

Spektakl terorizma i Holivud

Mnogo pre 11. septembra, terorizam je bio u fokusu holivudske filmske industrije kao refleksija prevođenja hegemonne pozicije na medijsku kulturu, kako u unutrašnjoj tako i u spoljnoj politici SAD-a. Terorističke akcije, nedržavne i one državne, proizvele su mnoge destrukcije i razaranja, i postale su izvor mnogih narativnih fantazija i mitova koji su ekranizovani u filmskoj industriji. Sve je to praćeno slikama egzotičnih regiona Bliskog istoka, Azije ili Latinske Amerike, naravno, uz akcentovani sukob između dobra i zla. Napadom na "Svetski trgovinski centar" i "Pentagon" (2001), neizbežno se povećala fascinacija terorizmom, strah i paranoja, što je stvorilo klimu za novi ciklus filmova u kojem se koristi novonastala situacija u javnosti kako bi se, kombinacijom dokumentarnih scena, osećaja straha i mogućnosti masovnog uništenja, pojačao medijski efekat. Takođe, ponavljanje "hladnoratovskog" modela, i to samo u sukobu između globalne imperije, čiji je figurativni predstavnik SAD, i "Al Kaide" ili arapsko-muslimanskog sveta, daje odličnu pozadinu za filmsku produkciju baziranu na spektaklu visoke tehnologije, nasilju i destrukciji kao glavnoj paradigmi medijske kulture. U takvim filmovima ili dokumentarnim emisijama prisutna je teza o "suludim" liderima zemalja ili organizacija koje se ne uklapaju u "Novi svetski poredak" i žele da unište "zapadne vrednosti". Dakle, to je teza o vrednostima, koju je doneo hegemoni sistem, i o "neposlušnim varvarima" koji se nalaze na obodu takvog sistema.

Holivudska fascinacija terorizmom može se videti još za vreme Drugog svetskog rata. Klasik ovog žanra bio je film Alfreda Hičkoka (Alfred Hitchcock) pod nazivom "Saboter" – *Saboteur* (1942). Ovaj film podseća javnost na mogućnost pojave terorizma bilo gde, odnosno na to da zlo može da bude prisutno svuda, čak i na najneočekivanim mestima. Sličan narativ pojavio se u Hičkokovom sledećem filmu pod nazivom "Senka sumnje" – *Shadow of a Doubt* (1943), i postao je šablon za mnoge buduće filmove o terorizmu. Nakon Drugog svetskog rata, mogli smo da vidimo niz filmova inspirisanih "Hladnim ratom", kao na primer *Pick up South Street* (1953) i *Invasion of the Body Snatchers* (1956). Šezdesetih godina XX veka uočavamo novu fazu u terorističko-akcionim filmovima, s pojavom ranih filmova o Džejsu Bondu (James Bond). U tim filmovima prikazuju se mračne terorističke grupe koje

se bore protiv “zapadnih interesa”. Agent Bond lako uništava negativce, oslanjajući se na svoju “britansku inteligenciju”. Nasuprot fanatične arapsko–muslimanske ideologije, koja se javlja kasnije kao model za pravljenje tendencioznih, ideologiziranih filmova, Džems Bondovi protivnici više su bili hladni politički neprijatelji koji su radili na ostvarenju međunarodne komunističke zavere (primer: “Doktor No” – *Dr. No*). U Terens Jangovom (Terrence Young) “Tanderbolu” – *Thunderball* (1965) vidimo teroristu neprijatnog izgleda i ponašanja (igra ga Adolpho Celi) koji planira da aktivira ukradenu nuklearnu glavu ako mu se ne isplati 280 miliona dolara. Naravno, Bond (Šon Koneri – Sean Connery) uspešno izvršava zadatak i “neutrališe” neprijatelja, pokazujući još jednom ideološku i propagandnu paradigmu o nepobedivosti sveta difuznog spektakla. Ovaj film prepun akcionih scena i podvodnih specijalnih efekata postaje matrica na osnovu koje će se u sledećem periodu promovisati vrednosti i mit o nesalomivosti difuznog spektakla i ideologije čiji je promoter među naivnim masama gledalaca. Međutim, egzotični narativi bazirani na zavodljivosti terorizma i efektne pobede “dobra” nad “zlim”, nekoliko desetina godina kasnije pretvorili su se u noćnu moru kada se dogodio 11. septembar; sve je bilo kao na filmu, kao da je narativ prešao put od egzotike do bizarnosti.

Od osamdesetih godina XX veka, nakon “Hladnog rata”, holivudska industrija preselila je svoje motive na teritoriju Bliskog i Srednjeg istoka, gde se još uvek odvijao arapsko–izraelski sukob. U tim filmovima, arapske militantne grupe zamenile su mesta s komunističkim neprijateljem. Čak i veliki broj filmova, kao što je “Delta fors” – *Delta Force*, napravljeni su, po rečima Bagsa (Boggs) i Polarda (Pollard), u Izraelu ili pak izraelskim sredstvima. U tim filmovima, neprijatelji (Arapi) su prikazani kao polucivilizovani teroristi, surovi kriminalci koji su zaslužili odmazdu. Čak i glumac Li Marvin (Lee Marvin), koji glumi u filmu “Delta fors”, kaže: “Volim ono što je na filmu prikazano... Publika voli da vidi kada loši momci dobiju ono što zaslužuju. To je dobra stara američka osveta.” U trećem delu istog filma izložena je ista suština kao i u prvom delu. Palestinci su označeni kao nuklearni teroristi koji su spremni da unište Majami. Uz prepoznatljivi povik *Allah u akbar*, oni pokušavaju da izvedu akciju, ali bivaju osujećeni u poslednjem momentu. Sličan scenario nastavlja se i u filmu koji je režirao Polanski [Polanski], “Izbezumljen –

Frantic (1988), gde glavnu ulogu igra Harison Ford (Harrison Ford), u kome nekoliko pijanih arapskih kidnapera spremaju nuklearnu katastrofu. Ovakvo rasističko prikazivanje Arapa, Daglas Kelner upoređuje s prikazivanjem Jevreja u nacističkim i fašističkim režimima dvadesetih i tridesetih godina XX veka. Sve ovo govori o ideološkom delovanju medija, a naročito filmske industrije, koja je imala, i još uvek ima, važnu ulogu u promovisanju dominantne hegemonije pozicije “super-sile”. Estetizacijom politike i interesa moćnih putem filmske industrije, stvara se sve veći javni strah od novih terorističkih epizoda, što je neka vrsta kulturne paranoje koja treba da olakša i dâ smisao vojnom delovanju, da ga učini “normalnim” i “iščekivanim” zbog “opšte bezbednosti”.

Propaganda kroz akciono–herojske narative Holivuda

Društvo imperijalnog spektakla, čiji je lider SAD, koristi terorizam i predstavlja ga kao monolitnu tvorevinu opasnu po čovečanstvo. Tako stvara utisak u javnom mnjenju da je povećanje vojne moći logična posledica političke i realne situacije. U vremenu u kojem je svetska politika postavljena na principima borbe dobra i zla, demokratije protiv tiranije, civilizacije protiv varvara, imperijalna administracija je u mogućnosti da razvija sve vitalne funkcije pogodne za ratni sistem.

Ovakvo stanje Holivud je promovisao kroz akciono–herojske narative koji su nasleđe Džona Vejna (John Wayne), Džejmisa Bonda (James Bond), Ramba (Rambo) i Švarcenegera (Schwarzenegger), a čije ratne uloge ovi glumci više duguju hipermuskulaturi i individualizmu nego rutinskim operacijama u pentagonskoj ratnoj mašini.

Naravno, za teroriste, snovi o pobedi uvek propadnu u poslednjem minutu zahvaljujući hrabrosti nekog ratnog mega heroja. U filmu “Istinite laži”, taj ratni heroj je Švarceneger, koji uspeva nadljudskom akcijom protiv terorizma da spasi svet od katastrofe. Uz to, on uspeva da promoviše tezu o neophodnosti stalnog vojnog usavršavanja, kako bi se predupredio “loš scenario” po čovečanstvo. Sličan scenario možemo primećiti u filmovima “Patriotske igre”, “Mirotvorac” i “Opsada”. Film pod nazivom “Avionska jedinica” nosi zaplet u kojem američki predsednik (glumi ga Harison Ford) osujećuje teroristički plan svojim hrabrim pod-

vigom. Novi super heroji, kao i oni pre njih, poput Vejna i Bonda, mogu da zadovolje ali i proizvedu fantazije američkog gledaoca o herojskoj borbi protiv neprijatelja iz “drugog prostora”, “ideološki zatrovanog”, ponekad “bezimenog”, ali prepoznatljivog na osnovu ranijih “paradigmatičnih” filmova – neprijatelja koji vrebava i predstavlja potencijalnu pretnju.

Ovakve slike i narativi u medijskoj kulturi čine središte “supersile” izolovanim i nepoznatim s globalnim reperkusijama njihovog spoljašnjeg vojnog i ekonomskog delovanja. Kao što Ziaudin Sardar (Ziauddin Sardar) i Meril Dejvis (Meryl Davies) pišu: “Amerika ima moć i kapacitete da odbije samorefleksiju. Tačnije, to je nacija koja je unapredila tradiciju odbijanja samorefleksije.” U ovakvoj atmosferi, Holivud ohrabruje državnu kulturu koja stvara uslove nekontrolisane imperijalne moći. Filmska industrija, kroz zapadne vojne filmove, uveliko je angažovana u legitimisanju imperijalnog nasilja i osvajanja.

Poslednji ciklus terorističko–akcionih filmova predstavlja još jedan nastavak ovakve logike. Tokom istorije SAD-a, različite forme državnog nasilja koristile su se kao instrument da bi se postigli tzv. nacionalni interesi. Kao što se može očekivati, u svakoj kampanji protiv onih koji su označeni kao zlo, nasilje preuzima katarzične crte. U isto vreme, diskursi nasilja reflektuju se duplim standardima u američkoj javnoj sferi. Na primer, oružje za masovno uništavanje ne sme niko drugi da ima osim njih, jer ti drugi će ga upotrebiti za masovno uništavanje, dok će ga Amerika (“plemenito”) upotrebiti za podršku i širenje demokratije. Slike u holivudskim filmovima “pre-dimenzionirane” su, kako bi se apostrofirala impresivnost (*Larger-than-life*) i nužnost odbrane od želje neprijatelja za razaranjem “civilizacije”. To daje vitalnost propagandi zastupljenoj u holivudskim filmovima. Uslove za takvu propagandu stvorila je holivudska zaostavština: blistava tehnologija, zavodljiva kinematografija, brze akcione scene, priče o herojima koji se bore protiv “groznih čudovišta”, a ono što je najvažnije – ta industrija koristi zabavu i sve njene prateće efekte kako bi prikrila propagandu.

Zaključak

Današnja medijska kultura izrodila je novu kategoriju ljudskih bića, kategoriju antijunaka, negativnog ju-

naka, terorista koji su, na izgled, opčinjeni savremenim oblikom džihada. Takvi identiteti postoje s one strane istorije, politike, psihologije – identiteti zli i iracionalni koje “normalni” način interpretacije ne može da razume. Čak su i komunisti i fašisti prikazivani kao motivisana ljudska bića s određenim idejama, interesovanjima, kao kukavice, ali ipak kao deo razumljivog univerzuma, dok su teroristi prikazani kao “ljudi” čija je jedina svrha da prouzrokuju veliku bol i patnju.

Ono što u današnje vreme novinari i političari nazivaju terorizmom, preciznije se može razumeti kao način političkog delovanja, što reflektuje i pomaže u kreiranju nasilnog društva spektakla, u kome se prodoran osećaj straha, uznemirenosti i paranoje svakodnevno reprodukuje.

Analiziranjem političkog polja nakon napada na “Svetski trgovinski centar”, s jedne strane susrećemo se s paradoksom u kome je radikalni islam identifikovan od dominantnih medija kao očajnički povratak na preindustrijske, fundamentalističke, antizapadne vrednosti, u suprotnosti s modernim univerzumom – urbanim, birokratskim, visoko tehnološki globalističkim sistemom, u kome medijska kultura konstantno oblikuje elemente popularne, “konstruktivne” i “kooperativne” svesti. S druge strane Bodrijar je, čini nam se ispravno, video terorizam kao drugu stranu globalnog mondijalizma, koji je moguć samo preko napredne tehnologije, geografske mobilnosti i otvorenosti komunikacije. Zato je snažni internacionalni terorizam, oličen u “Al Kaidi”, u korespondenciji s transnacionalnim korporativnim sistemom. Ekonomska, kulturna i politička globalizacija hrani međunarodni terorizam, bio on državni ili nedržavni, dok se imperijalno nasilje širi vojnim udarima, napadima i destrukcijom – istim onim karakteristikama koje su integrisane u holivudsku filmsku industriju. Zato se globalni terorizam ne pojavljuje samo kao virtuelna forma koja uzvraća udarac američkom sistemu već kao druga strana neoliberalne globalizacije – kao njen odgovor, ma koliko on bio surov, “antiurban” i “anticivilizacijski”.

Preko medijske kulture promovišu se mnogi oblici spektakla (strah, estetski iracionalizam, označavanje neprijatelja...) koji služe da daju smisao vojnom delovanju i da ga učine društveno prihvatljivim. U tome,

kao što smo rekli u tekstu, prednjači filmska industrija, koja preko podsticajnog modela stvara uslove za destruktivno delovanje i promoviše interese globalne "supersile". Sve ovo o čemu smo pisali ukazuje na to koliko je snažna sprega između medijske kulture i destrukcije, i koliko su destruktivni sadržaji paradigmatični za same medije. Da zaključimo, medijska kultura je "zahvalno polje" za stvaranje utiska neophodnosti i nužnosti imperijalnog delovanja, iza kojeg se obično kriju interesi moćnih finansijskih i političkih elita, a destruktivni i senzacionalistički sadržaji u medijima jesu podsticajni modeli preko kojih se takvi interesi promovišu i predstavljaju kao opšti.

Bibliografija:

- Anders, Ginter. "Svet kao fantom i matrica", preveo: Bojan Kaćura, Prometej, Novi Sad, 1996.
- Debor, Gi. "Društvo spektakla", prevod, priprema i prateći tekstovi: Aleksa Golijanin, Anarhija/blok 45, drugo izdanje, radna verzija, 2004.
- From, Erik. "Anatomija ljudske destruktivnosti", preveli: Gvozden Flego i Vesna Marčec, Naprijed, Zagreb, 1975.
- Hacker, Frederick. "Crusaders criminals crazies: Terror and Terrorism in Our Time", New York: W. W. Norton, 1976.
- Hofman Brus. "Unutrašnji terorizam", preveo: Lazar Matura, Narodna knjiga, Beograd, 2000, str. 121.
- Mek Kvin, Dejvid. "Televizija", prevela s engleskog: Marija Đorđević, CLIO, Beograd, 2000.
- Negri, Hard. "Imperija", preveo s engleskog: Miroslav Popadić, IGAM, Beograd, 2005.
- Virilio, Pol. "Od terora do apokalipse, Svet posle 11. septembra", Nova srpska politička misao, posebno izdanje 4, Beograd, 2002.
- Volin, Šeldon. "Politika i vizija", preveo s engleskog: Slobodan Damnjanović, Filip Višnjčić, Službeni glasnik, Beograd, 2007.
- Ziaudin Sardar, Meril Dejvis. "Why do People hate America", Icon Books Ltd. UK, 2003.

Vebografija:

- Carl Boggs, Tom Pollard. "Hollywood and spectacle of terrorism", New Political Science 9/06, 17.10.2006; <http://www.ocnus.net/cgi-bin/exec/view.cgi?archive=103&num=26261>
- Kellner, Douglas. 9/11, "Spectacles of terror and media manipulation: A Critique of Jihadist and Bush Media Politics"; <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/>

MILENA KOSTIĆ

UDK 821.111'01.09-13:398
821.111-13:004.928

BEOWULF AND TECHNOLOGY - FROM ORAL TRADITION TO COMPUTER ANIMATED SILVER SCREEN PRODUCTION

Apstrakt: *U radu se bavim različitim vidovima beleženja priče o jednom od najprominentnijih junaka anglosaksonskog herojskog kodeksa, "Beovulfa" – od usmene herojske poezije koja se prenosila s kolena na koleno od sredine 7. veka, preko pisane transkripcije teksta hrišćanskih monaha u 10. veku, koji su ovu sagu o heroju obogatili hrišćanskim elementima, do raznih modernih verzija "Beovulfa", npr. irskog pesnika Šejmusa Hinija i škotskog pesnika Edvina Morgana. Posebno mesto u radu zauzimaju dve filmske adaptacije istoimenog epa – naučnofantastična verzija Grejema Bejkera iz 1999. godine, kao i kompjuterski animirana verzija Roberta Zemekisa iz 2007. godine. U zaključku ističem činjenicu da će ova saga uskoro dobiti raznovrsnije oblike u skladu s razvojem najnovije tehnologije – pored kompjuterski animirane igrice, u izradi je i kompjuterski animirana verzija crtanog filma "Beovulf".*

Ključne reči: *usmena poezija, pisana transkripcija, kompjuterska animacija*

Key words: *oral tradition, written transcription, computer animation*

It has generally been agreed that the heroic epic *Beowulf* was composed between the middle of the seventh and the end of the tenth century. All the main features of the heroic narrative can be traced in this poem – it is told in an elevated language (originally Anglo-Saxon or Old English) which reflects the deeds

and adventures of a noble individual on whose actions the destiny of the whole tribe depends. Although the poem was composed in England, the events described take place in Scandinavia, where Beowulf, one of the greatest warriors in the land of the Geats (a territory situated in what is now southern Sweden), comes to the land of the Danes in order to help king Hrothgar kill a man-eating monster called Grendel and his monstrous mother Grendel's Dam. In a final climactic encounter, Beowulf slays another monster, the fire-breathing dragon, a threat to the security of his people, but he also meets his own death and enters the legend as a warrior of high renown. This is the crux of the original story of *Beowulf*, a part of the oral tradition that the Anglo-Saxon scop handed down from generation to generation, which reflects their system of values, the patriarchal world view which took firm roots after the arrival and settling of the Teutonic tribes on the British Isles starting with the fifth century.¹

It is precisely this oral tradition of scops that ensured the first version of this heroic narrative, going back to the middle of the seventh century, as already suggested. However, the story of Beowulf developed a life of its own, when, probably during 10th century, it was transcribed by a Christian monk, who, in accord with his Christian point of view, furnished the story with Christian motifs which are clearly contrasted to its pagan content. Although the core of the story – the hero slaying monsters – remained the same, the change of the medium for telling the story – from the oral tradition to the first instance of the written (transcribed) version of the text – brought about new insights into the old story.

The passage most revealing of its Christian rhetoric in the epic is the one that deals with the description of an evil monster Grendel and his raids on Heorot:

Then an evil spirit who dwelt in the darkness
Endured it ill that he heard each day
The din of revelry ring through the hall,
The sound of the harp, and the scop's sweet song.

¹ For the illustration of the main features of the Anglo-Saxon Heroic Code see Petrovic L., *Quest Myth in Medieval English Literature*, Univerzitet in Niš, 1999, pp.51-73, and Lopičić V., *British Studies Course Book*, Tibet, Niš, 2003, pp. 28-50.

A skillful bard sang the ancient story
Of man's creation; how the Maker wrought
The shining earth with its circling waters;
In splendor established the sun and moon
As lights to illumine the land of men;

....

So the lordly warriors lived in gladness,
At ease and happy, till a fiend from hell
Began a series of savage crimes.
They called him Grendel, a demon grim
Haunting the fen lands, holding the moors,
Ranging the wastes, where the wretched wight
Made his lair with the monster kin;
He bore the curse of the seed of Cain
Whereby God punished the grievous guilt
Of Abel's murder.²

This passage is structured round a major contrast, that of light and darkness, which indicates the crucial difference between the two realms – the realm of man and the realm of nature. This contrast existed in the original oral version of this story; however, in the Christianized version, it contains additional implications. The representative of the man-made world is the king with his thanes in the mead-hall. The atmosphere in the mead-hall is idyllic: the din of revelry ring and the singing of the scop are the elements that point to the idea of the mead-hall as the centre of communal life and the symbol of human success over nature. The threat to an idyllic life in the mead-hall is Grendel, the representative of nature. The creature is lonely and rejected by the humans. Every night he goes to the mead-hall and listens to the song of the bard – quite symbolically, the bard sings about the Creation, i.e. he expresses the Christian view of the Creation of the world, according to which, God has created the earth, sun, moon, man and “every creature that breathes and moves”. Grendel, who in the Christianized version of the story becomes a “fiend from hell” and “demon grim”, disrupts this festive mood, however, not before the reader becomes aware of the fact that the monster is not mentioned in the song of the Creation. The passage quoted contains a negative moral evaluation of the inhuman out-

² All quotations from *Beowulf* refer to the version of this epic in *Oxford Anthology of English Literature*, Vol.I, eds. Kermode F. and Hollander J., 1973, p.31.

sider and carries the moral condemnation of Grendel – he is also seen as an offspring of Cain, despised because of the sin of killing his own brother, Abel, which is an obvious Biblical allusion. That is why the mead-hall, Heorot, becomes, in the Christianized version of the epic, a moral fortress against the elemental forces of nature threatening from the outside. This is the way a Christian monk who transcribed the epic inserted into it Christian allusions which are in direct contrast to its pagan world view.³ To modern readers, this passage can also contain an unconscious justification of Grendel’s viciousness: the creature, envious of the bliss in the mead-hall, is enraged because of not being mentioned in the song of the Creation, and by raiding the mead-hall and slaying the warriors aggressively claims his right to be acknowledged by them.

This version of the *Beowulf* saga expands our previous knowledge about this warrior, but is, at the same time, indicative of the way the original story appeared to a scribal scholar. In her study *The Printing Revolution in Early Modern Europe* (1993), Elizabeth Eisenstein does not talk about *Beowulf*; however, her conclusion about the role of the scribal scholars is rather applicable to this epic. She writes about the difficulties the scribes encountered when transcribing texts and emphasizes that they “had only one version to consult and no certain guidance as to its place or date of composition, its title or author”⁴. Although it may seem that the scribe’s view of this story is rather narrow and strictly defined within the boundaries of the Christian worldview, Eisenstein also pays her respect to the scribes by suggesting that “the more thoroughly we are trained to master the events and dates contained in modern history books, the less likely we are to appreciate the difficulties confronting scribal scholars who had access to assorted (oral or written)

³ This analysis of the poem sums up the view held by Joseph Campbell. (See Campbell J., *The Masks of God: Creative Mythology*, Penguin Books, 1986, pp. 113-23). This view has been recently challenged by James W. Earl, who, in his study, *Thinking about Beowulf* (1994), argues that the Christian version of the epic represents an original literary work, written by a Christian poet during or after the conversion period and reflecting a harmonious merging of the pagan and Christian world views.

⁴ Eisenstein E.L., *The Printing Revolution in Early Modern Europe*, Cambridge University Press, 1983, p. 6

records, but lacked uniformed chronologies, maps, and all the other reference guides which are now in common use.”⁵

The scribal culture was replaced by the print culture that took place in 15th century, nowadays known as the Age of Gutenberg. Eisenstein’s standpoint coincides with the opinion of the majority of scholars who perceived the printing press to be the most revolutionary discovery in the development of mankind: “A new method for duplicating handwriting – an *ars artificialiter scribendi* – brought about the most radical transformation in the conditions of intellectual life in the history of Western civilization.”⁶

However, in the case of *Beowulf*, the advantages of the printing revolution would not have been used if it had not been for a Christian monk who transcribed this narrative – he is to be given credit for preserving it, because the poem today exists in one manuscript only (the transcribed version) and our knowledge about it was attained more or less by chance – the unique copy is now to be found in the British Library, which barely survived a fire in the eighteenth century. This copy of the epic was then transcribed and titled, re-transcribed and edited, translated, adapted and printed, interpreted and taught, until it has become an acknowledged classic. For decades it has been a set book on English syllabuses at university level all over the world.

In the 1997 *Beowulf Handbook* edited by Robert Bjork and John Niles, Marijane Osborn lists some twenty full or partial English translations of *Beowulf*, and that is by no means a complete list. Some have been produced by distinguished scholars (J.R. Clark Hall and C.L. Wrenn, E.T. Donaldson, Constance Heatt), some by rated poets (Edwin Morgan, Burton Raffel, Kevin Crossley-Holland, Michael Alexander)⁷. However, the translation that the scholars nowadays turn to for the appreciation of *Beowulf* is the one by Seamus Heaney. Heaney, a Nobel Prize winner, was offered to translate the epic for *The Norton Anthology of English*

⁵ Ibid., p.7

⁶ Ibid., p. 106

⁷ See Bjork R. and Niles J., eds., *Beowulf Handbook*, Lincoln, University of Nebraska, 1997

Literature. “Like it or not, Heaney’s *Beowulf* is the poem now, for probably two generations”⁸, claims Tom Shippey, who wrote a review of Heaney’s translation for *The Times Literary Supplement* (1999).

Here is the summary of Heaney’s account of the translation:

I have not followed the strict metrical rules that bound the Anglo-Saxon *scop*. I have been guided by the fundamental pattern of four stresses to the line, but I allow myself several transgressions. For, example, I don’t always employ alliteration, and sometimes I alliterate only in one half line. When these breaches occur, it is because I prefer to let the natural ‘sound of sense’ prevail over the demands of the convention: I have been reluctant to force an artificial shape or an unusual word choice just for the sake of correctness... In the course of the translation, various deviations, distortions, syncopations and extensions do occur; what I was after first and foremost was a narrative line that sounded as if it meant business and I was prepared to sacrifice other things in pursuit of this directness of utterance.⁹

Heaney claims that for generations of undergraduates, the appreciation of the narrative presented basically just a matter of construing the meaning, getting a grip on the grammar and vocabulary of Anglo-Saxon, and being able to recognize, translate and comment upon random extracts that were presented in the examinations. On the other hand, the scholars’ interest in the epic had been textual and philological; later, a research was conducted into analogues and sources of the story, this movement turned into a quest for stories and episodes in the folklore and legends of the Nordic peoples that would be analogous to the episodes in *Beowulf*. As already suggested, scholars were also preoccupied with the exact time and place of the poem’s composition, paying special attention to linguistic, stylistic and scribal details. In

⁸ Shippey T., “Beowulf for the Big-Voiced Scullions”, *Times Literary Supplement*, October 1, 1999, p. 9

⁹ <http://www.wvnorton.com/college/english/nael/beowulf/intro-beowulf.htm>

addition, the attempts were made to have the history and genealogy of the dynasties of Swedes, Geats and Danes established; and they devoted themselves to a consideration of the world-view behind the poem, asking to what extent the newly established Christian religion influenced the narrative of the epic. However, when it comes to considering *Beowulf* as a work of literature, one publication stands out, claims Heaney:

In 1936, the Oxford scholar and teacher J.R.R. Tolkien published an epoch-making paper entitled '*Beowulf: The Monsters and the Critics*', which took for granted the poem's integrity and distinction as a work of art and proceeded to show in what this integrity and distinction inhered. Tolkien assumed that the poet had felt his way through the inherited material – the fabulous elements and the traditional accounts of a heroic past – and by a combination of creative intuition and conscious structuring had arrived at a unity of effect and a balanced order. He assumed in other words, that the *Beowulf* poet was an imaginative writer rather than some kind of back-formation derived from nineteenth-century folklore and philology. Tolkien's brilliant literary treatment changed the way the poem was valued and initiated a new era – and new terms – of appreciation.¹⁰

Among many contemporary scholars who showed their interest in this Anglo-Saxon epic, I was particularly drawn to Edwin Morgan's appreciation of it. As already suggested, Edwin Morgan, a Scottish poet, was engaged in the translation of *Beowulf*. However, it was not his translation of the epic, but the title of one of his poems that caught my attention – *Grendel*. The monster is the key protagonist and the whole

¹⁰ Ibid. *Beowulf: The Monsters and the Critics* was a 1936 lecture given by J. R. R. Tolkien on literary criticism on the *Beowulf*. This paper is regarded as a formative work in modern *Beowulf* studies. In this talk, Tolkien speaks against critics who play down the fantastic elements of the poem (such as Grendel and the dragon) in favour of using *Beowulf* solely as a source for Anglo-Saxon history. Tolkien argues that rather than being merely extraneous, these elements are the key to the narrative and should be the focus of study. In doing so he drew attention to the previously neglected literary qualities of the poem and argued that it should be studied as a work of art, not just as a historical document. (See Tolkien J.R.R., *The Monsters and the Critics*, George Allen & Unwin, London, 1983).

story is retold from its point of view, which shows that Morgan, just like Heaney, was inspired by Tolkien's insight into the importance of monsters in *Beowulf*.

Here is the beginning of the poem:

It is being nearly human
gives me this spectacular darkness.
The light does not know what to do with me.
I rise like mist and I go down like water.
I saw them soused with wine behind their windows.
I watched them making love, twisting like snakes.
I heard a blind man pick the strings and sing.
There are torches everywhere, there are faces
swimming in shine and sweat and beer and grins and
greed.¹¹

The reason I have decided to quote this poem is that it reflects the first set of binary oppositions in the original work already mentioned in this paper – light vs. dark, but with a difference. In Morgan's version of the story, darkness is not evil or terrifying; on the contrary, it is spectacular. Morgan's Grendel is relieved that it is partly human, since being a human implies a movement within man-made light, and it, a creature from nature, can move only in natural surroundings – within mist and water. All is light in Hrothgar's mead-hall, there are torches everywhere, the scop sings about the brave deeds of the heroes; however, there are also grins, greed, sweat, alluding to man's depravity. This is precisely the point that I find most interesting, and is definitely very useful for digesting and humanizing monsters, an approach completely contrasted to the oral tradition and Christianized version of the same story: the monster is being presented as more human than man himself. What I particularly like about this poem is that Morgan does not stop here – he continues criticizing the human:

There are candles in the sleazy bowers, the whores
sleep all day with mice across their feet.
The slung warhorn gleams in the drizzle,
the horses shift their hooves and shiver.
It is all a pestilence, life within life
and movement within movement, lips meeting,
grooming of mares, roofs plated with gold,
hunted pelts laid on kings,

¹¹ Quoted in Morgan E., *New Selected Poems*, Carcanet, Manchester, 2000, p. 123

neck veins bursting from greasy torques,
pouches of coins gamed off, slaves and outlaws
eating hailstones under heaven.

This is obviously Morgan's way of describing the crisis in the Anglo-Saxon heroic outlook. At this point, I have to return to the matriarchal period in which there existed a sacred bond between man and nature, i.e. when man worshipped both the creative and destructive aspect of nature and perceived death, not as a terrifying event, but as a return to the bosom of the Great Mother. In the patriarchal period man stopped believing in the natural cycle of repetition, nature became demonized, horrifying and later, with the coming of Christianity, as already stated in this paper, even morally evil. So all that is evil was projected onto Grendel, Grendel's Dam and the Fire Dragon and banished from the community whose center became the mead-hall – man-made, created for the sake of protection from the liquid, chaotic, messy nature.

Morgan utterly disagrees with this point of view. The warriors' life – eating, drinking, fighting – is presented as futile and pointless (even a poor horse shivers at the sound of the warhorn), a mere pestilence, resulting in a climactic rhetorical question: "Who would be a man?" He not only reveals that patriarchal outlook is far from the ideal but also that harmony, order, balance and peace could be found exactly in nature that patriarchal man rejected and perceived as demonic. The following few lines of the poem allude to an excerpt from Bede's *Ecclesiastical History of British People* called *The Parable of the Sparrow*.

In *The Parable of the Sparrow*, human life is seen, allegorically, as a brief moment of light resembling the sparrow's flight from the darkness into the bright mead-hall and flying out into another darkness. This parable emphasizes the reasons for accepting Christianity as an official religion by the British: since the heroic code could not give answers to the existential questions (Who created us? Where do we go to after we die?), king Edwin decided to accept the new religion that provided people with answers to these questions (for example, life-after-life became a certainty and not the Great Unknown as thought before) and, at the same time, made transcendental God omnipotent. However, Morgan's version of the parable is totally different:

Who would be the winter sparrow
that flies at night by mistake into a lighted hall
and flutters the length of it in zig-zag panic,
dazed and terrified by the heat and noise, and smoke,
the drink fumes and the oaths, the guttering flames,
feast-bones thrown to a snarl of wolfhounds,
flash of swords in sodden sorry quarrels,
till at last he sees the other door
and skims out in relief and joy
into the stormy dark?

According to him, it would have been better for the poor sparrow not to have entered the hall at all, because that is the only way to avoid the curse of being human. Therefore, Morgan takes his Grendel back to the black grove, black lake and black sky, the genuine source of life, where the initial rites in the glory of the Great Goddess originally took place, and concludes:

Black grove, black lake, black sky,
no shoe or keel or wing undoes your stillness
as I plod through the fens and prowl
in my own place and sometimes stand many hours, as
now,
above those unreflecting waters, reflecting as I can
on men, and on their hideous clamorous brilliance
that beats the raven's beaks into the ground
and douses a million funeral pyres.

The reflections on man possessing 'clamorous brilliance' that is not properly put into action but whose end is 'a million funeral pyres' bring us to the question first formulated by Tolkien: who is the real monster in *Beowulf*?¹²

¹² At this point, I find it very useful to quote the concluding stanza of the poem *Old Maps and New* by Norman MacCaig, another Scottish poet, that deals with the modern monsters and reflects the idea presented in Morgan's poem:

There are spaces still to be filled
Before the map is completed –
Though these days it's only
In the explored territories
That men write, sadly,
Here live monsters.

This poem is a sad comment on the failure of the dream of urban civilization. According to MacCaig, real monsters can be found in civilized cities, and not in almost vanished wilderness, which is exactly the point that Morgan makes in his *Grendel*, and, after all, the idea presented in this modern reading of the epic. (Quoted in Petrovic L., *Quest Myth in Medieval English Literature*, p. 44)

In order to portray the variety of modern presentations of the *Beowulf* saga, a shift should be made from the print culture to film culture, a medium rather popular nowadays, which leads the way to certain problematic issues. One of the burning questions that humanist scholars raise nowadays is whether books (or literature in general) will become obsolete in the age characterized with the advent of new technological developments. Concerning the film culture, it seems that every teacher of literature undergoes the same nightmare – the students refuse to read the original work and, instead of it, watch a filmed version of it, whose message is, in most cases, very different from the message conveyed in the original work. However, a teacher of literature should also bear on his mind that in the age in which the technologies of knowledge and communication flourish, the reading of the original literary text will have to be (and is) radically different in comparison to the period in which the literary canon was established. Therefore, the following part of the paper will deal with various filmed versions of *Beowulf*. Special attention will be paid to a shift from the original ideas in the epic and the new forms that these ideas take on film.

The film *Beowulf* (1999) was directed by Graham Baker, written by Mark Leahy and David Chappe and takes place in a post-apocalyptic, techno-feudal culture suggestive of the popular culture we are shaped by nowadays. This science fiction/fantasy film, starring Christopher Lambert, is fairly true to the story of the original poem, while other plot elements deviate from the original poem – Hrothgar, whose wife commits suicide, has an affair with Grendel's Dam and they have a child together, Grendel. Although this deviation from the original text remains unexplained in the filmed version, the viewers (the majority of whom is not even familiar with the original *Beowulf* story) are to be impressed by the special effects used in creating a post-industrial looking castle that defends the borders of an unnamed kingdom, and the hero itself who fights his way through a garrison that guards the castle because of the superstitious belief that anyone who comes out will spread darkness into the world and prevents them from coming out or going in. The last scene shows Beowulf who kills

Grendel by stabbing him and then kills his mother by stabbing her and cutting a fire vent placed in front of her, causing flames to engulf her and consume the castle. Beowulf escapes the falling castle with Kyra, Hrothgar's daughter. The castle is destroyed, with Beowulf and Kyra the only survivors.

Critical reactions to the film have been mixed, but most of them were quite unfavourable. Danél Griffin of *Film as Art* said the film “understands that liberties must be taken with the poem’s characters to create a more cinematic experience, and there are moments that, even in its liberties, it reveals a deep appreciation for the poem, and a profound understanding of its ideas. There are other moments, however, that seem so absurd and outlandish that we wonder if the writers, Mark Leahy and David Chappe, have even read the poem.” Griffin added that “Lambert is certainly effective,” but concluded that “clever ideas aside, the film is unfortunately mediocre at best. The set design and some of the revised storyline are both stupendous, but the overall experience makes for poor cinema.” Nathan Shumate of Cold Fusion Video Reviews stated in the similar manner: “Perhaps it’s truly impossible to come up with a definitive film version of this epic. But I wouldn’t want to make a judgment on that simply due to this attempt’s mediocrity.”¹³

Apart from this (rather unsatisfactory) filmed version of the epic, a new computer animated version appeared in 2007. Directed by Robert Zemeckis, this computer animated – performance capture fantasy film included some of the most popular actors in the world nowadays – Anthony Hopkins (king Hrothgar), Ray Winstone (Beowulf), Angelina Jolie (Grendel’s Dam), Crispin Glover (Grendel) and John Malkovich playing a character who is not given enough space in the original version, Unferth, the King’s most trusted advisor, similar to Shakespeare’s Polonius, who challenges Beowulf’s credibility.

The technology used for the film animation was motion capture in which the director uses virtual camera to choose camera angles from the footage. This technology is also used to create three-dimensional im-

¹³ The critical appreciation of the film is obtained from [http://en.wikipedia.org/wiki/Beowulf_\(1999_film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Beowulf_(1999_film)).

ages of characters.¹⁴ Robert Zemeckis had an interesting view of the main hero. The director insisted that the character Beowulf should resemble depictions of Jesus Christ believing that a correlation could be made between Christ's face and a universally accepted idol, which is his way of alluding to the Christianized version of the epic.

Some of the changes made by the film as noted by scholars include: the style and tone of the dialogue – not presented in a dignified manner as in the original epic; the portrayal of Beowulf as a flawed man rather than a standard hero; the addition of Christian elements and the portrayal of Unferth in this context; the hedonism in Heorot; the vision in which Beowulf becomes the ruler of Denmark (instead of his native Geatland); the portrayal of Grendel's mother as a “seductress” and her seduction of Hrothgar, making him the father of Grendel, and making Beowulf the father of the dragon, as well as the elimination of the battle sequence between Grendel's mother and Beowulf which, in the poem, ends with her death; the portrayal of King Hrothgar as a “hedonistic lout,” or “a drunk and womanizer”.

In addition, similar to the versions of *Beowulf* already discussed in this paper, philosophy professor Stephen T. Asma argues that “Zemeckis's more tender-minded film version suggests that the people who cast out Grendel are the real monsters. The monster, according to this charity paradigm, is just misunderstood rather than evil. The blame for Grendel's violence is shifted to the humans, who sinned against him earlier and brought the vengeance upon themselves. The only real monsters, in this tradition, are pride and prejudice. In the film, Grendel is even visu-

¹⁴ Over 450 individual graphic designers created new animation tools for facial, body, and cloth design. The elements of keyframe animation were incorporated in the film to capture the facial expressions of the actors. To aid in the process of rendering the massive quantities of information, the development team used cached data. In the cases that using cached data was not possible, the scenes were rendered using foreground occlusion, which involves the blurring of different overlays of a single scene in an attempt to generate a single scene film. So much data was produced in the course of the creation of the film, that the studio was forced to upgrade all of its processors to multi-core versions, which run quicker and more efficiently. ([http://en.wikipedia.org/wiki/Beowulf_\(2007_film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Beowulf_(2007_film)))

ally altered after his injury to look like an innocent, albeit scaly, little child. In the original *Beowulf*, the monsters are outcasts because they're bad (just as Cain, their progenitor, was outcast because he killed his brother), but in the film *Beowulf* the monsters are bad because they're outcasts. Contrary to the original *Beowulf*, the new film wants us to understand and humanize our *monsters*."¹⁵

As for the critical reception of the film, this version appears to be much better rated than the 1999 version. Giving *Beowulf* three out of four stars, Roger Ebert argues that the film is a satire of the original poem. *Time* magazine critic Richard Corliss describes the film as one with "power and depth" and suggests that the "effects scenes look realer, more integrated into the visual fabric, because they meet the traced-over live-action elements halfway. It all suggests that this kind of a moviemaking is more than a stunt. By imagining the distant past so vividly, Zemeckis and his team prove that character capture has a future." *Rolling Stone* critic Peter Travers argues that "The eighth-century *Beowulf*, goosed into twenty-first century life by a screenplay from sci-fi guru Neil Gaiman and *Pulp Fiction*'s Roger Avary, will have you jumping out of your skin and begging for more. I've never seen a 3-D movie pop with this kind of clarity. It's outrageously entertaining."

There are some less favourable reviews, though. Although the special computer animated effects are praised, some performances of the actors are criticized as not being persuasive. Tom Ambrose of *Empire* gives the film four out of five stars. He argues that *Beowulf* is "the finest example to date of the mo-capabilities of this new technique. Previously, 3D movies were blurry, migraine-inducing affairs. *Beowulf* is a huge step forward. Although his Cockney accent initially seems incongruous, Winstone's turn ultimately reveals a burgeoning humanity and poignant humility." Justin Chang of *Variety* argues that "Zemeckis prioritizes spectacle over human engagement, in his reliance on a medium that allows for enormous range and fluidity in its visual effects yet reduces his characters to 3-D automatons. While the technology has improved since 2004's *Polar Express*

¹⁵ Ibid.

(particularly in the characters' more lifelike eyes), the actors still don't seem entirely there. *Beowulf* is more vocally than visually commanding."¹⁶

The latest instances of the *Beowulf* saga include *Beowulf: The Game*, a video game based on the film for PC and consoles. It was released on November 13, 2007 in the United States. The characters are voiced by the original actors who starred in the film directed by Zemeckis. On November 1, 2007, *Beowulf: The Game* was released for mobile phones. At the moment, a computer animated cartoon *Beowulf* is being worked on – full of mutating graphics and minatory stereophonics.

In conclusion, having presented the technological variety of the *Beowulf* saga – from the oral tradition to computer animated silver screen production – I would like to dwell on the question of the possibility of the existence of the literary canon in the world of electronic media. When asked about his perception of the canonical literature in the future, Andy Warhol claimed that every text would be canonical for fifteen minutes. In his essay *The Literary Canon in Technological Obsolescence*, William Paulson argues that “once all relevant sources have been placed in electronic storage media, and all students and teachers are fully connected via terminals in the electronic university, there will be little practical incentive to teach with (or against) standard anthologies, such as the *Norton Anthology of English Literature*.”¹⁷ So what does the future hold for the teachers of literature and interpreters of the canon? I suggest that a critical look at connections between the canon and technology should be undertaken in order to understand which aspects of canonical reading might be preserved and which rejected in the age in which the technologies of knowledge and communication are radically different from those that shaped the notion of a literary canon. Therefore, I would like to conclude this paper with Paulson's statement: “Obviously [the mode of print] is not an alternative into which language and literature people should nostalgi-

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Paulson W., “The Literary Canon in Technological Obsolescence”, in *Reading Matters*, eds. Tabbi J. & Wutz M., Cornell University, 1997, p. 231

cally retreat, denying the reality of the changes in and around their libraries and campuses. Rather, as teachers of language, literature and culture, we should think critically about what printed, canonized literature has (or had) to say as a medium – what it has made possible and excluded, favored and hindered, in comparison with other media – so as to consider what of it should be preserved or cultivated, rather than allowed to disappear.”¹⁸

REFERENCES:

- Bjork R. & Niles J., eds., *Beowulf Handbook*, Lincoln, University of Nebraska, 1997
- Campbell J., *The Masks of God: Creative Mythology*, Penguin Books, 1986
- Earl J.W., *Thinking about Beowulf (1994)*, Stanford University Press, 1994
- Eisenstein E. L., *The Printing Revolution in Early Modern Europe*, Cambridge University Press, 1983
- Kermode F. & Hollander J., eds., *Oxford Anthology of English Literature*, Vol.I, 1973
- Lopicic V., *British Studies Course Book*, Tibet, Nis, 2003
- Morgan E., *New Selected Poems*, Carcanet, Manchester, 2000
- Paulson W., “The Literary Canon in Technological Obsolescence”, in *Reading Matters*, eds. Tabbi J. & Wutz M., Cornell University, 1997
- Petrovic L., *Quest Myth in Medieval English Literature*, Univerzitet u Nisu, 1999
- Shippey T., “Beowulf for the Big-Voiced Scullions”, *Times Literary Supplement*, October 1, 1999
- Tolkien J.R.R., *The Monsters and the Critics*, George Allen & Unwin, London, 1983
- <http://www.wwnorton.com/college/english/nael/beowulf/introbeowulf.htm>
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Beowulf_\(1999_film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Beowulf_(1999_film))
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Beowulf_\(2007_film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Beowulf_(2007_film))

¹⁸ Ibid., p. 246

PERCEPTION AND PERCEPTABILITY: ISSUES OF GAZE AND EMASCULATION IN *HIGH FIDELITY*

Apstrakt: *U radu se razmatraju mehanizmi pogleda u romanu i u filmu "High Fidelity". To podrazumeva identifikaciju lika s pozicijom posmatrač/subjekt, što je tipično muška pozicija, ili prizor/objekt, što je tipično ženska pozicija. Ovakvo definisane rodne kategorije nisu univerzalne ili prirodne kategorije, već društveno određene kategorije povezane s određenim osobinama (muški – dominantan, agresivan; ženski – pasivan, povučen). U članku se analiziraju i implikacije takve identifikacije, moguće posledice nemogućnosti da se zauzme željeni položaj, te mogući načini kompenzacije.*

Ključne reči: *pogled, emaskulacija, (ne)vidljivost, "High Fidelity"*

Key words: *gaze, emasculation, (in)visibility, High Fidelity*

Introduction

"The importance of the concept of identification – which has traditionally been central to theories of character¹ – lies in its ability to mediate between char-

¹ This paper is an abbreviated version of the seminar paper for the exam Characterization in Anglo-American Literature mentored by Prof. dr Vladislava Gordić-Petković, to whom the author would like to express sincere gratitude for all her helpful comments and suggestions.

acter as a formal textual structure and the reader's structured investment in it".² What readers invest is interplay of inference, deduction and interpretation, a process which ultimately leads to the privileged position of making sense. However, any narrative, particularly that belonging to the fictive universe, is always mediated by the process of narration – it is presented to the reader from a certain point of view, be that of the omniscient narrator, or, perhaps, of the involved character. In this respect, it is possible to distinguish between a narrator who speaks and a reader who sees. Acts of speaking and seeing "implicitly invoke a gaze: a look that the subject(s) whose perceptions organize the story direct at the characters and acts represented".³

The theoretical concept of gaze has its origins in film theory and relates to the ways of identification with regards to visual pleasure. In the Western cultural context, the spectator is typically male (identification with this position involves scopophilia, which in turn involves either voyeuristic or fetishistic modes of identification) and the spectacle is typically female (identification with this position involves narcissism). This kind of socio-sexual context allows a re-interpretation of the modes of narrativization and characterization. The categories of masculinity and femininity are not considered to be universal or natural categories of sex/gender, but rather discursive constructs, socially determined categories that are associated with certain features (male – dominant, assertive; female – submissive, passive) and that are analyzed in the artistic process.

The goal of this paper is to consider the relation between the gaze, as a phenomenon explained along gender lines, and the concepts of masculinity and emasculation, in the novel and the film *High Fidelity*.

*"The Most Pathetic Man in the World"*⁴

The narrative, structured through a series of monologues with interludes of mediated speech of other

² Frow J., *Spectacle Binding on Character*, *Poetics Today*, 7(2), Durham: NC, 1986, 243.

³ Newman B., "The Situation of the Looker-On": Gender, Narration and Gaze in *Wuthering Heights*, *PMLA*, 105(5), New York, 1990, 1029.

⁴ Hornby N., *High Fidelity*, London, 2000, 109.

characters, opens in the present day, where we see Rob Fleming, the protagonist and the narrator, as he, enticed by a recent break-up with his long-term girlfriend Laura, ponders over his past relationships and the way they affected his life. He seems frank about the state of affairs he is in – single, owner of a failing business, living in a modest flat, wearing cheap clothes. He admits that the only time he felt truly happy was when he was working as a DJ in a London club. From the perspective of the dynamics of gaze, this is quite revealing. As a DJ, he is the ultimate voyeur. He is in an elevated, or an otherwise removed position in relation to the dance floor, where he has the premier spot for gazing at people dancing. Identifying himself as the subject who gazes, he is assuming a masculine position, with numerous objects at his disposal. This sense of masculinity is reinforced by the knowledge that others are literally dancing to his tune. It is there that he meets Laura. He admits that he did not notice her straight away – “... there were prettier women there, and when you’re looking on in that idle kind of way, it’s the prettiest ones you look at”.⁵ What ultimately makes her memorable is her “radical lawyer spiky hair (...) and scary blue eyes”.⁶ She returned a gaze and it was scary. However, this startling sensation of fear is, for the time being, only temporary. She asks him to play a song which proved in the past to clear the dance floor – she struggles with it and ends up the only one dancing, the only object for him to gaze at.

The relation between seeing and being seen, controlling and being controlled seems to be one of the thematic concerns of the novel. At the beginning of his longest and most mature relationship, he thinks that Laura’s eyes are scary. As Newman points out “a woman who “looks a return” at a man threatens to immobilize him, to deprive him of his self-command, to render him stock-still – practically to paralyze him”.⁷ Laura’s appearance in this scene, with her spiky hair and scary eyes, reverberates as an image of Freud’s castrating “Medusa’s Head”.⁸ Freud’s inter-

⁵ Ibid, 68.

⁶ Ibid, 68.

⁷ Newman B., op. cit. 1030.

⁸ Freud S., *Sexuality and the Psychology of Love*, New York, 1963, 212.

pretation of Medusa's head, actually, includes the terror of castration linked to the sight of female genitals. He further develops his assertion by pointing out that the virgin goddess Athena wears this symbol on her dress, rightly repelling sexual desire. However, in most literary representations, Medusa's power is presented in her staring eyes. Thus, regarding the subject-object position, it is Medusa's gaze that castrates – the awareness of her returned look may be understood as the refusal to be subjugated to the position of the object. "If the woman looks, the spectacle provokes, castration is in the air, the Medusa's head is not far off; thus, she must not look, is absorbed herself on the side of the seen".⁹ In other words, to exchange one's position of the subject for that of the object of the gaze is to relinquish one's power and control and to become emasculated. This is a potent sign of Rob and Laura's upcoming roles and relationship dynamics.

Later recounting the episode of their first encounter, he feels that Solomon Burke's song "Got to Get You Off My Mind" he plays is the key song in his seduction of her. Ironically, however, he fails to realize that he is not seducing her, but that it is the other way round – she asks for the song, knowing that it is one of his favorites. After she is left almost alone on the dance floor, she continues her play of seduction, feeling certain that she has captured his gaze, raised his interest. This perhaps explains why, even though he instinctively recognized her as a Medusa figure, he did not retreat or retire. From his point of view, he was controlling the situation.

The issue of control has a dominant place in his life.

"If I could only control the when and how of being dumped by somebody, then it wouldn't *seem* as bad. Then, of course, it wouldn't be rejection, would it? It would be by mutual consent. It would be musical differences. I would be leaving to pursue a solo career" (*italics mine*).¹⁰

When one controls the precise moment of the end of a relationship, then one is able to maintain the pre-

⁹ Heath S., *Difference, Screen*, 19, Glasgow, 1978, 88.

¹⁰ Hornby N., *op. cit.* 85.

tence. In just few short lines, Rob manages to jump from a position of the person being “dumped” to the one who is “leaving”. Even though, the reality of the break-up would not change (he would still be the one “dumped”), in other people’s eyes, and more importantly, in his own eyes, his reputation would *seem* unblemished. By giving excessive attention to the way he looks to others, Rob is actually putting great care into his image of masculinity. “Men are under the constant careful scrutiny of other men. Other men watch us, rank us, grant our acceptance into the realm of manhood. Manhood is demonstrated for other men’s approval. It is other men who evaluate the performance”.¹¹ In general culture, there are several areas where masculinity is most often demonstrated. One of them is the area of sexual relationships – the greater the number of sexual escapades, the more masculine the image. In Rob’s case, however, the focus is not on the number of relationships or on the experience he gained from them, but, rather, on the way each of them ended and how that affected him. The novel begins with a list of Rob’s top five most painful break-ups. Readers follow a story of chronologically ordered events in Rob’s love-life, from first adolescent intimacies at the playground, over his, if not more mature, then at least more experienced high school and college relationships, to a bitter, rebound liaison. The reason for this reminiscing is to show that all these relationships have a commonality – in all of them it was the girlfriend who broke up with him. Rob’s earlier relationships with girls, rather than being a symbol of his virility and a manly story for his mates, are germane to his future romances. Key issues of cuckoldry and infidelity, which were established during the early stages of his love life, resonate in his later relationships. The lesson that he takes out of the whole dating experience is that he is doomed to act out the same recurring chain of events which ultimately leads to him being rejected and single. As a rule, he is left after each break-up with a feeling of inadequacy, for all of his girlfriends reject him in favor of someone else. Ending up in a passive, object position as the one being left behind, he is further emasculated by the knowledge that he was compared with

¹¹ Magill D., *Masculinity in male-authored fiction, 1950-2000: keeping it up*, Middletown, 2005, 9.

another man, and that he was found wanting in comparison. It would, then, seem fairly masochistic to engage oneself once again in an act that would ultimately end in emasculation. Yet, Rob is adamant to either repair his relationship with Laura, or to begin anew with someone else. The reason for this is that for Rob, single status, as opposed to the sexually aggressive and adventurous men, actually mainly relates to loneliness. This is most evident in the scene with “The Most Pathetic Man In The World”.¹² He too, like Rob, is out at the cinema with his parents on a Sunday night, where he recognizes in Rob a “*kindred spirit*” (italics in original).¹³ Far from seeing singlehood as a convenient state for gaining sexual experience, Rob feels that the main task of one’s partner is to save them from pitiful looks and from “the pit where the permanently single live with their mums and dads”.¹⁴ Loneliness and rejection, chief emotions connected with being single, as deeply private issues turn unbearable upon the prospect of becoming visible and seen.

A desire for invisibility

Marie LaSalle appears in the second section of the novel as a personification of Rob’s greatest snobbish fantasy – a prospect of a relationship with a musician. She arrives after his break-up with Laura and is immediately portrayed as a tantalizing figure. She is fairly accomplished, independent and sexually aggressive. Once again, he is not interested in a sexual encounter, but in a relationship with her.

“I’d want her to write songs at home, and ask me what I thought of them, and maybe include one of our private jokes in the lyrics, and thank me in the sleeve note”.¹⁵

Constantly aware of other people’s evaluating gazes, he feels empowered by the thought of what people would conclude about him from seeing him with a musician. Their romance is, however, short-termed,

¹² Hornby N., op. cit. 109.

¹³ Ibid, 110.

¹⁴ Ibid, 110.

¹⁵ Ibid, 49.

lasting only one night. On Rob's part, the relationship is not a case of seduction and conquest, but rather a timid and submissive surrender. The chosen setting is not his flat, but hers, placing him at the position of the spectator. This allows him to make conclusions about her lifestyle, her personality, her financial state, in short, to make her the spectacle, rather than be the one on display, the object of her gaze. Soon afterwards, however, self-consciousness takes over. Before the act even begins, he is already comparing himself to all other lovers she has ever had, believing he will prove inadequate. As consequence, he is paralyzed.

“Marie pushes me away so that she can have a look at me and, rather than let her see me gazing blankly into space, I squeeze my eyes tight shut”.¹⁶

Having started from the position of a spectator, he is now the spectacle, not even being capable of meeting her look. The deal is done – from there on, he will not be able to reassume the subject position, but will, instead, remain passive and apathetic. What is more, this means that he sees no future with her. He is not in this position for the first time, so he knows that he will ultimately be rejected in favor of someone else. However, she is still a musician, a symbol of his greatest fantasy. How can he reject the possible fulfillment of a dream? He can, because he has already imagined the relationship and virtually lived it. She is demystified, made common and ordinary. She is no longer Marie-the-musician, but Marie-the-sad-and-rejected. The relationship ends before it even has a chance to begin properly.

“I like Marie a lot, she's funny and smart and pretty and talented, but who the hell is she? (...) Surely there's a better, safer, more friendly place for me than this?”.¹⁷

Rob is once more expressing a desire to be kept safe, to be rescued and, above all, to belong. Social anthropologist Roger Callois¹⁸ suggests a possible mecha-

¹⁶ Ibid, 95.

¹⁷ Ibid, 101.

¹⁸ Callois R., *The Mask of Medusa*, trans. George Ordish, New York, 1974, 40-41.

nism for becoming a part of a social group. He points to certain instances of excessive visibility in the animal world when survival is not the primary objective of mimicry. If we are to assume that this aesthetic instinct is not superfluous, then it serves a certain function: disguise becomes a “mode of sociability”,¹⁹ the survival is given an extended definition, which would include concepts beyond the biological dimension. “Camouflage is the blending of an animal into the pattern, the environment; it is a search for invisibility. (...) With men too, invisibility is an ever recurring desire”.²⁰

For Rob, there are two social groups he desires to blend in with. One is minimal, comprised only of him and a woman. The second group is the infinite group of men, and it is his desire to pass off as one of them. Real men, those who are members of the club of real men, are not supposed to worry about their appearance. They are not supposed to question their own subjectivity. Acceptance into this club is earned by acting the same, by assuming a subject position, which function is to disguise – to allow the subject the luxury of not standing out. There is comfort and safety in the acceptance, for one receives validation from the entire group. In this respect, camouflage, or acting like the other members of the group, is an attractive endeavor because it makes one unmarked. How is one, then, to act in order to be accepted into the privileged group of masculine men? There seems to be a great deal of confusion and inconsistencies. Every subsequent generation of men feels an abrasion between the concepts of inherited manhood that is to be strived for and other experiences to which they try to fit their masculine ideals.

“I’m happy to be a bloke, I think, but sometimes I’m not happy being a bloke in the late twentieth century. Sometimes I’d rather be my dad. He never had to worry about delivering the goods, because he never knew that there were any goods to deliver; he never had to worry about how he ranked in my mother’s

¹⁹ Ibid, 75.

²⁰ Ibid, 87.

all-time one hundred, because he was first and last on the list”.²¹

Nonetheless, there are certain masculine ideals that are impervious to time. Eisler, Skidmore and Ward²² point out that, in order to be perceived as masculine, men need to be conquering in sex and work, prevail in situations which require fitness and strength, must not be perceived as emotional and thereby feminine and must repress tender emotions, since showing emotions is restricted in traditional masculine customs. Rob hardly qualifies in any of the requirements. His record-shop is not bringing any amount of money that would make others envy him and the work itself is not stimulating or interesting. Staying true to his impassive role, even though he knows his job is detrimental to his image, he does not act.

“Sometimes I look at my shop (...) and at my regular Saturday punters, and I know exactly how those residents of Pompeii must feel (...). I’m stuck in this pose, this shop-managing pose, for ever (...)”.²³

During the few weeks immediately after Laura left him, he takes great pride in the fact that she did not hurt him, and that their ended relationship had no greater significance in his life, so much so that it did not even make it to his top-five list of most painful break-ups. With regards to the criterion of repressed emotionality, this certainly qualifies him as manly. Emotional breakdown, nevertheless, inevitably arrives, and it is considerable and public. While watching Marie LaSalle perform for the first time, surrounded by audience consisting of mostly men, he bursts into tears to a Peter Frampton cover. This emasculating flood of emotions does not come, however, as a sudden realization of the lost love or some other similar feeling. It comes, in fact, after he learns that, once again, there is another man. Worse still, this other man is his former upstairs neighbor whom Rob dubbed “a demon lover”,²⁴ and “knowing that a

²¹ Hornby N., op. cit. 94

²² Eisler R., Skidmore J., Ward C., Masculine Gender-Role Stress: Predictor of Anger, Anxiety and Health-Risk Behaviours, *Journal of Personality Assessment*, 52(1), Toledo: OH, 1988, 133-141.

²³ Hornby N., op. cit. 19.

²⁴ Ibid, 58.

successor is better in bed is impossible to take”.²⁵ His tears are, thus, the tears of rejection and humiliation.

Aware of the fact that he is unable to mimic these external manifestations of masculinity, he is socially excluded from the group of successful, self-actualized men. Ironically, however, he does not realize that these manifestations are subordinate to a man’s own sense of masculinity and, hence, subjectivity. This can, perhaps, best be illustrated by going back to the position of a DJ in which Rob felt happiest and most comfortable. While it is true that in his DJ booth he was removed from the dance-floor and was in a perfect position for gazing at people, at the same time he was, reciprocally, in the most prominent position in the entire club. While there are many people dancing, there is only one DJ, who is being evaluated both for his taste in music and the ability to combine songs so that the dance-floor is never empty, as well as for his physical appearance. The job was not prestigious, it did not pay much, and still Rob felt the most masculine in his life. The reason for this is that, during that time, he never once questioned his subjectivity, he never once thought that he was out of place. Self-doubt arises when he wonders what visual and auditory perception others have of him, or in other words, when he starts to analyze his own objectness. As consequence, he cannot act out masculinity and is left out of the group he desires to blend in with. As a way of repairing this, Rob creates his own microcosm in which he can stand on the side-line, blending in with the décor of the shop and, if prompted to step up, assume a position of mastery and control, because of his infinite knowledge of music and trivia. Again, the issue of control assumes a central position in his interpretation of masculinity. The area in which he is able to regain control is music and the place is his shop, Championship Vinyl. There, he surrounds himself with people who are like him, creating his own group of men, as a substitute for the one which he was denied access to. He can, finally, *act like others* and become unmarked.

This microcosm is governed by a different set of rules. Music is the only currency and a token of “same-sex

²⁵ Ibid, 58.

friendship and homo-social male bonding”.²⁶ Besides being the most important signifier in his relations with other men, music is relevant for his relations with women. After numerous rejections and disappointments in his earlier relationships, in his adult years he finds a new way of conversing with women – through his compilation tapes. His cassettes tell a story.

“To me, making a tape is like writing a letter – there’s a lot of erasing and rethinking and starting again. (...) You’ve got to kick off with a corker, to hold the attention (...) and then you’ve got to up it a notch, or cool it a notch, and you can’t have white music and black music together, unless the white music sounds like black music, and you can’t have two tracks by the same artist side by side, unless you’ve done the whole thing in pairs and ... oh, there are loads of rules”.²⁷

This is actually his narrative, with songs as his voice. By carefully ordering songs, “rethinking and starting again”, he is making sure that the message is received the way he intended – he is controlling the woman’s perception of the narrative, directing her probing gaze. After Rob and Laura meet for the first time, he promises to make for her a cassette which would include the Burke song, which has overt seductive overtones. Cassette, thus, becomes his mediator, a way of keeping away in the safe distance, avoiding her returning look. During their entire relationship he keeps giving her compilations, not as a selfless gesture for the person he loves, but with a calculated intent. This becomes evident when she moves out. She does not take any of his gifts because, as she points out, they are all from the period “when you were trying to turn me into you”.²⁸ Laura’s song request during their first encounter raises interest in Rob, for he recognizes much of his own music taste in her. “In every choice of a love-object the libidinal energy is al-

²⁶ Keskinen M., (2005), *Single, Long-Playing and Compilation: The Formats of Audio and Amorousness in Nick Hornby’s High Fidelity*, *Critique: Studies in Contemporary Fiction*, 47(1), Washington DC, 2005, 14.

²⁷ Hornby N., op. cit. 69.

²⁸ Ibid, 160.

ways borrowed from the ego, and always ready to return to it".²⁹ He wants to mould her into someone who would share his music interest, into someone he can easily love.

His proposal to Laura, with whom he eventually reunites, is the first act he does in order to push the story/his life forward. It is impossible to say whether this change is permanent or not – he has declared at least once before that he is “a different person”.³⁰ The very end, however, may be more revealing. He is back at the DJ position, comparing the scene in front of him to an ending of a film he has been watching. He is identifying himself with the cinematic gazer, which is the quintessential *immasculating* position, finally feeling comfortable with his sex/gender role.

High Fidelity – the film

Though the numerous song titles in the novel trigger an immediate and rich auditory association for the main character and act as a kind of a spokesperson for his current state of mind, for the less-knowing reader they are little more than mere strings of words. Building up from the narrative, it is a privilege of *High Fidelity*, the film, to add the auditory dimension to the story and the character and provide its audience, upon hearing the sounds from artists such as Belle and Sebastian, The Beta Band and The Velvet Underground, with the complete experience.

The story is, for the most part, faithful to the novel. John Cusack, portraying the character of Rob, narrates in the form of on-screen, straight-to-camera monologues. Rob assumes the same affected role of a self-assured, cynical man he does in the novel, effectively placing himself in the position of a mediator, filtering the audience's perceptions, so that he is certain that he is “the kingpin of all he surveys”.³¹ In terms of the theory of gaze, this mechanism of subjectification provides Rob with the masculine position of a spectator, which he could otherwise occupy with

²⁹ Laplanche J. and Pontalis J., *The Language of Psycho-Analysis*, London, 1980, as quoted in Frow J., op. cit. 242.

³⁰ Hornby N., op. cit. 184.

³¹ <http://www.bfi.org.uk/sightandsound/review/385>, last updated: 27th June 2007, accessed: 31st July 2009.

great difficulty. Furthermore, this staged confidence represents a conscious effort to appeal to the maturity of the audience who should see through it and discover a helpless adolescent. In other words, this serves as a way of manipulating the audience into warming up to Rob.

The world of Chicago's Championship Vinyl, much the same as its London counterpart from the novel, is emphatically a male world. There, Rob is the "unchallenged taste-meister, mapping out the parameters of acceptable and unacceptable music, gently shepherding customers towards records they did not come in to buy, but he knows will enrich their lives".³² Women are intruders, so much so that they are not allowed a proper characterization, but are diminished to one-dimensional punch lines of jokes or prospects of a fulfilment of male fantasies. This is rightly so, for it is through the filter of Rob's eye and mind that we see them. The only female character that approaches the roundness of most male characters in the film is Laura. She assumes the role of a grounded mother-figure, of someone who will help Rob realize the truth behind his snobbish, adolescent fixations and, consequently, grow up. She is, in this respect, a figure of authority, intimidating and potentially emasculating. There is infinitely much more understanding for the male characters, for it is from each other that they draw approval and gain security. This is also evident in the absence of any real critique of their style of life and their philosophy.

The only added subplot to the story deals with Rob's involvement in managing a pair of young skaters/grunge musicians. Though it may seem that it only functions as a way of widening the targeted audience, it, nevertheless, contributes to a notably different ending: the new circumstances leading up to Rob's final sense of immasculation are a result of his own actions, rather than being the result of a "late birthday present"³³ from Laura, as they are in the novel. In this respect, the film offers a more promising perspective. Indeed, combined with Stevie Wonder's up-

³² Ibid.

³³ Hornby N., *op. cit.* 229.

beat song “I Believe”, the film ends on an undeniably optimistic note.

Conclusion

There is a great paradox in the concept of masculinity – men gain validation from other men who evaluate their performance, and yet to show that one cares about his masculine image is to be perceived as feminine. Camouflage becomes a very important mechanism for asserting one’s subjectivity – it is designed to disguise. However, subjectivity is a frail concept. The crisis takes place once the subject realizes that he is both the surveyor and the surveyed, in looking at oneself through the implied gaze of others. This is always connected with the idea that the gaze is omnipresent, not belonging either to the subject or to the object. In a patriarchal society, a gaze is a way in which men assert their dominance over women. If a woman does look, it is to validate the man. In a democratic society, the gender-explained categories of subject and object are discourse and context bound constructs, rather than biological, and are in connection with relations of power signification. The issue of control is dominant.

Rob is, in the end, triumphantly back in the DJ position, where he is both the supervisor and the controller. Immasculated by this new sense of power, he starts thinking of a new compilation for Laura, one which would contain the things she likes. He feels secure about relinquishing his attempts to re-mould her, and hence, control her. This is only seemingly so, because the compilation is his narrative to her, a version of her favorite songs that is mediated by him.

v
ISTRAZIVANJA





MESTO EKRANSKE KULTURE U NAŠIM ŽIVOTIMA

Apstrakt: U tekstu se govori o dve vrste "ekranske kulture": 1) televizijske, koja se zasniva na grupi aktivnih odašiljača i masi pasivnih primalaca poruke, i 2) mobilno-internetske, čije je ključno obeležje interaktivnost i odsustvo publike u klasičnom smislu reči. Tekst se zasniva na empirijskim podacima iz istraživanja dnevnog korišćenja vremena, koje je sprovedla kompanija TNS Medium Gallup i Fakultet za kulturu i medije Megatrend univerziteta. Istraživanje je sprovedeno na nacionalno reprezentativnom uzorku populacije starije od dvanaest godina u decembru 2008. (uzorak od 1.600 ispitanika) i martu 2008. godine (600 ispitanika). Dok generacija od šezdeset jedne i više godina dnevno provodi 205,16 minuta gledajući TV, svega 0,58 koristeći internet i 5,23 minuta razgovarajući mobilnim, generacija od 12 do 17 godina gleda TV svega 114,82 minuta, 70,95 minuta provodi na internetu i 14,89 u razgovoru mobilnim telefonom. Autor zaključuje da klasična, pasivna TV publika polako nestaje pred aktivnom komunikacijom putem interneta i da je medij sve manje makluanovski produžetak čula, a sve više produžetak našeg intelekta, emocija, jednom rečju, naše ličnosti.

Ključne reči: dnevna ekonomija vremena, televizijska publika, korisnici interneta

Key words: daily time use research, TV audience, internet users

Uvod: "Dve vrste ekranske kulture"

Ova izuzetno aktuelna tema, inspirativno formulisana kao ekranska kultura, već na prvi pogled suočava nas s pitanjem da li danas (još) postoji samo jedna ekranska kultura. Rasprave koje se vode o ovoj temi najčešće su usredsređene na televizijski ekran. Kada je to u pitanju, onda se uglavnom piše o pasivnosti gledaoca, kao i o agresivnoj propagandnoj poruci bilo koje vrste koja sve više usmerava naše živote i u velikoj meri upravlja njima.

No, čini se da takav pristup pomalo zastareva. Naime, i kao tehnološko sredstvo i kao simbol, ekran je, danas, u različitim oblicima i na više načina ušao u naše živote. Uz televizijski, na koji se opravdano svaljuje

najveća krivica za pasivizaciju publike, tu je i ekran računara koji, ipak, ima sasvim drugačiju ulogu, bilo kao neizostavno sredstvo rada, bilo kao veza s internetom. Konačno, tu je i treći ekran, onaj na mobilnom telefonu¹. On je sćušan, ali najagilniji jer nezadrživo napreduje i ka prvom i ka drugom: verovatno će se prelaskom na digitalnu televiziju izroditi iz toga jedno veliko tehnološko objedinjavanje, tako da ćemo ući u svet mobilne slike i zvuka u kome smo na stalnoj otvorenoj vezi s drugima – medijima, mrežama i pojedincima. I sama televizija kao medij dobiće time neke odlike ova druga dva medijuma: pre svega, veću interaktivnost, posvećenost igri i komunikaciji uopšte... Moglo bi se reći da je to sasvim novi vid društvenosti, bez pandana u dosadašnjoj istoriji. Televizija se, tako, nalazi pred velikim izazovom ove druge grupacije mobilne komunikacije, kako masovne (internet) tako i interpersonalne (klasična funkcija mobilnog telefona).

Prethodna razjašnjenja bitna su za ono što želimo da izložimo u ovom tekstu: u njemu ćemo se baviti poređenjem rasprostranjenosti ova dva tipa ekranske kulture u današnjem srpskom društvu. U radu ćemo pokušati da oslikamo stepen (meru) tehničke i kulturne prisutnosti ekrana u našim životima. U ovom ćemo se osloniti na rezultate iskustvenog istraživanja dnevnog budžetiranja žitelja Srbije koje su, pod rukovodstvom autora, u decembru 2008. (prvi talas) i u martu 2009. godine (drugi talas), izveli *TNS Medium Gallup* i Fakultet za kulturu i medije Univerziteta Megatrend. Istraživanje je sprovedeno u formi dnevnika na uzorku od 1.600 ispitanika² u prvom talasu i 600 ispitanika u drugom. Oba uzorka reprezentuju populaciju žitelja Srbije stariju od dvanaest godina³ (opširnije o ovom istraživanju, videti: Branković, 2009).

¹ Istina, mobilni nije medij masovnog komuniciranja (poput televizije i interneta), u smislu odašiljanja jedne poruke masi primalaca, ali on svakako jeste izuzetno značajan medij interpersonalnog komuniciranja, te ga, stoga, uključujemo u ovu raspravu ravnopravno s druga dva starija medija.

² Uzorak je dovoljno veliki da mogu da se izvedu veoma precizne procene. Primera radi, za procenu broja sati koje prosečan žitelj Srbije provede u komuniciranju, iskazanu u satima s decimalama (4,4625 za celu populaciju), mogućnost greške za nivo preciznosti od 99% je 0,222, a za nivo preciznosti od 95% svega 0,169.

³ Prema popisu iz 2002, istraživana populacija starosti od dvanaest i više godina procenjuje se na oko 6.500.000 ljudi. Muškaraca ima oko 48,6% (ili 3.160.000), a žena 51,4% (ili 3.340.000).

Osnovna svrha ovog teksta je, u stvari, da na osnovu rezultata pomenutog istraživanja dâ kvantitativnu dimenziju fenomena koji se ovde razmatra: koliko vremena dnevno provodimo za ekranom? Kakva je to promena u odnosu na društvo i pojedinca od pre pola veka? Koji se sadržaji najviše prate i koriste posredstvom ekrana, i kakva je, u tom pogledu, razlika između dva pomenuta tipa ekranske kulture? Da li nas “ekranski” život i kultura odvlače od neposredne komunikacije licem u lice?

1. Pogledajmo najpre koliki deo vremena provodimo pred ekranom kao medijem u komunikaciji, bilo masovnoj bilo interpersonalnoj.

	prosečan žitelj	uzrast 12–17 godina	61 godina i više
Gledanje TV-a: ukupno minuta	155,40	114,82	205,16
Internet: ukupno minuta	30,38	70,95	0,58
Razgovor mobilnim: ukupno minuta	13,34	14,89	5,23
Ukupan broj poslatih i primljenih SMS-ova	11,70	35,67	1,05

Tabela: *Vreme koje prosečan žitelj Srbije i pripadnici najmlađe i najstarije starosne grupe provedu u gledanju TV-a, na internetu, u razgovoru mobilnim, kao i broj poslatih SMS-ova u toku jednog dana.*

Nema sumnje da televizija kao medij suvereno dominira u odnosu na preostala dva: u ukupnom vremenu koje prosečan žitelj naše zemlje provede pred ova tri medija, TV učestvuje sa 78 odsto, internet s 15, a mobilni (ne računajući poruke, koje nismo merili vremenom već brojem) sa 7 odsto.

Nažalost, kod nas ne postoji dovoljno istraživanja sa sličnim nalazima da bi se mogle izvoditi procene trenda. Međutim, pokušali smo da nalaze predstavimo tako da se ipak mogu naslutiti neke naznake trenda. Gornja tabela nam pokazuje da, u ukupnom vremenu posvećenom ovim medijima kod osoba sa šezdeset jednom i više godina, TV učestvuje s 97%, internet sa svega 0,3%, a mobilni telefon s 2,7%. Kod najmlađe grupe obuhvaćene istraživanjem (starost od 12 do 17 godina), TV je “spala” na 57 odsto, internet je porastao na 35, dok je mobilni uglavnom na nivou proseka populacije, ali višestruko veći u odnosu na najstariju grupu. Razlika između ove dve grupe više je nego jasna i kada je u pitanju broj poslatih i primljenih poruka.

Ovi podaci nam ukazuju na to da će značaj i uloga TV-a u godinama koje dolaze značajno opadati u korist interneta i mobilnog, ili možda u korist nekog metamedija koje će u sebe integrisati sva tri sadašnja; u svakom slučaju, opadaće učešće današnjeg koncepta televizije s dve jasno odeljene grupe: aktivnih odašiljača i pasivnih primaoca poruka.

2. Da bismo stekli jasniju predstavu o dubini promena koje su dovele do toga da danas govorimo o dva tipa ekranske kulture, prikazaćemo uporednu tabelu o glavnim kontigentima vremena u toku jednog prosečnog dana današnjeg čoveka i prosečnog dana žitelja Srbije od pre nešto više od pola veka. Za to će nam poslužiti slično istraživanje koje je 1965. godine sproveo Institut za sociološka istraživanja u Beogradu na uzorku od 2.144 ispitanika, pod rukovodstvom dr Predraga Aleksića (Aleksić, 1973); naziv istraživanja bio je “Budžet vremena gradskog stanovništva”⁴.

	2008.	1965.	razlika '08-'65
spavanje	7,53	7,6	-0,07
gledanje TV-a	2,62	0,8	1,82
slušanje radija	1,05	1,4	-0,35
čitanje štampe i knjiga	0,42	0,6	-0,18
ukupno mediji	4,78	2,8	1,98
obroci	0,96	1,1	-0,14
sport, rekreacija, šetnja	0,33	0,2	0,13
kupovina	0,14	0,5	-0,36
poseta kulturnim događajima	0,06	0,1	-0,04
vreme provedeno na poslu	2,92	4,1	-1,18
kućni poslovi	1,18	3,2	-2,02
vreme u prevozu	0,7	1,3	-0,6
lična nega	0,68	1	-0,32

Tabela: *Uporedivi podaci istraživanja iz 1965. i 2008, iskazani u broju sati tokom jednog prosečnog dana*⁵.

Iz tabele vidimo da se najveća promena desila, s jedne strane, u smanjenju udela vremena ispunjenog obavezama: vreme posvećeno obavljanju kućnih poslova manje je za više od dva sata, a vreme provedeno na radnom mestu za 1,18 sati, što ukupno čini 3,2 sata

⁴ Više o ovom istraživanju i o uporedivosti podataka, videti: Branković, 2009.

⁵ Radi uporedivosti, izdvojeni su podaci samo za gradsku populaciju, jer uzorak iz 1963. reprezentuje upravo tu populaciju.

dnevno. Ako izdvojimo aktivno dnevno vreme, ono koje ostane kada se od dvadeset četiri sata odbije 7,6 sati spavanja, vidimo da novooslobodeno vreme čini petinu aktivnog dnevnog vremena! Drugim rečima, za čitavu petinu aktivnog vremena smanjen je prostor obaveznog a povećan prostor slobodnog vremena, onog koje je stavljeno na raspolaganje pojedincu i društvu. Ako to prenesemo s pojedinca na ravan čitavog osnovnog skupa obuhvaćenog uzorkom, onda možemo da govorimo o uvećanju slobodnog vremena od trinaest i po miliona “čovek–sati” dnevno.

Ta uvećana sfera medija i komunikacije postala je središte ukrštanja interesa i moći jakih društvenih činilaca: politike, krupnog kapitala, čvrstih socijalnih mreža, kao što su sindikati i nevladine organizacije, a u poluperifernim društvima, poput našeg, izraženiji je uticaj i krugova sive ekonomije, polukriminalnih i kriminalnih struktura.

S druge strane, izuzetno je poraslo vreme posvećeno praćenju medija – za čitava dva sata – pa se s pravom može pretpostaviti da su mediji “usisali” gro tog novooslobodenog vremena. No, dramatičnost promena ne ogleda se samo u povećanju medijskog vremena već i u razlikama u njegovoj strukturi. Sredinom 60-ih, radio je zauzimaio polovinu ukupnog medijskog vremena, a danas je ulogu centralnog medija preuzela televizija: sada ona zauzima više od polovine tog vremena, dok je udeo radija spao na nešto više od jedne petine.

3. Sadržaji koji se prate na ekranu:

	prosečan žitelj	uzrast 12–17 godina	61 godina i više	razlika između 12–17 i 61+
TV muzički program	22,99	13,23	27,03	-13,80
TV film	37,26	26,76	30,82	-4,06
TV serije	24,31	21,79	35,21	-13,42
TV inf. program	25,86	3,12	41,11	-37,99
TV obraz. program	6,50	2,61	11,72	-9,11
TV zabavni program	24,05	21,16	44,69	-23,53
TV sport	14,43	26,16	14,56	11,60
ukupno vreme provedeno u gledanju TV-a	155,40	114,83	205,16	

Tabela: Televizijski ekran – broj minuta koje prosečan gledalac i pripadnici najmlađe i najstarije grupe posvećuju pojedinim sadržajima.

Već je konstatovana velika generacijska razlika u ukupnom vremenu provedenom u gledanju televizije, a iz ove tabele uočava se velika razlika i u vrsti programa koji se gleda. Najupečatljivija je razlika u stepenu interesovanja za informativni program: najmlađa generacija više nego desetostruko manje gleda ovu vrstu programa, dvostruko manje gleda televizijski zabavni program, a značajno manje prati i muzički i serijski program. Nasuprot tome, ona dvostruko više gleda sportski program.

Istraživanje “Ponašanje gledalaca: kako se stiče i gubi pažnja TV publike”, koje je autor sproveo sa studentima Fakulteta za kulturu i medije Megatrend univerziteta u martu i aprilu 2007, govori o većoj probirljivosti mladih naraštaja kada je u pitanju TV program. To je razlog što oni klasične televizijske programe (informacije, muzika, filmovi) radije traže na internetu. Obrazloženje je da se na internetu vrlo lako nalazi sve što čoveka zanima, što će reći da je **logika televizije** – “gledaj najavu programa i čekaj da ono što te zanima dođe na red” **zastarela** i da je zamenjuje **internetska logika** – “gledaj i slušaj ono što te zanima istog trenutka kada se zanimanje pojavi”.

	prosečan žitelj	uzrast 12–17 godina	61 godina i više
Internet: ukupno minuta	24,26	81,88	0,26
Slanje i primanje <i>e-mailova</i> : ukupno minuta	1,08	1,39	0,04
Časkanje: ukupno minuta	5,55	29,75	0,02
Igrice na mreži: ukupno minuta	4,28	24,73	0,00
<i>Facebook & My space</i> : ukupno minuta	4,53	20,15	0,00
Poseta sajtovima: ukupno minuta	0,40	5,20	0,00

Tabela: *Broj minuta provedenih na internetu tokom jednog dana i učešće pojedinih aktivnosti.*

Već nam sama struktura sadržaja govori o tome zašto je internet tako popularan medij među mladima. Najviše vremena (37%) provedenog na mreži čini časkanje (popularni *chat*), trideset odsto su *on line* igrice, a dvadeset pet odsto društvene mreže *Facebook* i *My*

space, dok mnogo manje prostora zauzima poseta “sajtovima”, kao i slanje i primanje elektronske pošte. Više nego jasno je da je zajedničko obeležje tri najpopularnija sadržaja upravo **interaktivnost**: tu je, ujedno, i odgovor na pitanje zašto je za mlade generacije ova vrsta ekrana mnogo privlačnija od otuđujućeg i nefleksibilnog televizijskog ekrana.

4. Da li posredovana komunikacija smanjuje obim neposredne? Brz razvoj sredstava komuniciranja izaziva dosta zebnje, a jedno od najčešće postavljanih pitanja jeste: da li snažan rast tehničkih sredstava posredovane komunikacije odvraća ljude od neposredne komunikacije licem u lice? U istraživanju, na čijim nalazima temeljimo ovaj rad, bavili smo se i merenjem opsega različitih vrsta komunikacije među ljudima: licem u lice, fiksnim telefonom, mobilnim, internetom. Ako bi bila razložna hipoteza iz prethodnog pitanja (da moderne tehnologije otuđuju ljude, tj. da, nudeći mogućnost komuniciranja pomoću tehnike, utiču na smanjenje “prirodne” komunikacije licem u lice), onda bi morala da postoji značajna negativna korelacija između ukupnog vremena provedenog u komunikaciji licem u lice i onog u posrednoj komunikaciji. Donja tabela pokazuje upravo taj stepen korelacije.

		ukupna posredna komunikacija izražena u minutima (internet, mobilni, fiksni)
ukupna komunikacija licem u lice izražena u minutima	<i>Pearson Correlation</i>	,208(**)
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,000
	<i>N</i>	1.518
** <i>Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</i>		

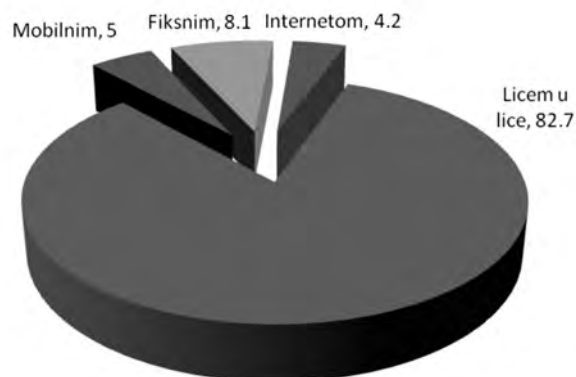
Tabela: *Korelacija između posredne i neposredne komunikacije.*

Kao što vidimo, **nema negativne korelacije** između posredne i neposredne komunikacije. Naprotiv, postoji statistički značajna **pozitivna** korelacija (0,208, značajnost 0,000); ona pokazuje da što je veća posredovana komunikacija, to je veća i ona koja nije posredovana, i obrnuto. Drugim rečima, to znači da osobe koje više komuniciraju posredstvom tehničkih

pomagala, u isto vreme više komuniciraju i uživo, a ta razlika ne može da se smatra proizvodom greške uzorka.⁶

Ovaj pomalo neočekivani zaključak mogli bismo da protumačimo i na sledeći način: postoje komunikativnije i manje komunikativne osobe; prve se više koriste tehničkim sredstvima, da bi zadovoljile svoju natprosečnu potrebu za komuniciranjem. Nalazi su logični i ako se ima u vidu sledeća činjenica: ogroman broj ličnih kontakata inicira se pomoću ove posredovane komunikacije, što je možda i ključni razlog pomenute pozitivne korelacije. Nema, dakle, mesta, a ni razloga za negativne utopijske vizije o odumiranju prirodne komunikacije među ljudima.

No, kada se izmere pojedini oblici komunikacije, jasno se vidi koliko je mali udeo tehničkih sredstava posredovane komunikacije u ukupnom vremenu koje dnevno provedemo u komuniciranju.



Dakle, od ukupno 267,8 minuta provedenih u komuniciranju tokom jednog dana, na razgovor licem u lice otpada dvesta dvadeset dva minuta, na razgovor mobilnim telefonom trinaest, fiksnim dvadeset dva i na komuniciranje putem interneta jedanaest minuta.

Istina, mlađi ljudi mnogo više koriste tehničke posrednike u komuniciranju od starijih. Tako se u najmlađoj grupi – od 12 do 17 godina – mobilnim tele-

⁶ Ovo je vezano za koncept značajnosti u tabeli o korelaciji (pokazatelj označen skraćenicom *Sig.*).

fonom u proseku priča petnaest minuta, fiksnim dvadeset jedan minut, a na komuniciranje putem interneta utroši se pedeset jedan minut. Međutim, ova generacija provede u komuniciranju licem u lice dvesta dvadeset tri minuta, dakle ne manje od prosečnog pripadnika naše istraživane populacije.

Nasuprot mlađoj, najstarija generacija (61+) priča mobilnim telefonom svega pet minuta, fiksnim dvadeset, putem interneta komunicira svega 0,1 minut; ali, pripadnici ove grupe manje komuniciraju i licem u lice – svega sto šesnaest minuta, što ukupno čini sto četrdeset jedan minut. U njihovom slučaju, udeo žive komunikacije u ukupnoj jeste 81,9%, dakle nešto je manji od proseka populacije.

Ako bismo sada saželi ono što nam pokazuju uporedni podaci iz 1965. i 2008/9. i podaci o preferencijama najmlađe i najstarije generacijske grupe, mogli bismo da izdvojimo tri razdoblja: 1) doba dominacije radija, 2) doba televizije i 3) vreme interaktivnih medija, koje dolazi i u kome će put do željenog sadržaja biti mnogo kraći nego danas i juče, a udeo komunikacije u životu čoveka će se povećati.

5. Da li nas novi mediji i vidovi komunikacije čine ne/srećnijim i ne/zadovoljnijim? Ovo pitanje postavljamo jer je i ono omiljena tema katastrofičnog tumačenja novih kretanja u sferi medija i komunikacije. Jedan od predmeta istraživanja, čije rezultate ovde predstavljamo, bilo je i osećanje sreće i zadovoljstva koje prosečan žitelj Srbije ima tokom jednog dana. (Od ispitanika je traženo da u petnaestominutnim segmentima označe one delove dana kada su se osećali posebno dobro i srećno, kao i posebno loše i nesrećno.) Da bismo odgovorili na gornje pitanje, utvrdićemo da li postoji korelacija između vremena provedenog pred ekranom i osećanja sreće i zadovoljstva.

Tabela pokazuje da ni klasični ni moderni mediji ne čine čoveka niti srećnijim niti zadovoljnijim, niti nesrećnijim niti nezadovoljnijim, što je manje-više i logično: medij, sam po sebi, ne može da bude uzročnikom ni sreće ni zadovoljstva; taj pečat daju druge stvari, događaji i okolnosti u životu čoveka, a medij je samo jedna vrsta ogledala tog života.

		ukupno minuta razgovora mobilnim	ukupno broj poslanih i primljenih SMS-ova i razgovora mobilnim	vreme provedeno na internetu	vreme provedeno u gledanju TV-a	oseća se posebno dobro i srećno	oseća se posebno loše, nesrećno
ukupno minuta razgovora mobilnim	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 1600	,449(**) 1600	,181(**) 1600	-,137(**) 1600	-,001 1600	,029 1600
ukupno broj poslanih i primljenih SMS-ova i razgovora mobilnim	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,449(**) 1600	1 1600	,284(**) 1600	-,181(**) 1600	,102(**) 1600	,042 1600
vreme provedeno na internetu	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,181(**) 1600	,284(**) 1600	1 1600	-,098(**) 1600	,041 1600	,039 1600
vreme provedeno u gledanju TV-a	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,137(**) 1600	-,181(**) 1600	-,098(**) 1600	1 1600	,026 1600	,043 1600
oseća se posebno dobro i srećno	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,001 1600	,102(**) 1600	,041 1600	,026 1600	1 1600	,022 1600
oseća se posebno loše, nesrećno	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,029 1600	,042 1600	,039 1600	,043 1600	,022 1600	1 1600

Tabela: Korelacija između vremena provedenog u gledanju TV-a, na internetu i u razgovoru, kao i u slanju poruka mobilnim (s jedne strane) i osećanja sreće i zadovoljstva (s druge strane).

* * *

Postoje bitni razlozi da se govori o dve vrste ekranske kulture: klasičnoj, televizijskoj, koja je uglavnom pasivna i donekle autoritarna, i onoj u nastajanju, sa svim različitim odlika i potencijala – samonikloj, spontanoj, pomalo anarhičnoj. Ova druga jeste kultura interaktivnosti, povećane i delom produbljene društvenosti. Upravo to može da bude razlog što će klasična ekranska kultura televizije, glomaznog i nesavrtljivog medijskog mastodonta, lagano da odumire u korist nove kulture zasnovane na interaktivnosti i izgrađene na jednom beskrajno fleksibilnom i brzom mediju koji odgovara potrebi savremenog čoveka da racionalno ekonomiče svojim vremenom. U svakom slučaju, s pojavom interneta i bežične “onlajn” komunikacije, etar je prozračniji u odnosu na doba kada je njim strujao samo jednosmerni TV signal.

U ovom drugom značenju, ekran postaje medijum i simbol naše velike (gotovo zjapeće) otvorenosti za svet oko nas: 1) za autentične medijske sadržaje (medijsku produkciju), 2) za medijski predstavljenu tržišnu ponudu (reklamne poruke), ali i 3) za druge ljude. Ta otvorenost predstavlja našu dvostruku izloženost: 1) **pasivnu** izloženost signalu – da gledamo/slušamo, i 2) **aktivnu** mogućnost da sami izložimo svoje reči i slike, što će reći da **nas** gledaju i slušaju.

Takav ekran nije više jednostavan makluanovski produžetak čula: on može da bude, a delom i jeste, produžetak našeg intelekta, naših emocija, jednom rečju, naše ličnosti. Dakle, on nije samo način na koji **opažamo**⁷ spoljašnji svet, već i način na koji živimo i na koji se **predstavljamo** svetu. Ali, to svakako ne znači da će društvo, zahvaljujući emancipatorskom potencijalu novih medija, automatski postati manje izloženo i podložno pokušajima manipulacije jakih poslovnih, političkih i polukriminalnih krugova. Ključni izazov te nove kulture i zajednice koja je stvara i koja se razvija s njom jeste pomenuta visoka izloženost čoveka. Počev od informacija o ličnom životu, do imovine i novčanih transakcija, sve se odvija u nefizičkom (neopipljivom i nevidljivom) prostoru i van kontrole pojedinca, ili bar s njegovom manjom mogućnošću kontrole nego što je to bio slučaj u pred-

⁷ Misli se na opažanje u najširem smislu, sa svih pet čula.

internetskom dobu. Da li će prevagnuti način na koji **opažamo** svet ili na koji se **predstavljamo** svetu – to će zavistiti od snage i kreativnosti čitave sfere građanskog društva, pre svega inteligencije, ali i stranaka, sindikata, nevladinog sektora i drugih oblika samooorganizovanja ljudi.

Literatura:

Aleksić, P: “Budžet vremena gradskog stanovništva”, Sociološki institut, Beograd, 1973.

Branković, S: “Dnevna ekonomija vremena žitelja Srbije: projekat istraživanja i osnovne dimenzije, mere i nalazi”, u: S. Branković, Z. Jevtović, Lj. Despotović, Z. Tomić, I. Milutinović, M. Miletić: “Kultura polisa”, Posebno izdanje za 2009, Udruženje za političke nauke, ogranak u Novom Sadu i Megatrend Univerzitet, Novi Sad, 2009, pp. 1–36.

TEATRALIZACIJA ISTORIJE ILI PUT U BUDUĆNOST: DRAMSKO DELO ZORICE JEVREMOVIĆ

Apstrakt: *U radu se govori o dramskom stvaralaštvu Zorice Jevremović, za koje autorka smatra da se uklapa u trend koji bi mogao da se nazove politikom sećanja. Ta je politika suprotstavljena nekoj vrsti politike zaborava koja je, u suštini, deo zvanične kulturne politike. Delo Zorice Jevremović je eksponent kulturne politike koja dolazi „odozdo“, suprotstavlja se etnoidentitetnoj kulturnoj politici države i zagovara potrebu interkulturnog dijaloga. Knjige Zorice Jevremović, „Četiri predratne drame“ i „Balada o devojačkom odelu“, autorka ovog rada sagledava kao neophodne za novu rekonceptualizaciju srpske, umetničke, pozorišne, institucionalne scene, ali i za rekonceptualizaciju samopredstavljanja.*

Ključne reči: *pozorište, kulturna politika, nacionalni mit*

Key words: *theatre, cultural politics, national myth*

O dramama Zorice Jevremović treba misliti i pisati ne samo s teatrološkog već, pre svega, s kulturološkog aspekta.¹ To ne znači da one ne zavređuju teatrološko razmatranje – naprotiv, bila bi potrebna, a sa svim sigurno i uzbudljiva i neobična, i dramska analiza, kao i rediteljsko čitanje, ali u ovom trenutku, nakon što su se dve knjige pojavile iz štampe – dve

¹ Ovaj tekst nastao je u okviru rada na projektu „Kultura i mediji u procesima evropskih integracija“ br. 149004, podržanom od Ministarstva nauke Republike Srbije, a delimično je predstavljen na skupu „Teatrološka misao u Srbiji danas“, održanom na Fakultetu dramskih umetnosti u Beogradu 14. decembra 2006.

knjige uglavnom neizvedenih dramskih tekstova (“Četiri predratne drame” i “Balada o devojačkom odelu”) – vreme je da se sveobuhvatno teatarsko i kulturološko delovanje Zorice Jevremović sagleda u kontekstu duha vremena, kulture i kulturne politike.

Stvaralaštvo Zorice Jevremović samo se delimično realizuje kroz dramske tekstove, budući da se radi o autorki koja je višestruko prisutna na našoj kulturnoj sceni – i aktivizmom i pisanjem. Ona učestvuje u kreiranju kulturnog polja (Burdije) pisanjem dramskih tekstova, ali i pisanjem kritičkih tekstova; rezonovanjem o našoj zbilji, o našoj društvenoj stvarnosti; rezonovanjem o medijskoj situaciji, znači o medijskom univerzumu u kome živimo, ali i delovanjem na našoj kulturnoj sceni. I to delovanjem na marginama, po njenom obodu, na jedan izrazito aktivistički način, način kojim se želi promeniti i socijalno i kulturno polje, sama stvarnost, način razmišljanja o njoj, vrednosti uopšte.

Umetničko delovanje zahteva i “povezivanje”² (*bonding*) na sva četiri nivoa: telesnom, emocionalnom, kognitivnom i spiritualnom, i, kako su istraživanja Tijane Mandić pokazala, njih karakteriše ambivalentnost u uspostavljanju međuodnosa, a ambivalentnost u delovanju Zorice Jevremović tiče se upravo delovanja u oficijelnom institucionalnom sistemu, kao i delovanja ka njemu. Stvarajući izvan njega, ona ipak koristi medije, industriju kulture (izdavaštvo) i ustanove kulture da bi publikovanjem i razgovorima svoj rad uvela u sistem – sve vreme držeći izuzetno kritički odnos prema kulturnopolitičkoj realnosti.

Ta želja da se uvek slobodno kritički misli i interpretiraju one pojave koje se inače u kulturnoj javnosti uzimaju kao datost, nije česta u našoj sredini, u kojoj se pozicija intelektualca gradi, pre svega, kroz ostvarivanje njegovog mesta u institucijama kulturnog aparata države, pa čak i u odnosu na političku moć – establišment vlasti (veze s političkim aparatom – partijama vlasti i opozicije izuzetno su precizne). Zorica Jevremović svoju poziciju nezavisnosti očuvala je upravo stoga što se nikada i ni u jednom trenutku nije povodila za preovlađujućim trendovima – umetničkim, kulturnim, političkim. I onda kada je celokupna “alternativa” pisala ôde studentskom i građanskom

² Tijana Mandić – Kreativnost kao sudbina, *Zbornik Fakulteta dramskih umetnosti*, br. 3, 1999, str. 315.

protestu – ona je zadržala pravo kritičkog, mislećeg intelektualca, pravo da prepozna u tom pokretu i konzervativne, klerikalne i nacionalističke elemente, i da o tome iskaže jasan sud, ne samo uprkos javnom mnjenju već i uprkos tadašnjem establišmentu.

I to je ono što mi se čini da je ključno da bi se razumelo značenje svih napisanih drama, tragedija ili drama utopije, kako ih sama autorka često naziva, ali ne uvek i ne u svim slučajevima, jer, dakako, za ovo naše mitsko poimanje plemena i roda uvek se vezivala i neka vrsta utopijskog razmišljanja, bilo da je to utopija srpskog kraljevstva, nebeskog ili zemaljskog, ili utopija nekog socijalističkog kraljevstva u drami dedinjskoj. U stvari, Zorica Jevremović je, pišući o utopijama, uvek duboko u realnosti, u svakodnevicu, čak u onim elementima koje bismo danas sa stanovišta postmoderne teorije mogli nazvati hiperrealnošću³.

Pojam retroaktivne utopije, o kojoj piše Romen Rolan objašnjavajući da sećanje teatra održava većinsku utopiju sveta – retroaktivnu utopiju (Žorž Bani)⁴, može da bude teorijski plodotvoran termin za razumevanje odnosa naše autorke i prema stvarnosti i prema kolektivnom pamćenju naroda, pamćenju toliko često manipulisanom izmišljenim mitovima, populističkim izjavama, medijalizovanim slikama.

Međutim, ono što se čini najznačajnije jeste da se drame Zorice Jevremović uklapaju u trend koji bismo mogli nazvati *politikom sećanja*, koja se suprotstavlja nekoj vrsti zvanične *politike zaborava*, koja je u suštini deo zvanične kulturne politike. Ta nikada deklarirana ali delatna kulturna politika bira iz istorije upravo ono što se lako može mitski romanticizirati i mitski predstavljati, a zaboravlja i ignoriše daleko važnije – suštinski bitne događaje ili ličnosti koje se ne uklapaju u “herojske slike”. Autorka te momente i te događaje konstruiše i ovaploćuje na jedan potpuno drugačiji način: i kada je u pitanju svetište srpske

³ Zorica Jevremović deluje u skladu s Ekoovom paradigmom evropskog intelektualca. “U Evropi je politika obaveza. Ja politički delam kada druge obaveštavam o tome kako gledam na dnevni život, političke događaje, jezik mas medija, ponekad kako tumačim neki film”, u: Ljiljana Bogojeva-Sedlar – Da li potpisati? O nezavisnoj kinematografiji i nezavisnosti uopšte, *Zbornik Fakulteta dramskih umetnosti*, br. 3/1999.

⁴ Georges Banu – *Les memoires du theatre*, Actes sud, 2005, p. 56.

srednjovekovne države – Hilandar, i srpsko turski rat sedamdesetih godina XIX veka (“Fjodorova devojčica”), i kada je u pitanju ’68. u drami “Kopile”, pa čak i kada se dramska scena, koja je pisana 1968. godine na I godini studija, bavi oslobođenjem, tj. situacijom koja je u kolektivnom pamćenju naroda vezana, pre svega, za Drugi svetski rat, iako sama autorka taj rat ne određuje. (Ovaj dramski tekst danas se prvi put objavljuje uz sve neophodne anotacije – faktički u II izdanju knjige.)

Delo Zorice Jevremović jeste svojevrsna *kulturna politika odozdo*⁵ – suprotstavljena etnoidentitetnoj kulturnoj politici države. Kulturna politika koju jedan stvaralac, aktivista vodi sam, svojim snagama, svojim autoritetom i svojom stvaralačkom moći. I koja se bitno i značajno suprotstavlja zvaničnoj društvenoj ideologiji, medijskoj ideologiji, ideologiji koju uspostavlja sistem kulture.

Ona na svojevrsan način dekonstruiše nacionalne mitove. Pokušava da stvara u okviru konteksta naše kulture, da daje i prikazuje jednu drugačiju stvarnost.

Mene je u ovom ponovnom čitanju posebno zanimala drama utopije – “Fjodorova devojčica”, pisana na samom početku devedesetih (predata januara 1991. godine – tekst je naručio upravnik Ateljea 212). No, ova drama praktično tek sada, nakon svih ratnih iskustava devedesetih, može u potpunosti da se razume. Njen drugi čin, na primer, čiji je naslov “Ratni profiteri na zavojištu”, tek danas ima smisla; u ondašnjoj Jugoslaviji još se nije naslućivala drama koja će uslediti. Tada, kada Zorica Jevremović piše pomenuti tekst, ti ratni profiteri ne izgledaju nam realno, nisu nam tako bliski. Mnogi još uvek ne sumnjaju u večnost Jugoslavije, raspad im deluje neverovatno, a još više sve ono što će se iz tog i takvog rata iznedriti. Kritika politike, politike kao, da citiram, “gradske discipline, kao manipulacije, politike koja, u stvari, ceo narod smešta u dekor jedne iste predstave”, da opet citiram: “bez obzira ko ste, šta ste po činu i kojoj naciji pripadate”. Sve ove replike, moglo bi se navesti mnogo njih, deluju nam izuzetno aktuelno. One su se, naža-

⁵ O učešću civilnog društva u kreiranju kulturnih politika v. M. Dragićević-Šešić – Demokratičnost i dometi kulturne politike, *Zbornik Fakulteta dramskih umetnosti*, br. 8–9/2005, str. 387–396.

lost, “živele”, “stvarale”, “realizovale” u surovoj praksi devedesetih godina sa svim svojim parolama, sa svom svojom mržnjom prema intelektu, intelektualcima. Kada Zorica Jevremović kaže: “Gde su sad pesnici?”, ona ne samo što naslućuje već i precizno vidi njihove ubilačke stihove, jer osamdesetih godina emocionalna manipulacija brigom o očuvanju srpskog identiteta ide i kroz medije i kroz javnost (književne večeri u Francuskoj 7, podlisci “Politike” i dr.), i ta manipulacija je ubojita, vodi u nesreću. Ona to tada vidi, veoma oštro, veoma precizno – ali zna i da to nije *novum* u srpskoj istoriji. Stoga, bira jedan drugi istorijsko-politički kontekst – jednu drugu situaciju, situaciju koja je prilično zapostavljena u srpskoj istoriji. O srpsko-turskom ratu 1876–1877. godine nema baš mnogo mesta u istorijskim čitankama jer i nije doveo do rezultata (vojničkog) kojim bismo mogli da se ponosimo. Ali, u svakom slučaju, taj konglomerat naroda, dobrovoljaca, istinske ljudske želje da se nekome ili nečemu pomogne, koji se smešta ili dovodi “na ratište” u ratno blato, u mulj, u jednu situaciju u kojoj sve ono zbog čega se krenulo u ratni pohod, sve ono što je izazvalo reakcije i dobrovoljaca iz sveta, potpuno biva obesmišljeno, u stvari, dobija sasvim drugi značaj i drugačije značenje.

Izvođenjem likova na scenu, likova koji predstavljaju istorijske ličnosti onog vremena, ali i onih koji to nisu, Zorica Jevremović ih međusobno ukršta, sreće s mitskim likovima, srednjovekovnim junacima. Tim rešenjem ona daje mogućnost za izuzetno duboka, višeslojna rediteljska čitanja. No, upravo to zapanjuje – naši savremeni reditelji nisu ni u jednoj od ovih drama videli ogroman potencijal koji ona pruža za jednu izuzetnu, modernu režiju, aktuelnu režiju, za predstavu koja bi omogućila da pomenuti tekst živi u javnosti na način kako dramski tekstovi mogu da žive – ulazeći u dijalog s ključnim pitanjima savremenosti. Ali, nažalost, to nije bio slučaj – i likovi i replike dramskih tekstova Zorice Jevremović nisu ušli u savremenu komunikaciju, dijalog u kulturnoj javnosti. Uostalom, oblikovanje javnog mnjenja u Srbiji i savremenog kritičkog diskursa odavno je izmešteno iz polja umetnosti, da bi se sve više useljavalu u tabloidno medijaliziranu stvarnost.

Očito je, dakle, da je, kulturološki gledano, dramsko delo autorke objavljeno u knjizi “Četiri predratne dra-

me” veoma značajno. Sama publikacija i publikovanje dramskih dela za kulturnu javnost predstavlja izuzetno značajan čin, jer se time omogućava da ova dela nastavljaju jednu drugu, vanpozorišnu vrstu delovanja i postojanja. Izlaze iz efemernosti, koju inače pozorišni čin može da dâ. Međutim, ova dela će možda tek publikovanjem dobiti nova, kreativna čitanja, pa možda i nekog ko bi mogao da ih scenski iscenira.

Zapostavljenost ovih dramskih tekstova i njihova neizvođenost u srpskom kulturnom prostoru, u stvari, upravo govori o politici zaborava kao nekoj vrsti zvanične institucionalne kulturne politike, kojoj dela koja radikalno “seku” neke obrasce nacionalnog identiteta, mitove, ne samo da nisu važna već i obrnuto, toliko su joj važna da ih se plaši. Stoga, kulturna politika primenjuje najbolju i najefikasniju strategiju – strategiju ignorisanja – održavanja na rubu. Dela Zorice Jevremovic zahtevaju ne samo znanje i kritičku spremnost već, pre svega, hrabrost da se suočimo s njihovim surovim značenjima.

Naravno, i jedan jedini izvedeni dramski tekst, “Oj, Srbijo, nigde lada nema”, scena feljton u sedam slika, realizovan svojevremeno u Ateljeu 212, urađen je na drugi način. Izveden je tako da se, što se inače kod nas često dešava u filmskim vizuelizacijama literature, mnoge kritičke dimenzije dela, u stvari, obesmišljavaju stvaranjem atmosfere u kojoj se uživa u prostakluku. Tako, umesto jedne društvene kritike, ovaj tekst postaje vulgaran (likovi, situacije, scene...), slavlje prostaštva, čime se publika onemogućava da razvije kritičku misao, već joj se nameće zadovoljstvo i radost uživanja u banalnosti. Na taj način, ono što je trebalo da bude kritika elemenata konstrukcije i stvaranja srpskog nacionalnog identiteta, postaje glorifikacija tog istog, a da to nije bila namera same autorke.

Čini mi se da ovde dolazimo do još jednog pitanja koje je, takođe, dramaturški značajno. Zorica Jevremović pravi drame s mnoštvom lica i likova. To su drame koje zahtevaju veliki institucionalni angažman, pozorišni angažman cele kuće. Ne samo rediteljsku misao već i glumačku misao i jednu producersku ambiciju. Očito da takve producerske ambicije u našoj sredini nije bilo čak ni u “alternativnim” pozorištima, poput KPGT-a, koji su stvarani da se protivstave sterilnom, administrativno ustrojenom pozorišnom sistemu gradskih repertoarskih pozorišta, u

kojima se do repertoara dolazi slučajno, “sakupljanjem” želja pozvanih reditelja.

Međutim, značajno je istaći još nešto. Kako je Zorica Jevremović kompleksan autor, istovremeno teoretičar, kritičar i pisac, ove dve knjige su, u stvari, dobar kontrapunkt njenom jednom drugom tekstu, kritičkoj studiji o savremenom srpskom pozorištu⁶. U oblikovanju tih knjiga bilo bi dobro da se našlo mesta i za taj tekst koji se bavi političkim fabrikama u domenu kulture. Pre svega, pozorištima koja su stvarana kao političke fabrike – na praznom terenu, bez resursa i bez ideje. Tu bi se još preciznije pokazalo da je dramska literatura Zorice Jevremović pokušaj stvaranja jednog istinskog – drugačijeg i novog “narodnog” pozorišta – pozorišta koje može da saobraća, da komunicira sa stvarnošću. No, kako su nastajali u vremenu stvaranja političkih pozorišnih fabrika, ti dramski tekstovi jednostavno nisu imali, a izgleda da još uvek ne mogu ni da imaju, neko svoje mesto.

Treća bitna tema autorkinog istraživanja jeste tema interkulturnog dijaloga u svim njegovim oblicima. Ovo pitanje zaokuplja je još od početka osamdesetih godina, što je vidljivo u njenim tekstovima posvećenim medijima, odnosima unutar Jugoslavije, veri (“pravoslavlju”), Kosovu... Samo Kosovo značajno je područje njenih istraživanja: Dečani, Zjum... dakle realno Kosovo, ali i Kosovo kao predstava, medijska slika, iskaz, mit, svečanost (Gazimestan, 1989). No, ona podjednaku pažnju poklanja i prećutanom Kosovu⁷, ignorisanom u vreme najveće nacionalističke euforije, u vreme kada je ono bilo plamičak koji će raspaliti nacionalističke strasti, a da se nikada, pa ni danas (prilikom donošenja novog ustava 2006. godine “zbog Kosova”), o njemu nije govorilo razložno, imajući u vidu sve njegove sudbine, i albansku, i srpsku, i tursku i romsku... Ona uočava taj izostanak komunikacije (“tri sudbine, tri nacije, tri monologa, jedno Kosovo...”), ali i nestanak bilo kakve vizije, slike budućnosti u sadašnjosti potpuno opterećenoj lažnim slikama o prošlom.

⁶ Zorica Jevremović – Pozorišne (političke) fabrike socijalističke Jugoslavije, *Kultura*, br. 93–94/1994. pp. 95–123.

⁷ “Posebno je iritiralo ostavljanje govora kosovskih delegata (bez obzira na nacionalnost) bez primerenog komentara...” /*Raspad sistema* (2000), Aurora, Beograd, str. 81/

Čitati danas zapise Zorice Jevremović o medijskom izveštavanju sa i povodom Kosova tokom osamdesetih godina, objavljene u nedeljniku "TV novosti", izaziva ponovo mučno sećanje na te dane "odjeka i reagovanja" koje je njeno usamljeno pero dovelo do pitanje, ali nije moglo da spreči medijsko divljanje i saturaciju, nagomilavanje besmisla, koji je stvorio novu stvarnost Srbije – stvarnost rata, mržnje, bede...

Slikama koje niže u svojim tekstovima, dok "telo s prizorom Kosovke devojke titra pred očima...", ona spontano pravi semiološku analizu medijskih i političkih predstava koje su preplavile našu stvarnost.

"Dosadašnji marketing oko proslave Kosovskog boja obojen je atmosferom 'nedosegnutih maglina prošlosti' (rakursi kamere, planovi), čak je i montaža spotova podvedena po kakvom 'umetničkom' osećanju 'dužini vekova' koji nas dele od bitke. Vizuelna rešenja prizora preuzeta iz često nekomplementarnih umetničkih oblika (freska, stećak, Predić, povelja, Jovanović, ikona), glasovni komentari u obaveznom basu. Ovakvo marketiranje 1389. godine odaje stanje duha onih koji bi da se reše tekućeg kosovskog problema jednim, paradnim prisustvom na Gazimestanu."

Intenzivno doživljavajući težinu sukoba i neizrečenih pritisaka, Zorica Jevremović piše tragediju "Balada o devojačkom odelu" sa željom da ukaže na sve distance koje postoje između dve osobe – osobe specifičnih identiteta, različitih etničkih grupa, osobe koje pripadaju rođenjem i vaspitanjem različitim kulturnim modelima, osobe koje pripadaju čak i različitim kosovskim prostorima, iako autorka naglašava da su se upoznale na prištinskom korzou. No, prištinski korzo je i u vreme stare Jugoslavije bio simbol podeljenosti i paralelnog – ali ne zajedničkog – života, te u tom smislu ovaj prostor njihovog susreta dodatno ukazuje na nemogućnost spajanja, jer se ni prištinski korzo, uprkos različitim medijskim naporima, nikada nije spojio.

Jelena i Teuta, osobe kraljevskih imena, ali i imena koje su u posleratnoj Jugoslaviji imale i tzv. "urbanu" oznaku (za razliku od Jelice ili tradicionalnog albansko-muslimanskog ženskog imena), svojom ljubavlju pokušavaju da prevaziđu vidljive i nevidljive granice koje su pripadnici njihovih etničkih grupa sistemski podizali da bi sprečili bilo kakvu komunikaciju. Nažalost, taj poduhvat će se pokazati nemogućim, upr-

kos bekstvu u drugi prostor, prostor “civilnog društva” označen ženskošću a ne etnicitetom. Teme o kojima raspravljaju dve devojke jesu teme koje su se uselile u kolektivno pamćenje iz bulevarske štampe svih naših “preteča demokratije”, teme koje razaraju njihove lične identitete, vode u sukobe ili ćutanje – zatvaranje. Predrasude, strahovi, užasavanje od drugog, neizvesnog, iskazuju se u datim dijalozima kao napor prevazilaženja, koje se nikada ne ostvaruje.

Unutrašnji sukobi lome i Teutu i Jelenu, i dovode do njihovog konačnog fizičkog poništenja koje u tom trenutku postaje i oznaka apsolutne ljubavi koja bira smrt da ne bi drugačije izdala i uništila postojeću ljubav.

Ovaj dramski tekst odlikuje se snažnom dramskom situacijom s potpuno izgrađenim likovima, ali i otvorenim za moguća nova i drugačija glumačka čitanja, s Boginjom koja neće uspeti da razreši konflikt i smiri osećanja, ali koja za razliku od koncepta *deus ex machina* daje svoja emotivna a ne racionalna viđenja. To je potpuno originalno pozorišno delo koje će sigurno veoma dugo čekati svog reditelja (čak i da je stavljeno u kontekst savremene Irske a ne Kosova, nismo sigurni da bi se našao reditelj ili rediteljka spremni da “rizikuju” s tekstom koji ide izravno na sve ono o čemu ne želimo da razgovaramo, što želimo da potisnemo).

I četvrta značajna tema u analizi ovih dramskih tekstova jeste način na koji se delo Zorice Jevremović uklapa u savremene, aktuelne, svetske pozorišne tokove, koji ovde nisu mnogo poznati, a koje takođe naša pozorišna sredina ignoriše. U tom smislu, treba navesti barem jednu nedavno kod nas objavljenu knjižicu, jer je veoma relevantna za kontekstualizaciju dramskog dela naše autorke u korpusu savremenih dramskih kretanja u svetu. Autor Pan Bujukas u svom delu, dramskom tekstu “Hipatija”⁸, omogućava da se povuku interesantne relacije i paralele, te praktično uspostavi intertekstualni dijalog. Pan Bujukas je grčki autor koji živi i deluje u Kanadi, ali piše o istorijskoj prošlosti svog, grčkog naroda. Radnju drame smešta u Aleksandriju, u vreme paljevine Aleksandrijske biblioteke. Ta drama korespondira s dramom “Vukodlak iz Samarije” kojom Zorica Jevremović započinje

⁸ Pan Bujukas – *Hipatija ili ljudsko pamćenje*, Filip Višnjić, Beograd, 2004.

svoj dramski ciklus. To, dakako, nije njena prva drama, ali je prva u istorijskom sledu koji preispituje u svom dramskom opusu. Vera – vera kao profesija, vera kao dužnost, misija, verski fundamentalizam, politika, a istovremeno i zaslepljenost i spremnost na laž u ime viših ciljeva – tema je “Hipatije”, ali i “Vukodlaka iz Samarije”.

Bilo bi jako važno da se delo Zorice Jevremović posmatra i u kontekstu srpske dramaturgije i Nastasijevića (na način kako je to uradio Mirko Đorđević), no bilo bi jako dragoceno da baš teatrolozi pokušaju da ovo delo osvetle i iz perspektive savremene svetske dramske produkcije. Nažalost, za razliku od nekih drugih savremenih autora, recimo iz Litvanije i Letonije, koji su uspeli da nađu reditelje istog nivoa i renomea koji bi te dramske tekstove izneli na scenu, Zorica Jevremović je još uvek, čini mi se, u traganju za onim koji bi njena dela učinio životnim na sceni i koji bi, u stvari, ova dela uspeo da dovede u dijalog s kulturnom i pozorišnom javnošću. Dramsko delo tek u svom izvođenju dobija istinsku savremenu perspektivu koju mu individualno može podariti kreativni i talentovani čitalac. No, rediteljsko čitanje jeste izlazak iz sfere privatnosti i privatnog doživljaja u javni prostor, jer ne samo što daje mogućnost znatno veće recepcije već, takođe, kroz kritiku i kritičku debatu stvara uslove za istinsku polemičnost. Žorž Bani primećuje – pozorište je “vodič javnog sećanja, kolektivnog pamćenja, ali i vodič glumcu ka njegovom ličnom sećanju”.

Čini mi se da bi ovaj tekst trebalo završiti citatom iz drame “Oj, Srbijo, nigde lada nema” (sa samog kraja teksta) koji je izuzetno aktuelan i danas, u vremenu pokušaja stvaranja druge slike o Srbiji, nove slike, kao i novog načina komunikacije sa svetom. Ovo je, dakle, napisano još ’71. godine:

“Ali sad, kada smo slobodni, treba se prikažemo svetu i Evropi kaki smo mi narod. Da nismo ajduci, da nismo gejačine, da umemo sami da vladamo, da čuvamo našu slobodicu, da nismo ubice, rospije, ali da jemo, da popijemo, što volemo ženske da pogledamo, da se veselimo...”

Dakle, ovo je sasvim aktuelno – predviđa marketinšku državnu politiku s početka 2007. godine, čija je okosnica s jedne strane Guča, kao simbol srpskog hedonizma, i smirenost pejzaža kao simbol “pacifi-

kacije”, s druge strane. Stvaranje novih vizuelnih privida, bez istinskog rada na promeni vrednosti, bez uticaja na promenu stereotipa, vulgarnih banalnosti ili romantičnih poimanja identiteta, neće dovesti do suštinskih promena (iako suprotstavljene, ove dve koncepcije, herojsko–romantična i erotičko–vulgarna, dominiraju u prihvaćenim, masovno reprodukovanim klišeima). Zato smatram da ova replika, ne toliko bitna u samom dramskom tekstu, jeste bitna u razumevanju istinskog značaja ovih dramskih tekstova danas i ovde, odslikavajući važnost borbe Zorice Jevremović za novu kritičku misao u društvu koje je dugo kritiku smatralo segmentom kafanske diskusije, usputnih razgovora koji ništa ne menjaju.

Krajem 2006. godine, sticajem okolnosti, bila sam u jednoj beogradskoj gimnaziji na raspravi koju su organizovali učenici. Tema je bila “Evropska unija i Srbija”. Opšte mišljenje đaka, znači šesnaestogodišnjaka, sedamnaestogodišnjaka, bilo je da mi ne smemo da uđemo u Evropsku uniju i da ćemo ako uđemo izgubiti naš identitet. A šta je naš identitet? Pa eto, to je to, mi umemo da jedemo, da pijemo, da se provodimo. A kažu, oni u Evropi to više ne umeju – tamo nema više atmosfere, nema provoda, nema veselja.

Očito je, dakle, da je stereotipizacija, koja se kroz dramsku, filmsku, umetničku, pa i marketinšku produkciju sprovodila prilikom kreiranja konstrukcije nacionalnih mitova tokom XIX i XX veka, još uvek do te mere jaka da deluje i da oblikuje svest čak i najmlađih generacija. Takođe, umetnička produkcija, poput književnosti ili dramskih dela koja dekonstruišu mitove, razobličavaju određene pojave ili koja zahtevaju kritičko čitanje, ostaju, na neki način, izvan vidokruga šire javnosti. Ona ne dobijaju šansu – mogućnost da budu preneti iz jednog uskog segmenta elitnog kulturnog korpusa, u kome su nastala, do značajnijeg i šireg kruga javnosti – pozorišne publike, kulturne publike, mlade publike – koja će ih navesti na drugačije načine razmišljanja.

U tom smislu mi se čini da su knjige Zorice Jevremović, “Četiri predratne drame” i “Balada o devojčakom odelu”, jedan izuzetan kulturološki poduhvat, hoću reći, izuzetno potrebne knjige. Knjige neophodne za novu rekonceptualizaciju srpske, umetničke, pozorišne, institucionalne scene, ali isto tako i za rekonceptualizaciju načina samospoznaje, samopredstavlja-

nja. Potrebno je, pre svega, da upoznamo sami sebe, da osvestimo sopstveni identitet, a to je ono što nam Zorica Jevremović omogućava svojim tekstovima. Tek kada istinski upoznamo sebe i kada saznamo sve svoje elemente, onda možemo da se s tim što jesmo predstavimo svetu, a ne s mitskim slikama poželjnosti, onako kako se romantizirane slike srpskog nacionalnog bića predstavljaju učenicima u školi i ulaze u kolektivno pamćenje naroda kao kičaste replike Uroša Predića i Paje Jovanovića s bombonjera i kalendara. Vreme nije za pozorišnu umetnost u službi politike reprezentacije i konstrukcije nacionalnog identiteta u romantičarskom ključu; vreme je za pozorišnu politiku nepristajanja, dekonstrukcije, neslaganja. Vreme je, dakle, za radikalnu pozorišnu praksu, uspostavljenu na ključnim dramskim scenama kolektivnog pamćenja, koja bi vodila značajnoj kulturološkoj promeni romantično-herojskih obrazaca srpske kulture. Vreme je za scenske inscenacije dramskog dela Zorice Jevremović!

Literatura:

- Banu, Georges. *Les memoires du theatre*, Actes sud, 2005.
- Bogojeva-Sedlar, Ljiljana. *Da li potpisati? O nezavisnoj kinematografiji i nezavisnosti uopšte*, Zbornik Fakulteta dramskih umetnosti, br. 3/1999.
- Bujukas, Pan (2004). *Hipatija ili ljudsko pamćenje*, Filip Višnjić, Beograd.
- Dragićević-Šešić, Milena. *Demokratski dometi kulturne politike*, Zbornik Fakulteta dramskih umetnosti, br. 8-9/2005.
- Dragićević-Šešić, Milena (1992). *Umetnost i alternativa*, Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd.
- Jevremović, Zorica. *Pozorišne (političke) fabrike socijalističke Jugoslavije*, Kultura, br. 93-94/1994.
- Jevremović, Zorica (2006). *Četiri predratne drame*, Prometej, Novi Sad.
- Jevremović, Zorica (2006). *Balada o devojačkom odelu*, Dosijske, Beograd.
- Jevremović, Zorica (2000). *Raspad sistema*, Aurora, Beograd.
- Mandić, Tijana. *Kreativnost kao sudbina*, Zbornik Fakulteta dramskih umetnosti, br. 3, 1999.

DRAGAN NIKODIJEVIĆ

UDK 316.774
658.8:659.3/4

MEDIJSKA KULTURA U SENCI EKONOMIJE MEDIJA – “NOVAC KOJI PRAVI PROGRAME /ILI PROGRAMI KOJI PRAVE NOVAC”

Apstrakt: *Nekada su u teorijskim razmatranjima društvene uloge medija dominirale teme vezane za vaspitni, ideološki i propagandni uticaj medija. Za razliku od ranijih vremena, danas se o medijima više govori kao o području intenzivnih komercijalnih i profitnih aktivnosti nego kao o činiocima i sredstvima kulturnog razvoja. Sve je očiglednije da nekadašnju politiku i praksu, koje su se zalagale za afirmaciju i širenje medijske kulture, natkriljuje senka ekonomske eksploatacije medija. Budući da se današnja medijska praksa sve više valorizuje sa stanovišta ekonomske efikasnosti, teorijska interesovanja se postepeno izmeštaju ka pitanjima ekonomske eksploatacije medija.*

Ključne reči: *medijska kultura, ekonomija, tehnologije, tržište, kulturne industrije*

Key words: *media culture, economy, technologies, market, cultural industries*

Mediji i nova kulturna paradigma

Kultura novog doba je, u prvom redu, tehnička, odnosno medijska kultura. Od vremena kada je Benjamin ukazao na promene koje se događaju “u veku tehničke reprodukcije”, ova činjenica neprestano dobija na snazi. Istorijski posmatrano, s nastankom medijsko-tehnološke kulture, dolazimo do jukstapozicije koja razdvaja moderno društvo od svih ranijih društvenih formacija. Tu nam se na najočigledniji način pokazuje u kojoj meri tehnologije (u ovom slučaju medijske), koje su nastale na određenom stupnju civi-

lizacijskog razvoja, mogu da utiču povratno na razvoj društva i kulture.

Okosnicu nove kulturne paradigme ne čine više tradicionalne umetnosti, već sadržaji koji su orijentisani na masovni korisnički domen – ultra popularni filmovi, televizijska produkcija, “advertajzing”, internet komunikacije, muzički hitovi, beletristika, reklame, sportski idoli, senzacije..., sve do niza najrazličitijih trivijalnosti. Iako su mediji, pre svega zahvaljujući tehnološkim potencijalima distribucije, učinili mnoge sadržaje dostupnim planetarnom auditorijumu, medijska kultura je svojim naglašenim pragmatizmom definitivno udaljila ljudsku zajednicu od koncepta lepote i duha tradicionalne umetničke prakse.

Umesto tradicionalne kulture koja je podrazumevala “umetničke discipline”, danas imamo čitav korpus “medijsko-tehnoloških disciplina”. Može se reći da se definitivno formirala jedna “nova kultura” koja preti da uguši tradicionalne kulturne obrasce. Mediji zasnovani na savremenim tehnologijama “takmiče se” s tradicionalnim sredstvima sticanja kulture. Stari koncepti kulture ugroženi su a da novi nisu sasvim jasno konstituisani. U tom prividnom nadmetanju, od samog početka je jasno ko raspolaže nedostižnim prednostima.

U poređenju s istorijskim trajanjem tradicionalnih kulturnih obrazaca, gotovo preko noći postali smo stanovnici “jedne male planete koja lebdi u elektronskom etru naših savremenih sredstava za telekomunikaciju.”¹ Ubrzanost komunikacija i mogućnost da se one kreiraju, ali i distribuiraju kroz nove medijske forme, doživljava se kao napredak iza koga se prikrivaju, pa otuda i nedovoljno opažaju, zamke novih vidova ukidanja slobode. Umesto da u svemu služi društvenoj dobrobiti, medijska praksa postaje teren čestih ideološko-propagandnih zloupotreba i manipulacija. Ovaj aspekt upotrebe medija od samih početaka pobuđuje veliko interesovanje, o čemu svedoče radovi čitave plejade teoretičara medija – od Benjamina, preko Adorna, Markuzea, Hokenhajmera, kao predstavnika takozvane Frankfurtske škole, do Froma, Makluana, Bodrijara, Deride, Virilija...

Kako je, zahvaljujući tehnologijama na kojima počiva, medijska produkcija jeftina, brza i multiplikativna, te time podesna za tržišnu utakmicu, cilj upo-

¹ Virilio, Pol. “Informatička bomba”, Svetovi, Novi Sad, 2000, str. 12.

trebe medija proširio se od uticaja na mase i na “njihovu ekonomsku eksploataciju”. Medijska praksa pre-rasta u “trgovinski sektor” snabdeven kanalima za distribuciju, komercijalnim i propagandnim sredstvi-ma, ukratko, svim elementima jedne tipične ekonom-ske delatnosti.

U novoj ulozi, mediji su sve manje sredstva od zna-čaja za kulturni razvoj. Njihov značaj projektuje se kroz funkciju “rentabilnosti”; trka za profitom igra odlučujuću ulogu. Sve je očiglednije da nekadašnju medijsku ulogu natkriljuje senka ekonomske eksploa-tacije medija. Začudo, ove promene ne pobuđuju značajniju pažnju teorijskih krugova.

Finansijska i kulturna ekonomija medija

Medijska moć koncentrisana je u rukama onih koji upravljaju ekonomskim potencijalima i ukupnom ekonomijom medija – bilo da je reč o državi kao osnivaču medijskih javnih servisa ili vlasnicima ka-pitala koji upravljaju komercijalnim medijima. Zato se u mnogim slučajevima može dovesti u pitanje po-stojanje nezavisnih medija, budući da je njihova ce-lokupna praksa uslovljena kapitalom koji iza nje stoji – u vidu pretplate ili sredstava stečenih pružanjem komercijalnih usluga. I u jednom i u drugom slučaju, onaj ko je platio u poziciji je da donosi odluke. Oči-gledno je da se u čitavom tom kontekstu jedino ka-pital osamostaljuje i da upravo on može da obezbedi sprovođenje volje svojih vlasnika.

Masovni mediji predstavljaju ekonomski najmoćniji deo jedne od najlukrativnijih svetskih industrija – kulturne, odnosno kreativne industrije. Po svojoj profi-tabilnosti, ova industrija stoji odmah iza kompjuter-ske, automobilske, farmaceutske, naftne i industrije naoružanja. Od šezdeset kompanija, koje su vodeće u svetu po svojoj tržišnoj vrednosti, šesnaest pripada medijskoj sferi, odnosno sektoru kulturne industrije.

Samu bit ekonomije čine nekolike aktivnosti:

- proizvodnja,
- potrošnja,
- raspodela i
- razmena.

Pokušajmo da ove aktivnosti sagledamo u medijskom kontekstu. Osnovu medijske delatnosti čini “produkc-

cija” u kojoj se, kao i u svakoj proizvodnji, ljudski rad udružuje sa sredstvima za proizvodnju.

Naspram nje je “potrošnja” medijskih proizvoda, kao ekonomska aktivnost u okviru koje se zadovoljavaju sasvim konkretne ljudske potrebe. U svom najvećem delu, medijska potrošnja može da se kategorizuje kao “javna potrošnja”, jer zadovoljavanje medijskih potreba uglavnom nije moguće ostvariti na individualan način, kroz oblike lične potrošnje.

Raspodela i razmena jesu ekonomske aktivnosti koje su takođe deo medijske prakse. Uslovljene su proizvodnjom i potrošnjom, i odvijaju se između njih kao međusobno najudaljenijih ekonomskih aktivnosti. “Distribucija” je aktivnost koja u medijskoj sferi reprezentuje ekonomske kategorije raspodele i razmene.

Tri navedena segmenta ekonomskog ciklusa – produkcija distribucija potrošnja – koji se ostvaruju i u okviru medijske prakse, jednovremeno su i tri standardne faze informacionog, odnosno komunikacijskog ciklusa.

Ekonomija medijske prakse unekoliko se razlikuje od ekonomije ostalih delatnosti. Drugačija priroda medijske ekonomije uslovljena je kako specifičnim karakteristikama samih medijskih proizvoda, tako i vidovima njihove “potrošnje”. Medijski proizvodi su, s jedne strane, pretežno nematerijalne prirode, dok je, s druge strane, njihovu upotrebnu vrednost vrlo teško dovesti u korelaciju s uobičajenim shvatanjem upotrebne vrednosti ostalih proizvoda. No, u okviru robne ekonomije i tržišnih odnosa, što je, dakle, nužni okvir njihove društvene egzistencije, medijske proizvode, sve i da hoćemo, ne možemo tretirati drugačije nego kao i drugu robu čija se vrednost razmene potvrđuje na tržištu.

Praktično, u medijskoj praksi prepoznamo dve vrste ekonomije – finansijsku ekonomiju i kulturnu ekonomiju.

Međutim, ni finansijska ekonomija medija nije jednoznačnog karaktera. Reč je o takozvanoj dvostrukoj ekonomiji. U jednom delu, finansijska ekonomija medija ostvaruje se proizvodnjom i distribucijom medijskih proizvoda, to jest programa/informacija. Ali, emitovanjem ili prodajom medijskih sadržaja, ekonomska funkcija medijskih proizvoda se ne okončava. Time otpočinje jedan novi ciklus – kada se proizvođaču medijskog programa stavlja na “raspolaganje” publika/

korisnici za oglašavanje, “pošto se u trenutku potrošnje taj program pretvara u proizvođača, koji proizvodi publiku, a publika se potom prodaje oglašivačima.”² Budući da medijskom scenom dominiraju tržišni, to jest komercijalni obrasci poslovanja (s izuzetkom sve malobrojnijih javnih servisa), jasno je da je profitni interes postao važniji od društvenog: “tržište tretira publiku kao potrošače, ne kao građane, tako da je služenje interesima javnosti izvan njegovog delokruga.”³

Što se tiče kulturne ekonomije, “u potrošačkom društvu, svaka roba ima ne samo funkcionalne već i kulturne vrednosti”, i zbog toga se ekonomija medija (i celokupne kulturne industrije) nužno proširuje “tako da obuhvati i kulturnu ekonomiju u kojoj se ostvaruje ne samo kruženje novca već i kruženje značenja i zadovoljstava... U toj ekonomiji ne postoje potrošači, već samo prenosioci značenja, pošto su značenja u tom procesu jedini elementi koji se ne mogu pretvoriti u robu, ni potrošiti: značenja se mogu proizvoditi, reprodukovati i prenesti jedino u onom neprekidnom procesu koji nazivamo kulturom.”⁴

Korisnost koja nastaje ili se doživljava potrošnjom medijskih proizvoda može da ima individualnu dimenziju, ali može da bude prepoznatljiva i kao širi društveni interes; usled toga će, kako nam i široko rasprostranjena praksa potvrđuje, medijska produkcija biti uveliko društveno stimulisana i ekonomski podržavana. Ova okolnost nam ukazuje na prisustvo takozvane mešovite ekonomije koja je, inače, prevashodno karakteristična za umetničku praksu⁵.

Osim prethodnih specifičnosti, medijskoj ekonomiji treba pridružiti i neke kategorije koje gotovo da nisu poznate u opštoj, odnosno klasičnoj ekonomiji:

- vreme,
- auditorijum,
- rejting,
- tiraž i dr.

Ovde nije samo reč o specifičnoj leksici medijske prakse već i o potpuno drugačijem značenju koje izvesni ekonomski parametri imaju u medijskom kontekstu.

² Fisk, Džon. “Popularna kultura”, Clio, Beograd, 2001, str. 35.

³ Isto, str. 281.

⁴ Isto, str. 35–36.

⁵ Vidi: Klod Molar, “Kulturni inženjering”, Clio, Beograd, 2000.

Vreme koje, rekli bismo, predstavlja opšti i zajednički okvir svim ekonomskim aktivnostima i faktor njihovog usklađivanja, u medijskoj delatnosti ispoljava se na osoben način – “vreme je postalo roba”; posebno kod proizvoda elektronskih medija, informacionih tehnologija i telekomunikacija. Otuda se ovi sektori često nazivaju i *time* tehnologije. Vrlo često se medijska proizvodnja i potrošnja odvijaju jednovremeno, što se najočiglednije potvrđuje u programskim formama direktnih radijskih i televizijskih prenosa, iz čega proizilazi da “realan vremenski karakter proizvodnje i potrošnje onemogućuje usaglašavanje ponude i potražnje.”⁶ Ova okolnost značajno komplikuje tržišni nastup i nalaže precizno planiranje distribucije medijskih proizvoda. Takav medijski proizvod ne može da se uskladišti i sačeka drugu priliku za tržišnu potražnju; potražnja za njim bila je sasvim kratkotrajna i neponovljiva.

Još jedan aspekt ekonomije medija zaslužuje našu pažnju. Reč je o tehničkoj opremi koja se koristi kako u proizvodnji, tako i u “potrošnji”, odnosno upotrebi medijskih sadržaja. Svaki medij se u sopstvenoj delatnosti oslanja na, manje ili više, složenu tehnologiju. Izuzev štampanih medija (ukoliko izuzmemo savremene verzije elektronskih izdanja), korišćenje svih medijskih produkata skopčano je s posedovanjem posebne opreme, pre svega za slušanje i gledanje medijskih sadržaja. Iza proizvodnje te opreme stoje ogromni industrijski kapaciteti, a njena prodaja odvija se na jednom od ekonomski najsnažnijih tržišta. Karakteristično je da u eksploataciji novih medija prvu i najveću korist ostvaruju upravo proizvođači opreme. Setimo se da su duže od jedne decenije nakon pojavljivanja radija, jedinu ekonomsku dobit ostvarivali proizvođači radio-aparata i opreme za prenos signala. Prvi vlasnici radijskih stanica bili su izdavači novina koji su brzo odustajali od poslova na radiju, jer nisu pronašli način kako da zarade novac u novom mediju. Tek kada je u oglašavanju na radiju pronađen značajan izvor prihoda, počeli su da zarađuju i oni koji su neposredno radili u radio-stanicama ili koji su bili njihovi vlasnici. Slično je i s televizijom. Nabavka televizijskog aparata predstavljala je uvek značajan finansijski izdatak, odnosno solidnu zaradu za proizvođače opreme. Podsetićemo da su prvi televizijski

⁶ Mikić, Hristina. Navedeni izvor, str. 9.

aparati sa slikom “visoke definicije”⁷ i ekranom od 25cm, tridesetih godina u Engleskoj imali cenu od oko sto funti, što je gotovo bilo jednako ceni automobila. I danas, televizijski aparati poslednje generacije, *HDD* tehnologije s *LCD* ekranima, imaju relativno visoke cene. Mrežne komunikacije posredstvom interneta takođe zahtevaju značajna finansijska ulaganja za “hardver”, odnosno opremu, i “softverske” aplikacije.

Ekonomске karakteristike medijskih proizvoda

Nezavisno od toga da li se misija medijske organizacije ogleda u profitnoj orijentaciji ili je pak okrenuta dobiti i zadovoljavanju opštih društvenih interesa, pitanje ekonomskih parametara delatnosti ima nesumnjiv značaj. Da bi se oni sagledali, potrebno je razumeti ekonomske karakteristike samih medijskih proizvoda, a potom i relacije koje prate njihovu tržišnu egzistenciju.

Sadržaji koji se najčešće proizvode i distribuiraju u okviru medijske delatnosti i posredstvom medijskih tehnologija jesu informacije. Ovi proizvodi, kao i svi drugi, imaju svoj ekonomski kapacitet: “Kao i bilo koje drugo industrijsko dobro, i informacija se danas proizvodi, skladišti, transformiše, transportuje i distribuira duž jednog informacionog kanala ili lanca.”⁸ Međutim, informacija sama po sebi nema vrednost dok ne uđe u proces komunikacije. To je bilo shvaćeno već s pojavom prve novinske agencije u svetu, *AVAS*, 1825. godine u Parizu, nakon čega vesti počinju da se prodaju kao roba. Tada se “prvi put (...) javlja potpuno komercijalna predstava o vesti kao trgovačkoj vrednosti, kao robi koju treba prodati da bi se iz toga izvukla dobit”.⁹ Tokom XX veka, naročito u eri ekspanzije televizijskog medija, informacije definitivno dobijaju tretman robe “koja se stvara i rasprostire ekonomijom informacija.”¹⁰

⁷ Tada je to značilo minimum dvesta četrdeset linija koje čine sliku.

⁸ Iris, Antoan. “Informacione magistrale”, Clio, Beograd, 1999, str. 26.

⁹ Gocini, Đovani. “Istorija novinarstva”, Clio, Beograd, 2001, str. 144.

¹⁰ Brigs – Berk, “Društvena istorija medija”, Clio, Beograd, 2006, str. 346.

Danas, s punim pravom možemo da tvrdimo da su “pored finansijskih tržišta, komunikacije i informacije (...) postale najdinamičniji sektor globalizovane tržišne ekonomije.”¹¹ Ali, ovde nije reč samo o informacijama u užem smislu reči, pod kojim podrazumevamo skupove različitih podataka iz sveta događaja koji se na način primeren konkretnom mediju transkribuju i prezentuju, odnosno distribuiraju; reč je i o informacijama kompleksnijeg karaktera kojima se saopštavaju najrazličitiji duhovni sadržaji – umetničkog, naučnog ili drugog karaktera. Tako, sasvim opravdano, pojmovi “informacija” i “informisanje” prerastaju, u medijskoj sferi, u pojmove “komunikacija” i “komuniciranje”, što i odražava samu suštinu medijske delatnosti.

Šta je, zapravo, informacija? To je, razume se, veoma kompleksan fenomen, ali sledeća definicija ukazuje na jedno od opšteprihvaćenih tumačenja – “informacija je zapisano saznanje (registrovano) u pisanoj (štampanoj ili digitalnoj), usmenoj ili audio-vizuelnoj formi na nekom mediju.”¹² Cilj informacije jeste komunikacija, a u tom kontekstu, kao proizvođači i prenosnici informacija, mediji se doživljavaju kao sredstva komuniciranja. Nas, međutim, u ovom kontekstu ne interesuju komunikološki, već drugačiji aspekti informacije – proizvodni i korisničko-potrošački, jednom rečju, ekonomski.

Dakle, informacija je glavni proizvod u okviru medijskog sistema, a njena vrednost se, pre svega, tržišno verifikuje – “informacioni proizvodi pojavljuju se u sferi proizvodnje i trgovačke razmene, te iz toga nastaje ono što nazivamo informacionom industrijom i informacionim tržištem.”¹³

S obzirom na ogroman ekonomski potencijal koji se oslanja na medijsku delatnost, moglo bi da se pretpostavi da su medijski proizvodi vrlo traženi, a, isto tako, da i njihova tržišna vrednost nije zanemarljiva – “pisana, usmena, audio-vizuelna informacija se dobro prodaje, sve bolje i u velikim količinama.”¹⁴

¹¹ E. Herman, V. Mekčesni, “Globalni mediji”, Clio, Beograd, 2004, str. 58.

¹² Le Koadik, Iv-Fransoa, “Nauka o informacijama”, Narodna biblioteka Srbije, Clio, 2005, str. 8.

¹³ Isto, str. 5.

¹⁴ Isto.

Informacija, u užem smislu reči, jeste najkarakterističniji i najzastupljeniji medijski proizvod, ali nije, kako smo već isticali, i jedini. Medijski proizvodi nosioci su i estetskih i mnogostrukih stvaralačkih, duhovnih potencijala koji su u njih utkani. Ne prepoznaje se, dakle, korisnost, odnosno upotrebna vrednost medijskog proizvoda samo u okviru semantičke komunikacijske forme; ona se ispoljava i u okviru estetskih i simboličkih vrednosti, što doprinosi da “razmena medijskih proizvoda nema samo karakter ekonomske razmene, već predstavlja i razmenu informacija i simboličkih značenja koje oblikuju način razmišljanja, ponašanja i delovanja pojedinaca i društvenih grupa.”¹⁵ Otuda razmena, kao jedna od ključnih ekonomskih aktivnosti, nema samo tržišne već i netržišne funkcije, a krajnji ishod razmene medijskih proizvoda ne prepoznaje se uvek kao ekonomska dobit, već i kao društvena korisnost. U ekonomiji, ovakvi ishodi označavaju se kao pozitivne eksternalije, u smislu vrednosti koje nisu tržišno merljive. Uprkos njihovoj ekonomskoj irelevantnosti, vrlo često se upravo u njima ogleda veliki društveni interes u vezi medijske delatnosti – “ova dobit pripada društvu u celini i nije dodatak prihodu komercijalnih medija, i zato će u uslovima tržišne konkurencije biti ignorisana.”¹⁶ Medijska praksa poznaje i takozvane negativne eksternalije, koje nastaju kao posledica prezentacije, recimo, nasilja i seksa, a koje, iako društveno nepoželjne, na tržištu najčešće donose veliki profit.

Već smo napomenuli da kod medijskih proizvoda nailazimo na značajne specifičnosti i nedoumice koje delimično podsećaju na ekonomiju umetničke prakse¹⁷. Naime, i kod medijskih proizvoda, kao i kod umetničkih dela, nemamo jasan cenovni postupak, već se i njihova vrednost doživljava u jednoj simboličkoj ravni koja korespondira s potrebama korisnika. Te potrebe mogu da budu informativne, estetske, obrazovne, zabavne... Takva upotrebna vrednost medijskih proizvoda zapravo nam ukazuje i na njihove brojne netržišne funkcije, na značajno prisustvo pozi-

¹⁵ Hristina Mikić, “Uvod u ekonomiku medija”, Media Art Science, Novi Sad, 2006, str. 8.

¹⁶ Herman – Mekčesni, “Globalni mediji”, Clio, Beograd, 2004, str. 14.

¹⁷ Videti: D. Nikodijević, “Uvod u menadžment kulture”, Megatrend, Beograd, 2006.

tivnih eksternalija, odnosno korisnosti koja nije merljiva tržišnim ili materijalnim parametrima. Bez obzira na to što medijski proizvod, kao i umetničko delo, na tržištu uvek dobije neki svoj novčani ekvivalent, jedan deo njegove vrednosti (recimo, estetski ili vaspitni) ostaje u domenu nematerijalne i tržišno nemerljive korisnosti.

Netržišne funkcije medijskih proizvoda će, po pravilu, obezbediti dosta pouzdane subvencije države ili lokalne društvene zajednice koje će na taj način potvrditi svoju zainteresovanost za medijsku podršku i afirmaciju određenih društvenih i kulturnih vrednosti. Medijski programi, kvalitetom na kojem se temelji njihova društvena korisnost, mogu da utiču i na visok "rejting" medijske stanice, isto kao i komercijalno koncipirani medijski proizvodi, te na taj način da obezbede dodatne izvore prihoda prodajom vremena za oglašavanje po cenama koje su u skladu s visokim "rejtingom". Suština fenomena društvene korisnosti je, dakle, u tome da se kroz difuziju medijskih proizvoda ostvaruje proces promocije i širenja određenih društvenih vrednosti i da se, ako sada pređemo na teren njihove ekonomske relevantnosti, "te vrednosti – kako se oglašivači, javne ličnosti, zvanični vladini službenici, kulturni analitičari i programski producenti nadaju – mogu menjati kasnije za finansijska sredstva ili političku moć."¹⁸

U medijskoj praksi, ponuda proizvoda najčešće prethodi tržišnoj potražnji. Ta činjenica značajno uvećava rizike poslovanja, posebno ako se ima u vidu da informacija, kao medijski proizvod, može da dobije različite produkcione interpretacije, ali i da bude praćena različitom percepcijom potrošača-korisnika. Dodatna nevolja je što, slično kao i u sferi tradicionalnog umetničkog stvaralaštva, medijskoj produkciji ne prethodi prototip. Da bi se nastupilo na tržištu, mora u potpunosti da se okonča produkcija, tj. da se stvori gotov medijski proizvod. Dotle su, razume se, vreme i resursi već utrošeni, a ostali su neizvesnost i poslovni rizici. U drugim delatnostima, to uglavnom nije slučaj: "Obično se prvo proizvodi prototip; ako se pokaže uspešnim, donosi se odluka da li da se masovno proizvodi."¹⁹

¹⁸ Ana Martinoli, "Savremena produkcija u elektronskim medijima", Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti, Beograd, br. 8–9, str. 292.

¹⁹ Adižes, Isak. "Menadžment za kulturu", Adižes menadžment konsalting, Novi Sad, 2002, str. 29.

Sledeća ekonomski relevantna karakteristika medijskih proizvoda jeste njihova međusobna različitost iz koje proizilazi da jedan medijski proizvod ne može da bude zamena za drugi. Izuzetak je informativni domen u kojem korisnik može da zadovolji jednu te istu potrebu, to jest potrebu za informisanjem, posredstvom različitih medijskih proizvoda.

Proizvodi radiodifuznih medija

Ekonomski relevantna obeležja medijskih proizvoda dvojako su determinisana:

- karakterom produkcije i
- načinom distribucije.

Produkcija radiodifuznih medija je kompleksna, i odvija se uz značajna materijalna i finansijska ulaganja. Ekonomske karakteristike medijskih proizvoda su samim korisnicima medijske produkcije prepoznatljivije na osnovu različitih načina njihove distribucije. Isto tako, konkretni i tehnološki determinisan način na koji medijski proizvod “izlazi” na tržište i ostvaruje susret sa svojim korisnicima doslovce određuje i načine na koje medijske institucije planiraju i ostvaruju svoje prihode.

Različiti vidovi distribucije medijskih proizvoda potvrđuju tehnološku uslovoljenost svakog medija, odnosno njegovu zasnovanost na karakteristikama konkretne tehnologije na kojoj počiva. Ako ovom dodamo i različite programske forme, pa i različite uređivačke politike i interpretacije, uočićemo heterogenost kao jednu od bitnih karakteristika medijskih proizvoda. Ova činjenica je, bez sumnje, od uticaja i na ekonomske karakteristike konkretnih medijskih proizvoda. Ključni sistemi distribucije radiodifuznih proizvoda su:

- radiodifuzno emitovanje i
- kodirani sistemi emitovanja.

Kodirani sistemi emitovanja počivaju na tehnologijama koje omogućavaju preciznu identifikaciju korisnika medijskih proizvoda, kao i isključivanje iz prijema onih koji ne plaćaju pretplatu. Tako, u okviru kablovskih i satelitskih sistema emitovanja, mogu s većom preciznošću da se planiraju prihodi nego u okviru radiodifuznih, jer je njihov izvor prihoda, zapravo, prodaja proizvoda krajnjim korisnicima koji su apsolutno poznati. Iako je kablovski sistem relativno skorašnji vid

distribuiranja medijskih sadržaja, usled brojnih povoljnosti koje on nudi, posebno u urbanim sredinama, njegovo korišćenje se uvećava, čime se značajno osnažuje i njegov ekonomski kapacitet. Statistika beleži da se u poslednje dve decenije broj korisnika kablovske televizije uvećavao po stopi od 25% godišnje.

Kod radiodifuznih medija, korisnici, nakon inicijalnih troškova za nabavku opreme i plaćanja pretplate, nemaju dodatnih troškova u odnosu na konkretan medijski proizvod. Ta okolnost ih, praktično, stimuliše na maksimizaciju potrošnje.

Zbog same tehnološke prirode takvog načina distribucije medijskog proizvoda, nije moguće izvesti precizne pokazatelje stvarne potrošnje, odnosno korišćenja proizvoda. Naime, korisnici mogu da budu i oni subjekti koji nisu uključeni u sistem naplate i ostvarivanja prihoda. Ne postoje tehničke mogućnosti da se takvoj grupaciji onemogući korišćenje medijskog proizvoda. Znači, u radiodifuznom obliku distribucije, karakteristika medijskog proizvoda je neisključivost, koja znači “da se iz potrošnje ne mogu eliminisati potencijalni korisnici koji ne snose delimično ili u potpunosti cenu proizvodnje ovakvih dobara.”²⁰ To posebno važi kod javnih servisa (*public services*). Njihova delatnost pripada kategoriji javnih usluga, te otuda, rečnikom ekonomije, medijski prostor, to jest etar, a s njim i medijski proizvodi koji se radiodifuzno emituju, imaju karakter javnih dobara (*public goods*) – iz čega proističe i velika odgovornost i zainteresovanost za način korišćenja medija onih društvenih zajednica čijem radiodifuznom prostoru i pripadaju.

Sama veličina potražnje medijskog proizvoda omeđena je veličinom potencijalnog auditorijuma, a ovaj demografskim obeležjima teritorije koja je pokrivena difuzijom. Ali, potrošači radiodifuznih proizvoda ne konkurišu jedni drugima, kao što je to slučaj kod proizvoda drugih delatnosti. Dakle, medijske proizvode karakteriše nerivalentnost – što znači da se veličina i kvalitet medijskog proizvoda ne menjaju u zavisnosti od broja korisnika.

Kod radiodifuznih medija, skup programskih sadržaja, takozvani *programming*, nakon emitovanja, u društvenom kontekstu prerasta u proizvod koji dobija i svoju

²⁰ Mikić, Hristina. “Uvod u ekonomiku medija”, Media Art Service International, Novi Sad, 2006, str. 7.

naknadnu ekonomsku vrednost na tržištu kroz svoju slušanost ili gledanost. Parametar za određivanje njegove tržišne vrednosti je onaj isti u čijim se okvirima odvija i njegovo emitovanje – vreme. Uostalom, ukupna medijska delatnost odvija se kroz procedure koje su veoma precizno vremenski definisane. Najpre, ukupni resursi medijskih stanica, bilo ljudski bilo tehnološki, budući da izazivaju visoke troškove, moraju kontinuirano da se koriste. Propušteno vreme njihovog angažovanja nije moguće nadoknaditi. To, razume se, posebno važi za medijske proizvode koji se proizvode i distribuiraju u realnom vremenu. Zatim, vreme je ne samo okvir za produkciju i distribuciju već ono ima, u korelaciji s “rejtingom”, sasvim konkretnu tržišnu vrednost u domenu medijskog oglašavanja. Vreme, obično izraženo u sekundama, prodaje se, poput druge robe, po preciznim cenovnicima i vrlo razrađenim procedurama i kanalima, na vrlo konkurentnom i ekonomski razvijenom tržištu “advertajzinga”.

Sa stanovišta ekonomije medija, zanimljivo je napomenuti da su od samih početaka uspostavljanja radiodifuzije, elektromagnetni talasi tretirani kao nacionalno dobro i smatrani “vrednim oblikom društvene svojine”.

Informatičko tržište i ekonomija interneta

Internet je jedna od najznačajnijih tehnoloških komponenti takozvanog e-poslovanja koje podrazumeva “vođenje poslovnih komunikacija i prenosa poruka preko mreža i kompjutera, naročito kupovinu i prodaju proizvoda i usluga i transfer novca preko digitalnih komunikacija.”²¹ Ekonomija interneta i *on line* usluga, koje se nude na mreži, “ni po čemu ne liči na komercijalizaciju praktične tehnologije” (Virilijo).

Tržište usluga, koje se odnose na poslovanje na mreži i razne vidove njenog korišćenja, faktički je deo jedne šire priče o ukupnoj ekonomiji vezanoj za informatičke tehnologije (IT). Ta vrsta ekonomije obuhvata:

- informatičku opremu,
- servisne usluge – “provajding”,
- računarski, odnosno mrežni “softver”,
- oglašavanje na mreži.

²¹ Banjanin, K. Milorad. “Dinamika komunikacije”, Megatrend, 2003, str. 268.

Svi aspekti IT ekonomije nalaze se u uzajamnoj povezanosti. Nijedan od njenih segmenata nije samostalan, već upravo zavisi od razvoja drugih. Tehnologije su potrebne bilo kojoj informatičkoj delatnosti. Isto tako, računarske tehnologije su van svake funkcije ukoliko nisu “softverski” podržane. Najzad, mrežno oglašavanje postaje sve značajniji činilac medijske ekonomije, te, kao takvo, direktno utiče na ostale aspekte mrežnog poslovanja.

Parametri ekonomije interneta se, u svetskim razmerama, iskazuju u hiljadama milijardi dolara. To ukazuje na jedan izuzetno veliki ekonomski potencijal ovog sektora. I na tržištu Srbije, koje se u domenu informatičkih tehnologija procenjuje kao nerazvijeno, ali, dodajmo i to, dugoročno perspektivno, operiše se sa solidnim ekonomskim pokazateljima. U 2006. godini, IT tržište Srbije zabeležilo je 440 miliona evra prometa, dok je njegova procena za 2008. godinu premašila milijardu evra. Najveći promet zabeležen je u trgovini računarskom opremom (68%), potom u delu usluga u koje spada i internet (20%), a najmanje u programskim paketima, odnosno tržištu “softvera” (12%). Takozvana informatička industrija u Srbiji obuhvata preko 1.200 preduzeća, pretežno malih, bez finansijskih potencijala, tehnoloških znanja i menadžerskih iskustava.

Ono što je opšta karakteristika informatičkog doma-
na jesu pozitivne refleksije na ukupan privredni i društveni razvoj, što ovom sektoru obezbeđuje izvanredne razvojne perspektive.

Iz prethodno rečenog, evidentno je da je ekonomija interneta, koja pripada delu servisnih usluga, samo deo jednog znatno šireg korpusa poslovnih aktivnosti. Razumevanje ekonomskog aspekta jedne delatnosti pretpostavlja, najpre, uspostavljanje odnosa prema onom što ona ostvaruje kao novonastalu vrednost, i identifikovanje upotrebne i tržišne vrednosti njenog proizvoda. To u medijskoj sferi nije lak zadatak. Ovo pogotovo važi za internet oko koga postoje nedoumice da li on izvorno pripada medijskom sektoru ili je samo reč o “integrišućem mediju”, o tehnologiji računarskog posredovanja medijskih sadržaja na mreži koja, zapravo, i nema sopstvenu produkciju bilo koje vrste, te, samim tim, ni proizvod čiju ekonomiju treba razmatrati. Pri tom, da ponovimo, svi znamo da se za internet poslovanje vezuje ogroman ekonomski kapacitet.

Ako bismo postavili pitanje: “Šta je to što određuje samu suštinu medijske funkcije interneta?”, najprihvatljiviji odgovor glasio bi da je to, zapravo, komunikacioni proces u kojem se ostvaruje “tehnološka integracija i distribucija najrazličitijih sadržaja”. Bilo da je reč o interpersonalnim ili masovnim komunikacijama, po sredi su sadržaji koji u svom najvećem delu predstavljaju informacije koje su, zapravo, “organizovani podaci koji imaju značenje i vrednost za primaoca, odnosno korisnika”. U tom smislu, “na mreži dostupna informacija” samo se uslovno može smatrati medijskim proizvodom interneta. Pre bi se moglo tvrditi da je ovde reč o kategoriji usluga kojima se na računarskoj mreži obezbeđuje raspoloživost, odnosno dostupnost informacija i medijskih sadržaja. Međutim, ako s razlogom primetimo da je u sve globalizovanijem svetu “komunikacija postala strateška sirovina”, onda ćemo lako razumeti da je ekonomija servisnih usluga interneta, zapravo, jedna “nematerijalna ekonomija” u kojoj sama mreža komunikacija ima centralnu ulogu.

Čini se da, ipak, i kod interneta, kao i kod ostalih medija, dolazi do izražaja takozvana dvostruka ekonomija. Nije glavni i jedini “proizvod” onaj koji se nudi na mreži informacija, i ne prodaje se samo ona, već se i korisnici mreže “prodaju” oglašivačima: “na pitanje kako se na njoj (mreži – primedba D. N.) može zaraditi, ne može se odgovoriti ako se ne zna i odgovor na pitanje kako da se privuče publika... Što više korisnika upotrebljava određeni portal, to on privlači više oglasa i postaje isplativ...”²². Ono čime se kod klasičnih medija obezbeđuje dostupnost medijskih sadržaja jeste prodajna mreža, odnosno distribucija – novinska, izdavačka, filmska, televizijska... Kod interneta, to se postiže posebnim alatima, odnosno “softverima” za pretraživanje baza podataka (*browseri*). Otuda se borba za ekonomsku poziciju na mreži vrlo često naziva i “rat pretraživača”.

Najzastupljeniji “provajder” i pretraživač baza na mreži jeste kompanija *Google*²³. Ona je u 2008. godini lansirala sopstveni pretraživač, *Chrome*, koji je njenim korisnicima obezbedio lakšu i bržu navigaciju

²² Daglas Tajler, Ferguson Klajn, “Promocija i marketing elektronskih medija”, Clio, Beograd, 2004, str. 299. i 305.

²³ *Google* raspolaže mrežom na koju je povezano preko osamdeset miliona korisnika kojima stoji na raspolaganju pretraživanje osamdeset biliona stranica na mreži!

na mreži, a samoj kompaniji omogućio da kontroliše sve relevantne tačke internet ekonomije, uključujući i njenu glavnu “kapiju”. Veliki deo servisnog tržišta na mreži zauzima i *Yahoo*; slede: “majkrosoftov” *MSN* s najstarijim programom za pretraživanje, “internet eksplorero”, *Firefox*, kao pretraživač neprofitne “Mozila fondacije”, američki *AOL*, *Safari* iz “Epla”, norveški pretraživač *Opera* i drugi. Ekonomski potencijal svakog “provajdera” definisan je brojem njegovih korisnika. *Google* ima najviše korisnika na mreži, te, u skladu s tom činjenicom, svako ko želi da se nađe na vrhu stranice ovog pretraživača, s informacijama o svom proizvodu, usluzi, političkom uverenju,... mora za to da izdvoji ozbiljan novac. Jasno je da onaj ko plati više, može bolje da kontroliše informaciju koju nudi. Otuda se internet danas, između ostalog, javlja i kao pogodno tlo za manipulaciju i dezinformaciju ljudi.

Na početku rada globalne mreže, bilo je malo proizvođača medijskih sadržaja zainteresovanih za ovaj vid prodaje svoje “robe”. Govorilo se da je internet ekonomski “loše definisan”, te da “nije jasno ni ko kome treba da plati”. Jednostavno, “internet nije biznis” – do skora su tvrdili menadžeri, ali i teoretičari. Izgledalo je da “internetu, dakle, pretila opasnost da postane informaciona berza džinovskih razmera, ali zanemarljive ekonomske težine.”²⁴ Međutim, oni koji nisu na vreme poverovali u ekonomsku snagu interneta, danas se, verujemo, duboko kaju. Uprkos činjenici da još nije sve uređeno na najbolji način, danas se manje-više zna ko kome treba da plati i koliko, ako se koristi informacijama na mreži. Informacije na mreži organizovane su u formi datoteka koje mogu da budu:

- javne (besplatne i svima dostupne),
- komercijalne (dostupne uz naknadu) i
- zatvorene (dostupne registrovanim korisnicima).

No, nijedna na bilo koji način dostupna informacija nema sama po sebi upotrebnu vrednost, već to zavisi od njenog kvaliteta koji je uslovljen nekim odlikama: pravovremenošću, kompletnošću, sažetošću, važnošću, preciznošću, preglednošću...

Međutim, svođenje na informativnu funkciju predstavljalo bi sasvim pojednostavljeno gledanje na de-

²⁴ Iris, Antoan. “Informacione magistrale”, Clio, Beograd, 1999, str. 83.

lokrug funkcija interneta, i teško da bi privuklo toliki broj korisnika, što i jeste slučaj. Dijapazon usluga koji je raspoloživ uz posredovanje mreže, daleko je raznovrsniji; tu spadaju:

- personalne i poslovne komunikacije;
- primena u poslovanju (državni organi, korporacije, zdravstvo, banke, turističke organizacije, izdavačka i štamparska preduzeća...);
- elektronski transfer dokumentacije;
 - korišćenje baza podataka;
 - elektronski transfer novca;
 - poslovne transakcije;
- servisi za rezervaciju i kupovinu;
 - različite informacije;
- distribucija produkata drugih medija;
 - ostale usluge.

Budući da se, faktički, internet sadržaji ne proizvode na samoj mreži, već se prevashodno na nju “postavljaju” kao gotovi, čini se da je, u slučaju interneta, pravilnije govoriti o medijskoj usluzi nego o medijskom proizvodu. Tim pre što cena na internet tržištu nije u korelaciji s konkretnim medijskim sadržajem, već samo s vremenom korišćenja mreže. Ekonomski posmatrano, elementi kojima se, u stvari, operiše na internet tržištu jesu ne samo pomenute usluge već i vremenski interval koji se troši na konzumaciju najrazličitijih informacija i sadržaja.

Vremenu, kao osnovnom parametru, treba dodati još jedan momenat, a to je takozvana propusna moć (ili propusni opseg), to jest “količinu informacija u jedinici vremena korišćenja mreže”. Propusna moć meri se bitovima u sekundi (Bps). Najveći broj korisnika povezan je na mrežu standardnom telefonskom linijom i modemom²⁵ – to je veza koja obezbeđuje skromnu propusnu moć, zavisno od kvaliteta telefonske linije i karakteristika modema. Ova vrsta veza na internetu poznata je kao “uskopojasni kanal”. U automobilskom saobraćaju, ekvivalent ovoj vezi bio bi lokalni put. Daleko veću propusnu moć ima digitalni kanal visokog kapaciteta koji se zove “digitalna mreža integrisanih servisa” – *ISDN*. Najveću propusnu moć

²⁵ “Modem” (modulator/demodulator) – ovaj uređaj na jednom kraju mreže pretvara modulirani digitalni jezik u analogne signale koje telefonski sistem može da podnese, a na drugom kraju veze identični uređaj prevodi (demoduliše) signal nazad u binarni kôd, odnosno digitalni signal.

obezbeđuju “širokopojasni kanali” koji koriste fiber-optičke linije ili koaksijalne kablove. To su “supermagistrale” u saobraćaju na mreži; one mogu da propuste velike količine podataka u kratkom vremenu, što je veoma važno u prenosu vizuelnih poruka. Propusna moć ima, dakle, svoje tehničke limite, ali je zavisna i od platežne sposobnosti korisnika. Za korišćenje veza koje obezbeđuju veću propusnu moć potrebno je platiti znatno više novca nego za standardne veze.

Važno je znati da i samo izvođenje mrežnih veza predstavlja jedan ekonomski veoma snažan segment internet ekonomije. Tako, recimo, američka kompanija *Cisco Systems*, koja se bavi proizvodnjom mrežnih rešenja za internet komunikaciju, s 430 predstavnika širom sveta (uključujući i Srbiju), ostvaruje godišnji prihod od 28,5 milijardi dolara.

Internet tržište se, za sada, neprestano uvećava, a s njim i profiti koji se na njemu ostvaruju. Tržište oglašavanja na mreži zabeležilo je u 2007. godini promet od preko četrdeset milijardi dolara. Vrednost ovog tržišta u međuvremenu se više nego dvostruko uvećala. Nadalje, jedan od najvećih svetskih mrežnih pretraživača, američka kompanija *Google*, tokom 2005. godine zabeležila je čist prihod od 1,2 milijardi dolara, a vrednost njenih akcija na tržištu uvećana je dvadeset puta. U 2007. godini, neto dobit *Googlea* porasla je na 4,2 milijardi dolara. Ekonomski pokazatelji iz oktobra 2007. godine govore o tome da je vrednost kapitala ove kompanije porasla na sto osamdeset milijardi dolara, a da su njene akcije najskuplje akcije jedne svetske kompanije. Sredinom 2008. godine, udeo *Googlea* u ukupnom internet oglašavanju iznosio je 70,4%, a učešće *Yahooa* iznosilo je 24,2%. Beležimo i primer rasta ekonomskog potencijala mreže jednog drugog velikog “provajdera” pod nazivom *AOL (America on line)*, čijim je akcijama, od osnivanja 1992. godine do 2000. godine, porasla vrednost čak osamsto puta! To je i bio razlog što je jedna od najvećih multimedijских korporacija, *Time Warner*, 2001. godine kupila internet “provajder” *AOL* za ogromnu sumu od sto dvadeset četiri milijarde dolara. Naravno, i druge IT kompanije ne žele da izostanu iz trke na ovom sve unosnijem poslu. *Microsoft*, lider u programskom domenu, ima značajan udeo u “onlajn” poslovima, preko svoje *MSN* mreže (*Microsoft Network*) – njemu pripada 5,4% ukupnih sredstava koja

se ulažu u internet oglašavanje. Svojom ponudom od gotovo četrdeset pet milijardi dolara za otkup velikog pretraživača *Yahoo* (februar 2008. godine), kompanija *Microsoft* potvrđuje prepoznavanje ogromnog ekonomskog potencijala koji se nalazi na svetskoj mreži. Veliki multimedijски konglomerati takođe posluju na ovom tržištu, jer “novac i moć izvan interneta osnova su i za moć unutar mreže.”²⁶

Prema Metkalfovom zakonu (*Robert Metcalfe*, jedan od pionira računarskih mreža) – “vrednost mreže raste približno srazmerno s kvadratom broja njenih korisnika”. S obzirom na to da se broj korisnika izražava u milijardama (preko 2 milijarde), može se samo naslutiti ekonomski potencijal ovog vida poslovanja.

Pojedinačni prihodi onih koji rade u ovoj sve profitabilnijoj delatnosti mogu, takođe, da posluže kao ilustracija njenog ekonomskog kapaciteta. Tako, na primer, godišnja zarada prvog menadžera “provajderske” kompanije *Yahoo* (Timoti Kugl) iznosi 476,4 miliona dolara.²⁷ Šta bi onda trebalo reći za dva tridesetogodišnja osnivača *Googlea* čije se lično bogatstvo procenjuje na četrdeset milijardi dolara.

Osim kod pretraživača, značajan ekonomski kapacitet prepoznamo i kod drugih servisnih usluga koje se nude na mreži. To posebno važi za veoma popularne servise takozvane socijalne mreže, *Facebook*, *Myspace* i *Youtube*. Na ovim servisima razmenjuju se najrazličitije informacije, uspostavljaju kontakti, dobijaju virtuelni pokloni, kreiraju, po želji, sopstveni identiteti... i ubija vreme. Mogućnosti takvog načina učešća na mreži privlači ogroman broj korisnika – na *Facebooku* ima preko sto pedeset miliona registrovanih korisnika, s tendencijom njihovog daljeg rasta. To je korisnički potencijal koji je dragocen za najrazličitije sadržaje oglašavanja. Otuda se vrednost ovog “sajta”, koji je 2004. godine kreirao jedan student²⁸, danas tržišno procenjuje na petnaest milijardi dolara. O ekonomskom potencijalu mreže mogu da se do-

²⁶ Herman – Mekčesni, ranije navedeno delo, str. 289.

²⁷ Navedeno prema *Financial Times*.

²⁸ “Sajt” *Facebook* kreirao je Mark Eliot Cukerberg, student Harvarda, s idejom da komunicira sa svojim kolegama. Ubrzo su na “sajtu” počeli da se registruju studenti mnogih američkih univerziteta, da bi se stvar, kako to inače biva sa svim dobrim idejama na mreži, veoma brzo proširila u planetarnim razmerama.

nose zaključci i na osnovu činjenice da je osnivač “sajta” *Facebook* najmlađi milijarder na svetu.

Pored već rečenog o parametrima ekonomije interneta, veoma je važno uspostaviti adekvatno razumevanje razloga koji imaju najveći uticaj na korišćenje interneta, odnosno na neprestano uvećavanje broja njegovih korisnika. U tom kontekstu, ekonomiju interneta treba sagledati u svetlu ekonomskog poslovanja drugih medija. Prilikom analize ekonomije tradicionalnih masovnih medija uočava se ponavljanje nekih parametara koji su, naročito kada je reč o poslovnom domenu korišćenja, odlučujući faktori za izbor jednog ili drugog medija:

- veličina auditorijuma;
- karakteristike auditorijuma;
- trošak distribucije poruka;
- brzina i kvalitet komunikativnog kontakta.

Neki od navedenih parametara, u prvom redu veličina auditorijuma i brzina kontakta, bez sumnje su na strani interneta i s razlogom utiču na njegov izbor kao sredstva komunikacije – ali i načina poslovanja.

U vezi s karakteristikama aktuelne ekonomije interneta, važno je skrenuti pažnju i na činjenicu da se ona u jednom svom delu odvija na račun ekonomskog poslovanja drugih medija, odnosno medijskih produkcija – štampe, filma, radija, televizije, muzike... Da bismo taj problem ilustrovali, navešćemo primere negativnog uticaja interneta na ekonomsko poslovanje u okviru muzičke industrije. Tvrdi se da od kako postoji globalna kompjuterska mreža, ovaj inače izuzetno lukrativan sektor kulturnih industrija beleži ogromne gubitke. Američka muzička industrija je samo u toku 2006. godine zabeležila pad prodaje nosača zvuka (kaseta, diskova i dr.) od 4,9%²⁹, što, mereno novcem, predstavlja nekoliko milijardi dolara. Na gubitku su i izdavači i autori. O čemu je zapravo reč? Internet mreža odavno je postala jedno od mesta zvanične prodaje proizvoda muzičke produkcije. Zvanični tiraži prodaje danas se određuju ne samo brojanjem muzičkih proizvoda, koji su podržani fizičkim formatom, već i brojem “daunlodovanih” numera s mreže. Problem ne predstavlja “skidanje” muzike sa zvaničnih “sajtova” koji se ubrajaju u tiraže, nego raz-

²⁹ U 2005. godini prodato je 618,9 miliona kopija nosača zvuka, a 2006. godine 588,2.

mena muzičkih sadržaja između korisnika interneta koji nisu platili nikakvu novčanu nadoknadu izdavačima i autorima³⁰. Inače, i legalno preuzimanje muzike sa zvaničnih “sajtova”, kao vid prodaje, takođe je u stalnom porastu, i od 2004. godine beleži rast tiraža s 5,8 miliona na pedeset miliona. Poznavaoци muzičkog tržišta predviđaju da će se ono u dogledno vreme potpuno orijentisati na internet, te da su ostali nosači zvuka, uključujući i “kompakt disk”, u odlučivanju. To objašnjavaju činjenicom da mladi potrošači muzike pretežno koriste *I-pod* uređaje, pomoću kojih “skidaju” muziku s mreže i međusobno je razmenjuju.

Na kraju, podsetićemo i na činjenicu da mrežne komunikacije počivaju na računarskoj tehnologiji podržanoj odgovarajućim “softverskim” aplikacijama. Svi oni koji bi, dakle, da postanu deo globalne mreže, moraju da investiraju najpre u “hardver” i “softver”. Proizvodnja opreme veoma je razučena, što ne bi moglo da se kaže i za programski deo. Kompanija *Microsoft* apsolutno dominira ovim tržištem i obezbeđuje 80% operativnog sistema “softvera” u svetu. Međutim, činjenicu da *Microsoft* preduzima velike investicije na internetu, znalci objašnjavaju postojanjem bojazni da bi vodstvo ove kompanije u “softverskim” paketima moglo da bude ugroženo upravo na mreži; naime, predviđa se da se “softveri” više neće, kao danas, kupovati s računarima, već će se besplatno preuzimati na mreži (neka vrsta *freeDosa*).

* * *

Sve prethodno rečeno ukazuje nam na to da se interesovanje za upotrebu medija uveliko izmestilo iz ideološko-političke sfere u sferu ekonomske eksploatacije. Za razliku od “buke”, kojom je u javnosti bilo

³⁰ U periodu 1999–2001, na mreži je neometano funkcionisao veoma popularni servis za razmenu muzičkih “fajlova” *Napster*. Broj njegovih korisnika premašio je cifru od dvadeset šest miliona. Servis je prestao s radom tek kada su velike muzičke produkcije (*Sony, EMI...*) i mnogobrojne muzičke zvezde pokrenule tužbe protiv njega. S ovim ide i sve oštrija kaznena politika protiv takvih aktivnosti. Navodimo primer da je sredinom 2009. godine Federalni sud američke države Minesota, za “daunlodovanje” dvadeset četiri muzičke numere bez naknade, kaznio prekršioca s 1,9 miliona američkih dolara. Međutim, na mreži su i dalje u opticaju brojni protokoli i programi koji omogućavaju razmenu i neovlašćeno “skidanje” muzičkih sadržaja (*Kazaa, E-Mule, Soulseek...*).

praćeno propagandno korišćenje medija, njihova današnja ekonomska eksploatacija odvija se u tišini. Vredi se zapitati da li se iza ovih procesa, koji ukazuju na sticanje ogromne ekonomske moći grupa i pojedinaca, kriju i neke druge namere. Onima koji steknu ekonomsku moć lako postaju dostupni i svi drugi oblici i mehanizmi društvene moći. Ukoliko se, pod prividom tržišne utakmice, odista događa nešto drugo, onda smo svi mi nemi svedoci (moguće i saučesnici) preuzimanja vladajuće uloge medijsko-tehnokratske elite novog doba.

Literatura:

- Adižes, Isak. "Menadžment za kulturu", Adižes menadžment konsalting, Novi Sad, 2002.
- Benjamin, Valter. "Eseji – Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije", Nolit, Beograd, 1974.
- Bodrijar, Žan. "Simulakrumi i simulacija", Svetovi, Novi Sad, 1991.
- Fisk, Džon. "Popularna kultura", Clio, Beograd, 2001.
- From, Erih. "Bekstvo od slobode", Naprijed, Zagreb, Nolit, Beograd, 1984.
- Hartli, Džon. "Kreativne industrije", Clio, Beograd, 2007.
- Herman – Mekčesni, "Globalni mediji", Clio, Beograd, 2004.
- Mikić, Hristina. "Uvod u ekonomiku medija", Media Art Science, Novi Sad, 2006.
- Makluan, Maršal. "Poznavanje opština čovekovih proizvođača", Prosveta, Beograd, 1970.
- Mek Kvin, Daglas. "Televizija", Clio, Beograd, 2000.
- Molar, Klod. "Kulturni inženjering", Clio, Beograd, 2000.
- Nikodijević, Dragan. "Uvod u menadžment kulture", Megatrend, Beograd, 2006.
- Nikodijević, Dragan. "Marketing u kulturi i medijima", Megatrend, Beograd, 2007.
- Daglas Tajler, Ferguson Klajn, "Promocija i marketing elektronskih medija", Clio, Beograd.
- Virilio, Pol. "Informatička bomba", Svetovi, Novi Sad, 2000.
- Vuksanović, Divna. "Filozofija medija", Čigoja, Beograd, 2007.

MUZEJI SRBIJE - AKTUELNO STANJE

Apstrakt: Cilj istraživanja "Muzeji Srbije – aktuelno stanje", sprovedenog u proleće 2009, bio je utvrditi aktuelno stanje muzeja u Srbiji. Rezultati istraživanja pokazuju da se muzeji suočavaju i s problemima vezanim za stručan rad, ali i s problemima za čije je rešavanje neophodna veća podrška Ministarstva kulture.

Ključne reči: muzeji, Srbija, aktuelno stanje

Key words: museums, Serbia, current state

Prema statutu ICOM-a (*The International Council of Museums*), "muzej je neprofitna, stalna institucija u službi društva i njegovog razvoja, otvorena za javnost, koja sakuplja, konzervira, istražuje, objavljuje i izlaže materijalne dokaze o ljudima i njihovoj sredini u cilju proučavanja, obrazovanja i uživanja."¹ Muzeji se, kako kaže Gavrilović (2009), pre svega, bave prošlošću, i njihov zadatak je da delove prošlosti čuvaju, ispituju i predstave današnjim i budućim pokolenjima. Njihov značaj ogleda se i u tome što su još od kraja 18. i početka 19. veka, dakle ubrzo po svom nastanku, muzeji postali veoma važan element izgradnje nacionalnog identiteta i "imali su važnu ulogu u definisanju dominantnih državnih vrednosti u mnogim delovima sveta" (Simić, 2008: 47). Stoga se za muzeje s pravom može tvrditi da su jedan od stubova kulture ne samo određenog društva već i čovečanstva u celini.

Istraživanje nazvano "Muzeji Srbije – aktuelno stanje" imalo je za cilj da utvrdi stanje u kome se muzeji u Srbiji danas nalaze. Istraživanje je sproveo tim Za-

¹ <http://icom.museums/statutes.html>

voda za proučavanje kulturnog razvitka², a izvršeno je u periodu od aprila do jula 2009. godine.³ Rezultate ovog istraživanja predstavljamo u tekstu koji sledi.

Muzeji Srbije – aktuelno stanje

Imajući u vidu kompleksnost muzejske delatnosti i potrebu da se sagledaju svi aspekti muzejskog rada, u kreiranje upitnika bili su uključeni spoljni saradnici⁴, a sam upitnik koncipiran je tako da se poštuju pravila muzeologije. Na početku upitnika traženi su opšti podaci o muzeju (uključujući i status, pravni status, teritorijalnu nadležnost, ali i postojanje muzeja u sastavu, legata, spomen zbirke). Zatim su sledila pitanja vezana za objekte/prostor i depoe, a potom su na red došli fondovi, dokumentacija, oprema, ljudski resursi, izložbe, programi i posetioci, izdavačka delatnost, odnosi s javnošću, istraživanja i saradnja, kao i budžet. Na kraju, lica iz muzeja, odgovorna za popunjavanje upitnika, zamoljena su da istaknu prioritete u svom radu, kao i glavne probleme s kojima se suočavaju u vezi s njihovim ostvarivanjem.

Spisak muzeja kojima je trebalo poslati upitnik napravljen je na osnovu adresara iz baze podataka “E-kultura” (unapređeni razvojni model “Geokulturne karte Srbije”) na kojoj, od 2001. godine, rade istraživači Zavoda za proučavanje kulturnog razvitka.⁵ Na ovom spisku našao se sto jedan muzej, uključujući i galerije sa sopstvenim zbirkama. Međutim, iz istraživanja je, zbog objektivne nemogućnosti da obavljaju svoj posao, izostavljeno pet muzeja s teritorije Kosova i Metohije⁶. Takođe, ustanovljeno je da je u

² mr Maša Vukanović, mr Slobodan Mrda i Dragana Martinović.

³ Inicijalno, istraživanje je bilo povezano s konferencijom “Kulturna politika u oblasti kulturnog nasleđa” održanom u organizaciji Sektora za kulturnu baštinu Ministarstva kulture Republike Srbije 22. i 23. maja 2009. u Palati “Srbija”. Međutim, prikupljanje odgovora nastavljeno je i posle konferencije, zaključno s julom.

⁴ Neda Jevremović, šef Odeljenja za dokumentaciju Narodnog muzeja u Beogradu; Aleksandra Savić, kustos Prirodnjačkog muzeja; Saša Srećković, kustos Etnografskog muzeja u Beogradu; i mr Vladimir Krivošejev, direktor Narodnog muzeja u Valjevu.

⁵ Videti: www.e-kultura.net

⁶ Konkretno, reč je o Arheološkom muzeju u Prizrenu, Gradskom muzeju u Đakovici, Gradskom muzeju u Kosovskoj Mitrovici, Muzeju prizrenske lige u Prizrenu i Muzeju u Peći.

periodu od 2003. do danas četiri muzeja prestalo s radom. Muzejima i galerijama Srbije upitnici su prosleđeni iz Sektora za kulturnu baštinu Ministarstva kulture. Sumirano, odgovori su očekivani iz devedeset dva muzeja. Tokom istraživanja ustanovljeno je da iz jednog muzeja, koji je u procesu privatizacije, nije bilo moguće dobiti odgovore na pitanja postavljena u upitniku. Zaključno s julom mesecom, popunjeni upitnici stigli su iz šezdeset devet muzeja (75% muzeja u Srbiji).

Prema njihovom statusu, reč je o dvadeset tri lokalna, pet matičnih, petnaest nacionalnih, tri privatna i dvadeset tri regionalna muzeja. Kada se govori o pravnom statusu, 82,6% ispitanih muzeja jeste posebno pravno lice. U sastavu neke druge ustanove nalazi se 17,4% ispitanih muzeja. Status muzeja se i dalje bazira na Zakonu o opštem interesu u oblasti kulture, jer je Zakon o muzejskom nasleđu još uvek u procesu stvaranja. Pitanje statusa posebno pogađa muzeje koji se nalaze u sastavu drugih ustanova.⁷ Problem se, pre svega, ogleda u nemogućnosti da se utiče na kreiranje i utrošak budžeta, pa ovi muzeji zavise od ustanova u čijem su sastavu. Poteškoće koje proizilaze iz statusa u tesnoj su vezi s finansijskim (ne)prilikama i tiču se kadrova, prostora, ali i programa i projekata. Preovlađuje mišljenje da bi ovi muzeji efikasnije funkcionisali kao samostalne ustanove. Problem vezan za status iznet je i u prvom srpskom muzeju na otvorenom. Nemogućnost da ovaj muzej ostvari status nacionalne ustanove, ukazuje na to da bi u novoj legislativi posebnu pažnju, a uz konsultacije s međunarodnim ustanovama i organizacijama, trebalo posvetiti ovoj specifičnoj vrsti muzeja.

Objekti koje muzeji koriste su u 44% istraženih vlasništvo države; u 40,58% ispitanih muzeja, objekti su vlasništvo lokalne samouprave (gradovi i opštine). Pet muzeja koristi objekte koji su u vlasništvu drugih organizacija – jedan je privatno vlasništvo, a jednom su objekti nasilno otuđeni. U 76,8% ispitanih muzeja, glavna zgrada je kulturno dobro, a od četrdeset devet

⁷ U aneksu VIII *ICOM* statuta stoji da muzeji mogu da budu i kulturni centri i druge ustanove koje olakšavaju čuvanje, kontinuitet i upravljanje pokretnim i nematerijalnim kulturnim dobrima baštine.

muzeja koji koriste više od jedne zgrade, trideset dva poseduje objekte koji su kulturna dobra.

Rečenica “zgrada je u jako lošem stanju iako je kulturno dobro”, navedena u jednom upitniku, ilustruje možda i najmasovniji problem s kojim se muzeji u svom radu suočavaju, a koji se naročito tiče prostora. U okviru opšteg problema prostora ističu se tri, tako reći, potproblema: nedostatak prostora, neadekvatan ili nenamenski prostor i problemi vezani za održavanje prostora. Tako je u dvadeset jednom muzeju eksplicitno navedeno da u funkcionisanju muzeja veliki problem čini nedostatak prostora – nema ga dovoljno za smeštaj zbirki i u depoima, a nedostaje i radnog prostora. Takođe, u nekoliko upitnika navedeno je da zbog ovog problema ne postoji stalna postavka. U šest upitnika eksplicitno je izneto da su privremena rešenja problema prostora tokom godina (decenija) postala stalna, te je, shodno tome, onaj prostor kojim muzeji raspolažu neadekvatan ili nenamenski. Takav prostor otežava rad zaposlenih, kao i čuvanje i obradu muzealija. Najzad, problem u vezi s prostorom tiče se i njegovog održavanja, kao i česte potrebe za adaptacijom. Šesnaest muzeja navelo je da su zgrade u lošem stanju, te da postoje problemi s prokišnjavanjem, grejanjem, klimatizacijom i fasadama. S tim u vezi, trebalo bi reći da je na pitanje o tome da li je rađena adaptacija muzeja, potvrdno odgovorilo pedeset osam muzeja. Međutim, reč je o podacima o radovima koji datiraju od 50-ih godina 20. veka pa do danas. U naredne tri godine, adaptacija je planirana da se izvede u pedeset jednom ispitanom muzeju. Imajući u vidu sve što je do sada napisano, ne iznenađuje što je u šezdeset muzeja (87% ispitanih) istaknut, kao prioritet u radu, upravo muzejski prostor, a u četrdeset četiri (64% ispitanih muzeja) rešavanje problema prostora jeste prioritet broj jedan.

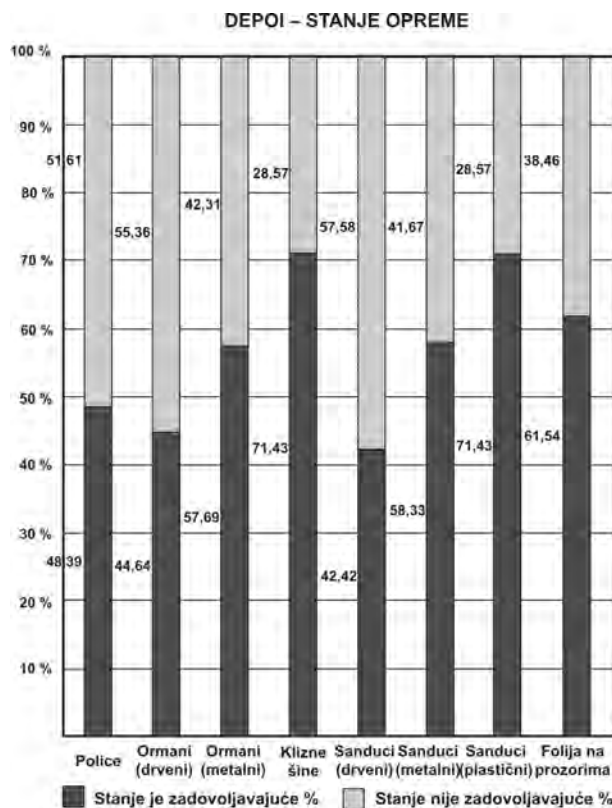
Muzejski objekti osigurani su u 65,2% ispitanih muzeja, a fondovi u 47,8% (od toga u 23,2% ispitanih muzeja potpuno, a u 24,6% fondovi su delimično osigurani). Kada je reč o obezbeđenju objekata, i dalje preovlađuje tehnička zaštita (rešetke, metalna vrata): 60,9% ispitanih muzeja ima službu obezbeđenja, a najređi je video nadzor koji postoji samo u 7,3% ispitanih muzeja. Plan evakuacije za zaposlene i posetioce postoji u 20,3% ispitanih muzeja, a plan eva-

kuacije za kolekciju u 18,8% ispitanih muzeja. Iako ne u velikom procentu, činjenica je da u 29% ispitanih muzeja infrastruktura ugrožava depoe, što ukazuje na postojanje stalne opasnosti i za zaposlene, i za zbirke, ali i za posetioce.

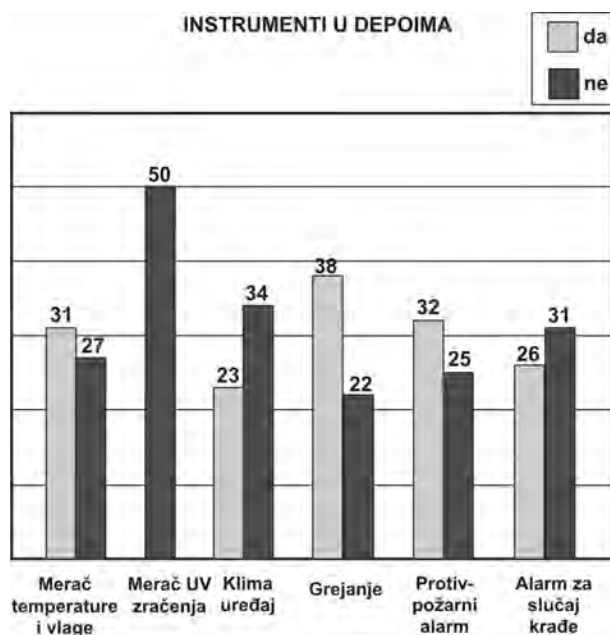
Odgovori na pitanja posvećena depoima – prostorima namenjenim čuvanju muzealija – govore da je, uprkos nedostacima, oprema koja postoji u depoima u relativno zadovoljavajućem stanju. Stanje opreme detaljnije je prikazano na grafikonu 1.

Instrumenti koji postoje u depoima muzeja prikazani su na grafikonu 2.

Na osnovu ovih podataka može se reći da su neke osnovne potrebe za očuvanje predmeta i zbirke koliko-toliko zadovoljene. Međutim, očigledno je i da neke stvari nedostaju. Na primer, najviše postoji potreba za meračem UV zračenja koji u vreme globalnog otopljanja zaista postaje neophodan.



Grafikon 1: Depoi – stanje opreme



Grafikon 2: Instrumenti u depoima

U 59,4% ispitanih muzeja formirane su studijske zbirke. Predmeti smešteni u zbirke se u 52,2% ispitanih muzeja procesuiraju u njihovim sopstvenim konzervatorskim radionicama, dok 47,8% ispitanih muzeja predmete šalje na konzervaciju u druge ustanove. Prema dobijenim podacima, u ispitanim muzejima registrovano je oko 4.316.014 predmeta. Od ovog broja, konzervirano je 9,2% predmeta, nije konzervirano 21,1%, a konzervaciji ne podleže 7,9% predmeta. Za 61,8% predmeta nije dat podatak. Razlozi za nenavođenje podataka, koji su dati u upitnicima pojedinih muzeja, odnose se na to da muzejske ustanove iz finansijskih razloga i nepostojanja sopstvenih konzervatorskih radionica nisu u mogućnosti da konzerviraju predmete, da predmeti iz različitih razloga (selidba, krečenje i sl.) nisu dostupni ili, naprosto, nisu razvrstani zbog nedostatka prostora za čuvanje. S tim u vezi je i podatak da je u poslednjih deset godina revizija, odnosno popis zbirki, urađena u 50,7% ispitanih muzeja.

Kategorizacija kulturnih dobara izvršena je u 40,6% ispitanih muzeja.

Vođenje dokumentacije jedan je od osnovnih zadataka u oblasti muzejskog stručnog rada. Ovom za-

datku poklanja se dosta pažnje, što pokazuje i podatak da je, navodeći prioritete u radu, 82,6% ispitanih muzeja uvrstilo dokumentaciju, reviziju i digitalizaciju zbirki među pet najvažnijih prioriteta.

U dobijenim pismenim i usmenim odgovorima, često je isticano da postojeća zakonska regulativa u oblasti vođenja dokumentacije zahteva poštovanje zastarelih pravila. Obrada zbirki najčešće se radi na tradicionalan način, što podrazumeva ulaznu (kolektorsku) knjigu, inventarsku knjigu i stručno–naučne kartone. Po zakonu i prema postojećim propisima, muzeji u Srbiji su i dan-danas (početak 21. veka, kompjuteri stigli još pre desetak godina, a nešto skorije i digitalni fotoaparati i kamere) obavezni da vode inventar crno-belih fotografija i negativa. Podatke u centralni registar unosi 56,5% ispitanih muzeja.

Iako zakonom nije propisano, trećina ispitanih muzeja, uključujući i neke od centralnih institucija, za vođenje dokumentacije koristi sopstvenu kompjutersku aplikaciju. U nekoliko upitnika eksplicitno je napisano da su od centralnih muzejskih institucija traženi “softveri” za digitalizaciju. Očigledno je da među muzealcima postoji želja da se jedna od osnovnih muzejskih delatnosti osavremeni. Međutim, iako je još od 1996. godine bilo pokušaja da se uspostave zajednički kriterijumi za digitalno vođenje dokumentacije⁸, a 2000. je pokrenut MISS (“Muzejski informacioni sistem Srbije”), te osnovan Nacionalni centar za digitalizaciju, do dana današnjeg nije uspostavljen jedinstveni informacioni sistem, niti je legislativa unapređena.

Digitalizacija je, za sada, najuočljivija kada je reč o snimljenosti zbirki. Stalna postavka snimljena je u 71% ispitanih muzeja. Razvrstano po zbirkama, odnos analognih i digitalnih snimaka je, aproksimativno, pola-pola. Fotodokumentaciju i inventar negativa vodi 63,8% ispitanih muzeja.

⁸ Videti: Mitrović, M. (2008) “Muzejski informacioni sistem Srbije i zaštita narodnih igara u dokumentacionom smislu”, u: *Muzeji u Srbiji: Započeto putovanje*, priredili: Lj. Gavrilović i M. Stojanović, Beograd, Muzejsko društvo Srbije, str. 107–113; Cvetković, M. (2008) “Etnomuzikološka dokumentacija – pomaci i trendovi”, u: *Muzeji u Srbiji: Započeto putovanje*, priredili: Lj. Gavrilović i M. Stojanović, Beograd, Muzejsko društvo Srbije, str. 117–121.

Dokumentaciju o nematerijalnoj građi ima 46,4% ispitanih muzeja, što je podatak koji govori o tome da se ovoj izuzetno osetljivoj građi i dalje poklanja nedovoljna pažnja.

Podaci o obrađenosti zbirki, predstavljeni na grafikonu 3, pokazuju da je u svim ispitanim muzejima obrađeno 26,8% predmeta.



Grafikon 3: Obradenost zbirki

Veliki procenat bez podataka o obrađenosti (56% predmeta), kao i veliki procenat bez podataka o konzervaciji predmeta, ukazuje na nesređenost koja vlada u ovom veoma važnom segmentu rada muzeja. Kao što je već rečeno, pojedini muzeji su naveli razloge zašto nisu odgovorili na postavljena pitanja, ali ipak veći broj ispitanih muzeja nije obrazložio izostavljanje ovih informacija.

U tabeli 1 predstavljene su neke vrste opreme kojom muzeji raspolažu:

Vrsta opreme	Broj muzeja koji je poseduju	%
Digitalna kamera	27	39,1
Digitalni fotoapararat	63	91,3
Video-projektor	40	58
Skener	63	91,3
Reflektor	25	36,2
Štampači, fotokopir, lap-top	34	49,3
Nivelir	6	8,7
GPS	6	8,7

Tabela 1: Oprema u muzejima

Četiri muzeja uopšte nema pristup internetu, dok dva muzeja nema pristup internetu ni u jednom objektu koji koriste. U 66,7% ispitanih muzeja prevladuje ADSL. Na osnovu ovih podataka može se reći da su zaposleni u muzejima uglavnom dobro opskrbljeni opremom koja im omogućava da svoj rad obavljaju na moderan način.

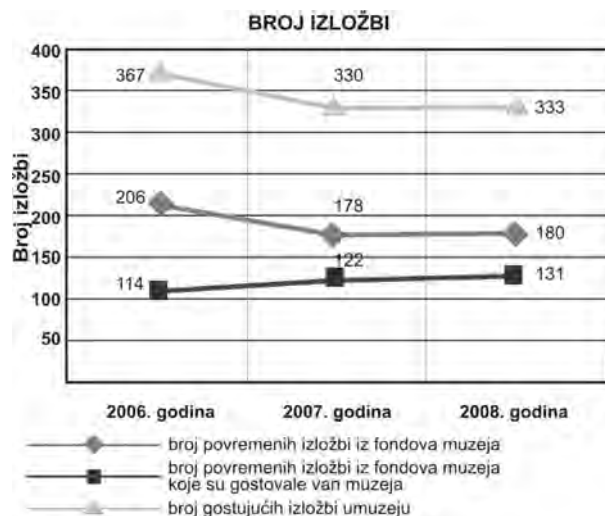
Kada je reč o radnicima u muzejima, ljudski resursi predstavljaju izuzetno veliki problem s kojim se muzeji u Srbiji suočavaju. Naime, iako su u 59,4% ispitanih muzeja zbirke "pokrivene" stručnim kadrovima, u 51% ispitanih muzeja istaknuto je da sadašnja struktura zaposlenih ne omogućava uspešan rad muzeja. O važnosti problema ljudskih resursa govori i činjenica da je, pored odgovora u sekciji upitnika posvećenoj ljudskim resursima, 26,1% ispitanih muzeja, navodeći probleme u funkcionisanju, ponovilo da je veliki problem nedostatak kadrova, posebno stručnjaka u muzeološkoj delatnosti. Najveća potražnja je za konzervatorima, istoričarima, pedagozima, a potrebni su i istoričari umetnosti, etnolozi, arheolozi, bibliotekari, dokumentalisti. Takođe, neophodni su i stručnjaci za marketing i odnose s javnošću, jer se ove aktivnosti smatraju važnim za osavremenjivanje funkcionisanja muzeja, posebno u oblasti rada s posetiocima i korisnicima. U malom broju muzeja potrebni su i čuvari, spremačice i administrativno osoblje. Problem ljudskih resursa delimično se premošćava angažovanjem honorarnih saradnika (78,3% ispitanih muzeja), volontera (43,5% ispitanih muzeja), ali i vojnika na civilnom odsluženju vojnog roka (26% ispitanih muzeja). Međutim, jasno je da to nije trajno rešenje.

Poboljšanje stručnosti kadrova svakako se ostvaruje i omogućavanjem zaposlenima da se stručno usavršavaju. Permanentna edukacija je među prvih pet prioriteta u 30,4% ispitanih muzeja. Stručno usavršavanje zaposlenih omogućava 78,3% ispitanih muzeja. Međutim, ono se najčešće odvija kroz seminare u zemlji, dok za seminare u inostranstvu često nedostaju sredstva. Nedostatak sredstava razlog je zbog koga se u 30,4% ispitanih muzeja ne praktikuje stručno usavršavanje zaposlenih. Drugi razlog, koji je naveden samo u 1,5% muzeja (tj. u jednom muzeju), jeste nedostatak interesovanja. Češći je slučaj (preciznije u 68,2% muzeja) da u onim muzejima u kojima se ne omogućava stručno usavršavanje, razlog nije ni na-

veden. Pored nedostatka sredstava i interesovanja, ponuđeni odgovori bili su: “uprava (direktor) smatra da nam to nije u interesu” ili “nešto drugo, navedite šta”. A šta je tačno u pitanju, ostaće nerazjašnjeno.

Važan segment rada muzeja čini predstavljanje fondova široj javnosti. Procedura planiranja izložbi postoji u 85,5% ispitanih muzeja, a izložbene aktivnosti planiraju se dugoročno u 74% ispitanih muzeja. Utvrđen proces evaluacije izložbi postoji u 47,8% muzeja koji su odgovorili.

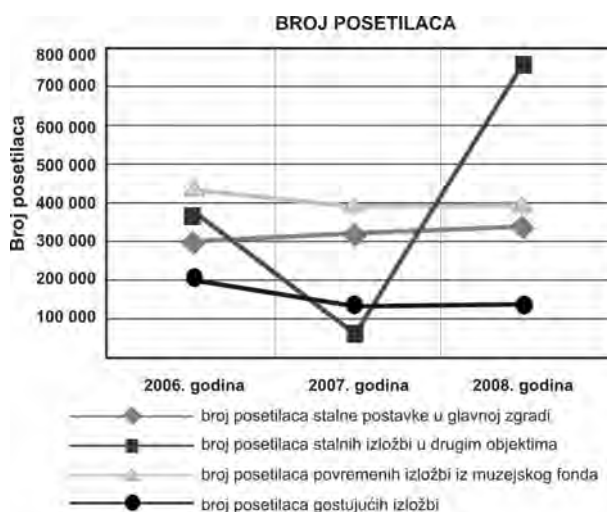
U periodu 2006–2008. organizovana je 1.961 povremena izložba. Na grafikonu 4 prikazan je broj izložbi prema vrsti u poslednje tri godine.



Grafikon 4: Broj izložbi 2006–2008.

Prema ovim podacima, povremene izložbe iz fondova muzeja imale su tendenciju opadanja, ali se 2008. godine situacija malo popravila. Slična je situacija i s gostujućim izložbama u muzejima. Međutim, broj povremenih izložbi iz fondova muzeja, koje su gostovale van muzeja, pokazuje konstantan rast.

Ukupan broj posetilaca muzeja tokom 2007. godine bio je u padu u odnosu na prethodnu, 2006. godinu, kada je muzeje u Srbiji posetilo ukupno 1.380.092 ljudi. Međutim, u 2008. situacija se popravila, a broj posetilaca приметно je povećan na 1.619.790. Podaci o broju posetilaca prema vrsti izložbi prikazani su na grafikonu 5:



Grafikon 5: Broj posetilaca prema vrsti izložbe 2006–2008.

Prema vrsti izložbi, broj posetilaca stalne postavke u glavnoj zgradi u konstantnom je porastu: od 295.595 u 2006. godini na 347.323 posetilaca u 2008. Zanimljivo je da broj posetilaca stalnih postavki u drugim objektima muzeja, nakon izvesnog pada tokom 2006, od 2007. beleži enorman rast. Broj posetilaca povremenih izložbi iz fondova muzeja opao je tokom 2006. godine, ali od tada “drži” konstantnu liniju. Slična situacija je i s brojem posetilaca gostujućih izložbi.

Ovde treba napomenuti da muzeji uglavnom ne vode evidenciju o strukturi posetilaca, te je teško utvrditi ko najviše posećuje muzeje: deca, odrasli, muškarci, žene, domaće stanovništvo, stranci, itd.

Predavanja, tribine, koncerti i slični programi čine još jedan od vidova muzejskog rada s publikom. U periodu od 2006. do 2008. godine u ispitanim muzejima organizovano je ukupno 2.388 raznovrsnih programa. Ovi programi povremeno se organizuju u 20,3% ispitanih muzeja; nekoliko puta godišnje takođe u 20,3% ispitanih muzeja, a barem jednom mesečno, po mogućnosti i češće, u 39,1% ispitanih muzeja.

Broj posetilaca programa iz godine u godinu raste, te je porastao od 78.755 zabeleženih posetilaca 2006. godine do 212.465 posetilaca u 2008. Kao i u slučaju izložbi, muzeji uglavnom ne vode evidenciju o strukturi posetilaca.

Među prvih pet prioriteta u osamnaest muzeja (tj. 26,1% ispitanih muzeja) ističe se rad s publikom.

Publikacija o muzeju, u kojoj su predstavljeni njegov istorijat i misija, zbirke i fondovi, jedan je od načina da se muzej približi posetiocima. Ažurnu publikaciju o muzeju (dakle, uslov je da je objavljena u 21. veku) ima trideset tri muzeja, a publikaciju o svojoj ustanovi nikada nije ni imalo osamnaest muzeja. Publikaciju na stranom jeziku ima dvadeset osam muzeja. Preovlađuju publikacije na engleskom jeziku (u dvadeset četiri muzeja), dok su publikacije o muzeju na drugim jezicima retke, pa tako po dva muzeja imaju publikaciju na francuskom, nemačkom, ruskom ili mađarskom jeziku, a samo jedan muzej ima publikaciju na italijanskom jeziku.

Izdavačka delatnost obuhvata i kataloge izložbi i druge publikacije koje muzej objavljuje. U odnosu na kataloge izložbi, koje izdaje 49,3% ispitanih muzeja, mnogo češći način za približavanje muzejskih zbirki široj javnosti jesu posebne publikacije posvećene fondovima, izložbama i programima. Njih izdaje 88,4% ispitanih muzeja.

Posebna služba za odnose s javnošću postoji u 34,8% ispitanih muzeja. Kontakte s medijima jednom mesečno ili češće održava trideset dva muzeja (46,4% ispitanih), dok su ti kontakti povremeni u trideset sedam muzeja (tj. 53,6% ispitanih). Informacije o aktivnostima muzeja, kada ih od nadležnih radnika dobiju, mediji objavljuju u 97,1% slučajeva. Najčešći načini na koje muzeji obaveštavaju javnost o svojim aktivnostima jesu putem plakata, a zatim slede: internet, radio i TV džinglovi, oglasi u novinama i "bilbordi" (videti tabelu 2). Zanimljivo je primetiti da dva muzeja koji su na naš upitnik odgovorili, kao način za obaveštavanje javnosti o svojim aktivnostima koristi SMS (tj. mobilnu telefoniju).

U privlačenju posetilaca, značajna je i uspešna saradnja s drugim akterima društvenog života. Tako, na primer, s turističkom organizacijom saraduje 85,5% ispitanih muzeja.

Pretežno stručna javnost upoznaje se s radom muzeja putem časopisa, odnosno stalnih publikacija koje izdaje trideset devet muzeja, tj. 56,5% ispitanih mu-

Oblik oglašavanja	Zastupljenost u muzejima (%)
TV spot	84,1
Radio spot	31,9
Gostovanja u medijima	10,1
Internet	68,1
Oglasi u novinama	44,9
Plakati	84,1
Bilbordi	20,3
Mesečne programske sveske kulturnih programa	1,5
Pozivnice	5,8
Saopštenja za javnost i direktni kontakti sa medijima	4,4
SMS	2,9

Tabela 2: Oblici oglašavanja

zeja. Kolekcije muzeja su u 98% ispitanih muzeja dostupne studentima i spoljnim saradnicima.

Naučna istraživanja takođe čine važan segment muzejskog rada. Njih sprovodi 87% ispitanih muzeja. U saradnji s naučnim institucijama, u protekle tri godine realizovano je dvesta dvadeset četiri projekta.

Prema podacima koje su na konferenciji “Kulturna politika u oblasti kulturnog nasleđa”, održanoj u Beogradu 22. i 23. maja 2009. godine, iznele g-đa Dušica Živković, pomoćnica ministra zadužena za kulturnu baštinu i g-đa Dušica Juribašić iz Pokrajinskog sekretarijata za kulturu, Sektor za kulturno nasleđe je u 2008. godini raspolagao budžetom od 236.244.000,00 dinara, što je činilo 22% ukupnog budžeta Ministarstva kulture. Održavanju nacionalnih ustanova kulture bilo je namenjeno 50% ove sume. Ista priča važi i za 2009. godinu – takođe je 50% budžeta namenjeno njihovom održavanju u svakom smislu. Pozicije koje se u budžetu Sektora za kulturno nasleđe odnose na finansiranje projekata čine 38% budžeta Sektora.

Prema informacijama koje smo dobili radeći ovo istraživanje, najveći deo sredstava troši se na plate zaposlenima, te za druge aktivnosti ostaje veoma malo

ili nimalo para. Konkretnije, prema nameni sredstava za 2008. godinu, za plate i druga primanja zaposlenih u četrdeset pet muzeja izdvaja se preko 50% budžeta, dok je samo u dva muzeja preko 50% budžeta namenjeno programima, odnosno projektima. Međutim, u nekim jedinicama lokalne samouprave planiranje budžeta vrši se po kontima i subkontima, pa je veoma teško razdvojiti programske i druge troškove. To takođe otežava i uspostavljanje jedinstvenog sistema praćenja koliko se, zapravo, novca ulaže u kulturu na teritoriji Republike Srbije.

U planiranju budžeta muzeji se, pre svega, oslanjaju na sredstva od osnivača. Sopstveni prihodi i prihodi s drugih nivoa vlasti (koji, dakle, nisu osnivači) čine manji procenat prihoda muzeja. Sredstva iz republičkog budžeta čine više od 50% u petnaest ispitanih muzeja. Sredstva iz budžeta gradova zastupljena su s preko 50% u budžetima dvadeset jednog ispitanog muzeja, dok su sredstva iz budžeta opština zastupljena s preko 50% u budžetima dvadeset dva ispitana muzeja. Sopstveni prihodi zastupljeni su s preko 50% u dva ispitana muzeja.

Struktura budžeta prema sredstvima koja čine do 5% budžeta pokazuje da, na primer, u trideset pet ispitanih muzeja predstavljaju sopstveni prihodi. Sponzorstva čine do 5% budžeta u devet ispitanih muzeja. Donacije čine do 5% budžeta u devetnaest muzeja. Do 5% ukupnog budžeta muzeja dolazi iz budžeta grada, i to u šest ispitanih muzeja; iz opštinskog budžeta u deset muzeja, a iz budžeta Republike u četrnaest muzeja.

Ostvarena sredstva u 2008. godini, koja su činila preko 50% budžeta, u dvadeset pet muzeja došla su iz republičkog budžeta, u dva muzeja iz pokrajinskog budžeta, u jedanaest muzeja iz gradskog, a u dvanaest muzeja iz opštinskog budžeta. Samo tri muzeja su u 2008. godini uspela da ostvare sopstvene prihode, tako da oni čine preko 50% ostvarenih sredstava.

Problem s finansijama je u dodatnim podacima iznenađujuće retko navođen u odnosu na probleme vezane za prostor i ljudske resurse. Samo sedam ispitanih muzeja je kao važan problem u funkcionisanju eksplicitno navelo finansije. Međutim, ovako sporadično navođenje treba uzeti s rezervom, jer se problemi finansijske prirode mogu smatrati konstantom,

a takođe i rešavanje problema s prostorom i ljudskim resursima umnogome zavisi od finansijske situacije.

Na već pomenutoj konferenciji, “Kulturna politika u oblasti kulturnog nasleđa”, specijalni savetnik ministra kulture, g-din Zoran Hamović, istakao je da je za kulturni razvoj neophodno vršiti konstantna istraživanja kojima bi se problemi identifikovali i na osnovu kojih bi se inicirale stalne rasprave o problemima i iznalazili načini za njihovo rešavanje.

Istraživanje “Muzeji Srbije – aktuelno stanje”, čije smo rezultate u ovom tekstu izneli, za cilj je upravo i imalo da identifikuje aktuelno stanje stvari u muzejima u Srbiji. Kao što rezultati istraživanja pokazuju, problemi s kojima se muzeji u Srbiji suočavaju jesu i stručne prirode (digitalizacija, obrada predmeta, dokumentacija...), ali i u domenu finansiranja i planiranja koje je u vezi s opštom situacijom u društvu. Da bi se problemi rešili, neophodno je da se muzealci usaglase i naprave jedinstvenu platformu koja omogućava sistematska unapređivanja stručnog rada. Takođe, posebno imajući u vidu dva ovogodišnja slučaja – povećanje poreza na autorske honorare i naplata poreza od 40% na samostalne prihode, što su odluke koje direktno pogađaju sektor kulture, ali i neusaglašenost zakona, o čemu je govorila i g-đa Juri-bašić u zajedničkom izlaganju s g-đom Živković – neophodno je da Ministarstvo kulture učini značajnije korake ka unapređivanju legislative i zaštiti interesa kulture uopšte, pa time i muzeja.

Literatura:

Gavrilović, Lj. (2009) *O politikama, identitetima i druge muzejske priče*, Beograd, Etnografski institut SANU.

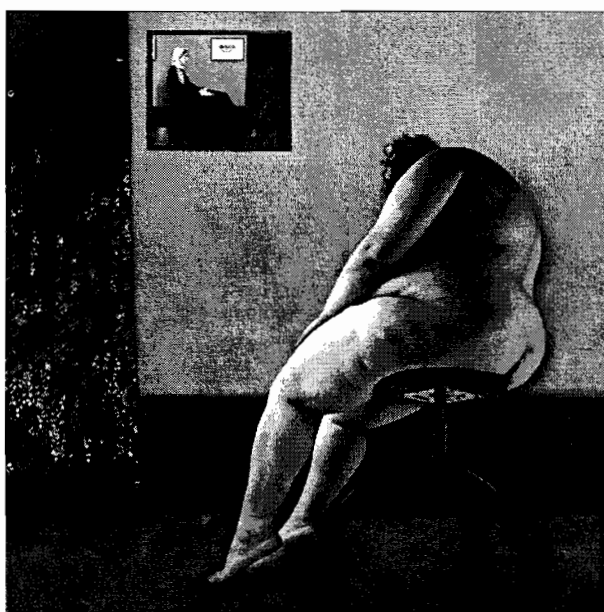
Simić, M. (2008) “Izlaganje narodnosti kao tradicionalne kulture u Etnografskom muzeju u Beogradu: Istraživanje muzejske modernističke prakse”, u: *Muzeji u Srbiji: započeto putovanje*. Priredili: Lj. Gavrilović i M. Stojanović, Beograd, Muzejsko društvo Srbije, str. 47–69.

Internet:

International Council of Museums – <http://icom.museums>

PRIKAZI





MAJA ĆIRIĆ

ESTETIKA FOTOGRAFIJE, GUBITAK I OSTATAK

Fransoa Sulaž: Estetika fotografije, gubitak i ostatak, Edicija Foto Artget, Kulturni centar Beograda, Beograd 2008.

Kompleksna studija “Estetika fotografije” Fransoa Sulaža (François Soulages), predavača na Univerzitetu Pariz 8 Sen Deni (*L’Université Paris 8, Saint-Denis*), ozbiljan je pokušaj artikulisanja i promišljanja ontologije i gnoseologije fotografije čiji je cilj uspostavljanje njemu svojstvene estetike.

Fotografija kao “spoj zagonetke svojstvene subjektu i zagonekte svojstvene objektu”, za Sulaža je zanimljiva, u smislu da je okarakterisana procesom koji odlikuje “nezavršivost”, ali i antidogmatska, jer podrazumeva konstantno kritičko preispitivanje – ona je “oličenje sumnje i osporavanja, preispitivanja života i vremena, sadržine i slike”. Upravo relacioni i proceduralni karakter fotografije, za koji se zalaže Sulaž, a koji se ogleda u uslovima i načinima nastajanja u stvaralačkom procesu, ali i uslovima prijema, pogodan je za primenu metodološkog zahvata bliskog eksperimentalnim naukama zasnovanog na iskustvu i oledima. Zbog činjenice da ovo delo odlikuje initerdisciplinarni pristup zasnovan na multiplicitetnosti pozicija i raznolikim interpretacijama i tumačenjima, ovde je reč o mapiranju pojedinačnih estetika nastalih u susretu s različitim fotografskim delima i njihovim analitičkim mehanizmima. Inicijalno promišljanje fotografije ostvaruje se kroz umreženost filozofije umetnosti i konkretnih opusa i pojedinačnih dela kapitalnih fotografija, a artikulisano je oko tri bazične ose:

2. *Mogući temelji estetike fotografije* – Odnos fotografije i stvarnosti

Ovde Sulaž problematizuje objekat za fotografisanje i fotografski objekat kroz filozofsku i semiološku prizmu, tj. kroz naglašavanje razlike između fotografije i stvarnosti i doživljavanja fotografije kao znaka, čime osloboda mnoge potencijale za daljnju analizu.

4. *Estetika fotografskog dela* – Specifičnost fotografskog dela (uslovi, oblici, priroda)

Ključni pojmovi u ovom poglavlju su bespovratnost, “nezavršivost”, gubitak i ostatak. Njih je moguće interpretirati empirijski, na osnovu konkretnog svojstva fotografije, ali i filozofski. Pojam gubitka, na primer, ukazuje na “jedinstvene okolnosti čina fotografisanja, na trenutak okidanja”, ali i na “širi bespovratni proces dobijanja negativa”. Na filozofskoj ravni, gubitak se odnosi na “vreme koje je prošlo, i na biće koje je prošlo”. Ostatak je ono što je moguće napraviti od negativa zasnovanog na gubitku, ono s čim je neutešno, ono od čega je potrebno napraviti neki smisao.

6. *Estetika fotografske umetnosti* – Elementi umetničkog u fotografiji (prenos, reference, beleženje)

Relacioni aspekt svojstven čitavoj studiji ogleđa se u pokušaju uspostavljanja odnosa fotografije i drugih umetnosti, pa se u tom kontekstu pojavljuje *estetika beleženja* ili reprodukovanja umetničkog dela, ali i *estetika umetnosti na drugi stepen*. Dijalektički odnos dodatno je razvijen određivanjem tri područja estetike:

- estetike režije;
- estetike fikcije;
- estetike imaginarnog referenta.

Dijalektika je ovde zasnovana na odnosu fenomenologije i transcendencije, ali i na osciliranju na liniji *posebno – opšte – filozofija fotografije – filozofija umetnosti – posebne estetike – opšta estetika*. U svakoj od ovih osa emanira po neka posebna estetika, svojstvena konkretnom primeru, ali je dostignuće ove knjige upravo u pokušaju da se one sagledaju u svojoj speci-

fičnosti, a pod “kišobranom” posebnog principa za uspostavljanje opšte estetike.

Opšti princip: $O=x$ i estetika istovremenosti

Fotografija je samo jedan elemenat u trouglu između fotografišućeg subjekta, uslova njenog nastanka i recepcije; ona je uvek shvaćena kao “trag, simptom, naznaka” nečeg izvan sebe; indeks je suočavanja s pitanjem uspostavljanja svetova (unutrašnjih, spoljašnjih, fotografskih), pa je pokušaj njene interpretacije neminovno rezultirao fluktuacijom pojmovnih, autorskih, teorijskih referenci. Estetika fotografije, za koju se zalaže Sulaž, polivalentna je jer je određena činjenicom da je fotografski objekat nemoguće dosegnuti. Zbog činjenice da je pokretač svake fotografije zasnovan na nedostatku koji odlikuje pokušaj predstavljanja realnosti, ona ima potencijal za konstantno preispitivanje. Ipak, moguće je uočiti jedan koncept koji se provlači kroz celu studiju i koji je najbolje predstavljen jednačinom $O=x$. U pitanju je direktna pozajmica od Kanta, koji u “Kritici čistog uma” pravi razliku između fenomena i noumena kao transcendentnog, nesaznatljivog objekta. O = objekat za fotografisanje, saznatljiv je samo po svom vidljivom fenomenu, a x = transcendentni objekat, jeste ono o čemu ne znamo baš ništa ili ono što je određivo na osnovu raznovrsnosti nekog fenomena. Zasnovana na kompleksnom odnosu fenomena i noumena, na “razmišljanju o transcendentnom objektu koje (...) omogućava potragu za fotografskim fenomenom”, opšta estetika fotografije kao “nikada konačnog i uvek promenljivog predstavljanja”, za predmet analize ima specifično fotografsko u svakoj fotografiji i realizovana je na tri nivoa:

1. estetika bespovratnosti i gubitka,
2. estetika “nezavršivosti” i ostatka i, najvažnija,
3. estetika spoja bespovratnosti i “nezavršivosti”, gubitka i ostatka, tj. *estetika istovremenosti* kao otvorena estetika koja omogućava razumevanje mnogostrukosti, pomirenje raznolikosti i prividnih suprotstavljenosti koje su inherentne fotografiji kao kompleksnom fenomenu. Zahvaljujući esteticima istovremenosti koju uspostavlja, Sulaž ispituje složeni odnos fotografije kao zagonetke stvarnosti, tako da “kreće od neke te-

škoće i složenosti da bi išao do teškoća i složenosti višeg reda”. Estetika istovremenosti kao “estetika fragmenta, rascepkanosti i isparcelisanosti, estetika kairoisa i estetika tačke viđenja, estetika posebnog i jedin-stvenog, omogućava razrešavanje kompleksnog odno-sa umetničkog i neumetničkog, estetike recepcije i es-tetike kreacije, ’nezavršivosti’ rada na negativu, ali i ’nezavršivosti’ procesa prikazivanja”.

Ova knjiga nije sistem, niti je napravljena s teorijskim pretenzijama, ali je smišljena kao niz fukseva i ima-mentnosti, i vešto ukazuje na mnogostruke potencijale fotografije. Estetika za koju se Sulaž zalaže, podrazu-meva senzibilitet prema fotografiji kao prema kom-pleksnom fenomenu, a koji može da ispolji različite modele, s obzirom na to da je uvek reč o fotografiji kao otvorenom delu koje ima potencijal za ostva-rivanjem mnogostrukih mogućnosti. Na primer, kada govori o *pojezisu* umetničkog dela, o prelazu neumet-ničkog u umetnost, kao specifičnosti fotografije, Su-laž se oslanja na duh vremena, na recepciju savre-mene umetnosti, ali i na Dišana, Malroa, Frojda, na prebacivanje iz jednog u drugi kontekst, na pojmove metamorfoze, transfera i nesvesnog. Njena opšta es-tetika istovremenosti zalaže se za fotografiju kao ne-iscrpnu kombinaciju raskola, preobražaja i izbora, i podrazumeva pojmove razlike i odstupanja svojstve-ne jeziku u sosirovskom smislu. Fokusirana na kon-kretnim primerima, ona je više od estetike, ozbiljan predložak za istoriju fotografije.



ANA STEVANOVIĆ

TRANSKULTURNA EVROPA - KULTURNA POLITIKA U EVROPI KOJA SE MENJA

*Ulrike Hana Majnhof i Ana Triandafilidu:
Transkulturalna Evropa – Kulturalna politika u
Evropi koja se menja, Clio, Beograd 2008.*

Tokom devedesetih godina XX veka u diskursima Evropske unije vodila se rasprava o kulturnoj politici u Evropi. Ta diskusija kretala se u dva pravca – prvi je podrazumevao izgradnju panevropskog kulturnog prostora i mogućnost stvaranja zajedničke evropske kulture i identiteta, a drugi pravac karakterisala je ideja o Evropi kao bogatom kulturnom mozaiku. U središtu rasprave nalazilo se pitanje nacionalnih kultura kao i razmatranje na koji način bi se kulturna politika mogla preoblikovati u kontekstu u kome nacionalni ciljevi više ne bi bili primarni. Pod pojmom kulturna politika podrazumeva se svesno delovanje usmereno ka ostvarivanju društveno prihvatljivih ciljeva u oblasti kulture, a njen cilj je očuvanje i razvoj kulturnog identiteta.

U savremenim raspravama o kulturnoj politici najveća pažnja posvećuje se pitanjima transnacionalnih tokova i migracija na evropskom prostoru, a pitanje proširenja komplikuje ne samo stare pretpostavke o mogućim razlikama između Zapadne i Istočne Evrope, već i o lokaciji i granicama same Evrope.

Knjiga “TRANSKULTURNA EVROPA – Kulturalna politika u Evropi koja se menja”, koju su priredile Ulrike Hana Majnhof i Ana Triandafilidu a koju je

objavila izdavačka kuća “Clio” iz Beograda 2008. godine, bavi se ključnim pitanjima s kojima se susreću tvorci kulturne politike u Evropi u XXI veku. Ova pitanja tiču se kulturne raznolikosti i kulturne konfiguracije evropskog prostora u savremenoj Evropi.

Većina autora čiji su radovi objavljeni u ovoj knjizi angažovana je na mnogobrojnim svetskim univerzitetima, poput univerziteta u Beču, Londonu, Sautemptonu, potom na Evropskom univerzitetskom institutu u Firenci, kao i pri istraživačkim centrima i institutima pomenutih obrazovnih ustanova. Pored njih, zastupljeni su i autori iz nekadašnjih jugoslovenskih zemalja, a koji su predavači na fakultetima u Beogradu, Zagrebu i Ljubljani. Autori daju savremeni kontekst ovoj knjizi kroz razmatranje određenog broja pitanja koja se odnose na kulturnu politiku u Evropi u današnje vreme. Mnogi od autora učestvovali su, i još uvek učestvuju, u realizaciji istraživanja i projekata koji se tiču transkulturnih zajednica, multikulturalizma, studija kulture, kulturne politike, integracija imigranata, nacionalnih identiteta, sociologije kulture itd. Zajedničko za sve autore jeste mnoštvo nedavno objavljenih publikacija u vezi s pomenutim oblastima, što ide u prilog njihovoj stručnosti kao i kompetentnosti da govore o pomenutim temama.

Autori razmatraju nove i zanimljive razvojne tokove koji bi mogli da doprinesu unapređenju mišljenja o kulturnoj politici. Kulturom se ne bave kao nečim što je statično i utemeljeno na određenoj lokaciji, već je sagledavaju kao promenljivu i dinamičnu pojavu. Ističu transkulturne tokove u nekim od najvećih evropskih gradova (npr. Berlin, London, Pariz), zatim u prestonicama, kako sami navode, prilično zatvorene stvarnosti (Ljubljana), kao i nova kulturna kretanja koja se javljaju u gradovima, u samom srcu i na periferiji Evrope (Beč, Beograd). Ispituju odnos između kulturne raznolikosti, kulturne politike i migracija, pokušavajući da istaknu nacionalne ograničenosti tog odnosa.

Priredivačice knjige, Majnhof i Triandafilidu, shvataju kulturnu politiku kao onu politiku koja utiče na način življenja neke grupe ili više grupa ljudi u Evropi. Prema tome, kulturna politika u “transkulturnoj Evropi” bavi se pitanjima zajedničkog života i postojanja populacija na geosocijalnim prostorima ev-

ropskog društva. U ovoj knjizi, autori sagledavaju Evropu kao jedinstven geografski prostor, napuštajući posmatranje kulturne politike kao strategije u oblasti kulture samo u okviru jedne nacije, odnosno države.

U samom središtu pažnje autora koji su dali doprinos ovoj knjizi nalazi se pitanje kulturne raznolikosti, a ono što predstavlja suštinu njihovih proučavanja jeste značaj migracionih populacija koje žive u velikim evropskim gradovima, poput Rima, Londona, Berlina... U ta pitanja ubrajaju se i ona koja se tiču novih migranata koji su u poslednjoj deceniji XX veka napustili svoje matične države i doselili se u pomenute evropske gradove. Pored toga, ova knjiga se bavi i odnosom Zapadne i Istočne Evrope koji, prema rečima autorâ, predstavlja odnos kulturne nejednakosti, ali i odnos koji intenzivno poprma novi oblik u kontekstu proširenja Evropske unije. Uzimajući u obzir i aktuelna politička dešavanja, autori pokazuju kako se i na koji način političke promene reflektuju na oblast kulture.

Knjiga se sastoji od dvanaest poglavlja koja su podeljena u tri dela. Prvi deo knjige donosi pregled pitanja koja se tiču kulturne politike u Evropi; drugi deo govori o gradovima koji su bili predmet istraživanja, dok je treći deo knjige posvećen transnacionalnom i transkulturnom povezivanju.

U okviru prvog poglavlja, Majnhof i Triandafilidu daju "Uvod u kulturnu politiku u Evropi koja se menja – Transkulturnu Evropu" i postavljaju pitanje krize multikulturalizma koja, kako autorke tvrde, dominira javnim i političkim diskursima i u "novim" i u "starijim" zemljama imigracije. Multikulturalizam se ovde definiše kao javno prihvatanje imigranata i manjinskih grupa ili zajednica koje se razlikuju od većinskog stanovništva po jeziku, kulturi i društvenom ponašanju, i koje imaju vlastite asocijacije i vlastitu socijalnu infrastrukturu. Priznavanje kulturne raznolikosti i mera kojima se obezbeđuje jednakost u društvu, predstavlja suštinsku odliku multikulturalizma.

Sledi poglavlje pod nazivom "Logika evropeizacije kulturne politike" koje je napisala Monika Sasateli, a bavi se pitanjem evropeizacije kulturnih politika. Sasateli razmatra jednu od najznačajnijih inicijativa kulturne politike Evropske Unije – program "Evropske prestonice kulture" koji, po njenim rečima, pruža od-

ličan oslonac za razumevanje logike, dostignuća i ograničenosti evropeizacije posredstvom kulturne politike. Ovaj program ukazuje na to da veliki gradovi imaju glavnu ulogu na kulturnoj sceni Evrope. Sličnu pretpostavku iznale su i Majnhof i Triandafilidu u uvodnom poglavlju; one smatraju da, u poređenju s velikim nacijama, veliki gradovi obezbeđuju bolje spoznajne instrumente za sagledavanje novih međuzavisnosti i tokova savremenih društava. Veliki gradovi danas predstavljaju stecište značajnih tokova proizvoda i ljudi koji prevazilaze urbane i nacionalne teritorijalne granice, pretvarajući prestonicu u kosmopolitski grad.

U trećem poglavlju, “Zamišljene ili prave podele? Kulturne politike i njihove granice”, autori, Milena Dragičević-Šešić i Sanjin Dragojević, kritički istražuju ne samo načine na koje se konstruiše politika identiteta i utopijska slika Evrope već i načine na koje se one, putem evropske politike uključivanja/isključivanja, potiskuju ka daljoj izolaciji u vođenju kulturne politike i ka daljim unutrašnjim podelama.

U četvrtom i poslednjem poglavlju prvog dela knjige, “Sagledavanje kulturne raznolikosti: diskursno-analitički pristup”, koje su napisale Nađa Kivan i Ulrike Majnhof, ispituju se uslovi koji čine okvir rasprave o kulturnoj raznolikosti i multikulturalizmu. U zaključnim napomenama, autorke ističu da je za plodnu i osnovanu raspravu o kulturnoj raznolikosti i multikulturalizmu u zemljama članicama Evropske unije neophodno da se ti pojmovi odnose na ista pitanja u svim različitim lingvističkim i političkim kontekstima.

Drugi deo ove knjige bavi se tretiranjem kulturne politike iz perspektive metropola s posebnim akcentom na pitanja koja se tiču kulturne raznolikosti. Tako u petom poglavlju, “London i projekat urbanog kosmopolitizma”, autorka Asu Aksoj govori o prirodi raskola između nacionalnog i urbanog, koristeći London kao središte razmišljanja o kulturnoj raznolikosti. Aksoj zaključuje da je otvorenost Londona prema svetu, odnosno, otvorenost prema tokovima ljudi, od suštinskog značaja za njegov potencijal kosmopolitiskog modela kulturnog inoviranja.

Poglavlje o Berlinu i Parizu, koje su napisale Nađa Kivan i Kira Kosnik, bavi se mogućnostima umetničkog stvaralaštva u oba grada. Oslanjajući se na

empirijsko istraživanje koje je tokom godinu dana sprovedeno u pomenutim gradovima, autorke tvrde da je moguće govoriti o “belaštvu” kulturne politike. U ovom poglavlju, one su pokazale kako podela dvopakog sistema kulturne politike između *neemigrantske* visoke kulture, s jedne strane, i manje prestižne urbane, *imigrantske*, etno ili sociokulture, s druge strane, u znatnoj meri karakteriše kulturnu politiku u Parizu i Berlinu.

Naziv sedmog poglavlja je “Uprkos kulturnoj politici i mimo nje: praksa i strategije trećeg i četvrtog sektora u Beču i Beogradu”, a njegove autorke su: Martina Boze, Brigita Buš i Milena Dragičević-Šešić. One se u ovom poglavlju bave poljem kulturnih aktivnosti koje se odigravaju van delokruga javnih subvencija ili privatnog pokroviteljstva, odnosno sponzorstva. Mnoge inicijative u okviru ovih aktivnosti potiču iz nekomercijalnog i nevladinog sektora, i o njima se govori kao o *trećem sektoru*; ovde se raspravlja o njihovom utemeljenju u gradske kulture na osnovu rezultata empirijskih istraživanja u Beogradu i Beču.

U poslednjem poglavlju drugog dela, “Urbana kulturna politika i imigranti u Rimu: multikulturalizam ili samo ‘paternalizam?’”, koje su napisale Ankica Kostić i Ana Triandafilidu, ispituje se način na koji se politika lokalnih vlasti i odgovarajućih javnih institucija u Rimu bavi multikulturnim programom i integracijom imigranata. Autorke svoju analizu zasnivaju na analizi zvaničnih dokumenata i izveštaja, kao i na temeljnim intervjuima. No, zaključak je da u Rimu kulturno učešće imigracionih grupa postoji samo na marginama kulturnog života grada.

Treći deo knjige bavi se transnacionalnim i transkulturnim povezivanjem. U devetom poglavlju pod nazivom “Izazov imigranata za novo viđenje Evrope”, koje je napisala Asu Aksoj, govori se da prisustvo raznolikih migracionih populacija predstavlja izazov za Evropu. Aksoj smatra da mreže migranata omogućavaju preispitivanje nekih fundamentalnih načela na kojima počivaju nacionalne kulture i zajednice. Autorka uviđa da se razvija novi oblik socijalnosti koji povezuje porodične mreže s širim mrežama poslovanja, informacija, religije i politike.

U desetom poglavlju, “Šire od dijaspore: transnacionalne prakse kao transkulturni kapital”, autorke Ulrike Hana Majnhof i Ana Triandafilidu analiziraju tri

najzastupljenija teorijska pristupa u proučavanju migracionih populacija za koje se često koristi zajednički izraz – transnacionalizam; to su: dijaspora, komunitarizam i kosmopolitizam; one takođe uvode i nov pojam, *transkulturni kapital*, koji predstavlja način vrednovanja složene kombinacije kulturnog, socijalnog i ekonomskog kapitala. Autorke ističu da snažne transnacionalne veze u okviru migracionih zajednica i između njih mogu da učine moćan transkulturni kapital koji ne ograničava migracione populacije, već im pruža mogućnost izbora.

Poslednja dva poglavlja bave se aspektom neukusa i njegovim kosmopolitskim implikacijama. Pariz, London i Rim činili su deo tzv. *afričkog neukusa*, što je dalo mogućnost za proučavanje uzajamne veze njihovih migracionih populacija. Berlin, London i Beč bili su deo tzv. *turskog neukusa*, dok su Beograd, Ljubljana i Beč činili čvorišta u *balkanskom neukusu*. Jedanaesto poglavlje, “Tri registra neukusa: identitet, periferne kulturne industrije i alternativne kulture”, koje su napisali Nikola Janković i Rastko Močnik, teorijski i empirijski istražuje implikacije tokova ljudi, proizvoda, ideja i ukusa karakterističnih za neukus. Autori shvataju neukus kao sociostrukturnu pojavu, odnosno kao isprepletanu, heterogenu i duboku mrežu migracija i razmena kulturnih tokova koji su lokalno određeni mnogobrojnim činocima, ali koji, u suštini, spadaju u čudljivost kapitalističkog svetskog sistema.

U poslednjem poglavlju, “Ka transkulturnoj politici za evropski kosmopolitizam”, njegov autor Kevin Robins zaključuje ovu knjigu razmišljanjima o tome kako bi mogla da izgleda kulturna politika evropskog kosmopolitizma. On smatra da su različita kretanja i pokreti koji su pratili globalizaciju doneli u evropski kulturni prostor nove vrste raznolikosti i složenosti, uključujući i nove oblike restrukturiranja kulture, susretanja, razmene i mešanja; pri tome, presudan značaj ima činjenica da su oni po svojoj prirodi transnacionalni i transkulturni – odnosno da funkcionišu i izvan nacionalnih granica i deluju na različitim kulturnim prostorima. Robins ističe da upravo razvoj novih transkultura i transkulturnih raznolikosti donosi nove izazove i nove mogućnosti za kulturnu politiku, te bi, stoga, trebalo da bude suštastvena briga evropske kulturne politike.

U knjizi “TRANSKULTURNA EVROPA – Kulturna politika u Evropi koja se menja”, autori su uspeli da kritički ispitaju način na koji je kulturna politika do sada evoluirala, kao i da razviju nove pojamovne i teorijske perspektive za razmišljanje o složenosti kulture i promenama u njoj.

U svim poglavljima ove knjige autori koriste opšte prihvaćenu stručnu terminologiju i ustanovljavaju novu, a u razvijanju sopstvenih zaključaka oslanjaju se na empirijska istraživanja koja su, s izuzetkom drugog poglavlja, zasnovana na trogodišnjem istraživačkom radu u sklopu evropskog projekta “Gradski prostori koji se menjaju: novi izazovi za kulturnu politiku u Evropi”. Autori su kombinovali teorijski pristup s detaljnim proučavanjem velikog broja političkih dokumenata. Pored toga, korišćeni su i podaci iz intervjua s tvorcima politike i mnogobrojnim predstavnicima kulturnog života u evropskim prestonicama – kako s umetnicima, tako i sa stručnjacima iz oblasti medija i kulture.

Kulturni milje Evrope je izmenjen, a s njim i svakodnevni kulturni život i iskustva svih Evropljana. Osim toga, usled novih migracija, nastali su mali inovativni svetovi koji funkcionišu na transnacionalnim prostorima.

Gotovo u svakom poglavlju autori govore o migracijama i migrantima u kontekstu socijalnih i kulturnih promena u evropskim društvima. Upravo ta kretanja navode na preispitivanje značenja i vrednosti kulturnog identiteta i kulturne raznolikosti na evropskom prostoru. Globalne migracije predstavljaju glavni izazov za evropsku socijalnu i kulturnu politiku, a samim tim i za nova promišljanja u oblasti kulturnog menadžmenta. Pored toga, još jedan od značaja ove knjige je što podstiče rasprave, otvara širu perspektivu i nudi nove teorijske mogućnosti u unapređenju kulturne politike u Evropi.

Ono što je takođe važno, s aspekta menadžmenta u kulturi i kulturne politike, jeste činjenica da imigranti uspevaju da iznađu nove oblike kulturnog izraza koji izlaze izvan granica etničkog i nacionalnog; na taj način nastaju nove vrste umetničkog izraza, a s njima i nove kulturne mreže za umetničke proizvode, kao i nove stvarnosti kulturne raznolikosti. Iz perspektive kulturne politike, ova knjiga pruža drugačiji pogled na te stvarnosti, s ciljem da se dopune osnovne so-

ciološke perspektive koje se odnose na socijalnu i ekonomsku integraciju imigranata, kao i na učešće imigranata u građanskim ili političkim aktivnostima.

Knjiga “TRANSKULTURNA EVROPA – Kulturna politika u Evropi koja se menja” ima izuzetan značaj kako za teoretičare, tako i za praktičare u oblasti kulturne politike i menadžmenta u kulturi. Ono što je inovativno u ovoj knjizi i što je izdvaja iz dosadašnje literature iz oblasti menadžmenta u kulturi i kulturne politike jeste to što se ovde prevazilazi model kulturne politike koju donosi i sprovodi država, odnosno odgovarajuća ministarstva. Baveći se pitanjima kulturne politike iz urbane i metropolske perspektive, i govoreći o pojavi transnacionalne dinamike u velikim evropskim gradovima, ova knjiga predstavlja veliki doprinos teoriji i praksi savremenog kulturnog menadžmenta i kulturne politike, kako u zemljama članicama Evropske unije tako i u zemljama koje su trenutno u tranziciji i prolaze kroz promene u svim društvenim aspektima.



SUMMARY

Ivana Milojević

WHAT FUTURE IS IN STORE FOR US?
RESPONSE OF CYBERMatriarchy TO
CYBERPatriarchy

This article analyzes the utopian potential of the cyberspace in general, and possibilities to realize the utopia of gender equality by means of new information-communication technologies. Subject of analysis were mostly texts of the English speaking authors and the Western/global society context. Among the key questions considered was: what is cyberutopia and how it is currently imagined? What is the other side of cyberutopia, i.e. cyberdistopia? Analysis of the latter from the feminist point of view, points to cyberpatriarchy as one of the crucial forms it takes. Further follows an attempted definition of cyberpatriarchy and its key aspects. The closing part of the article is devoted to the scrutiny of a possible alternatives to patriarchy, namely that of cyberfeminism, focused on the issues such as: What is potential of this philosophy, theory and movement to weaken patriarchy in virtual and real space alike? How new technologies should be used to make the feminist ideal, the utopia of society of gender equality, closer? In the conclusion it is underlined that the degree of feminist awareness and its presence, that is the knowledge of theory, critique and activism many feminist orientations in history brought about is a crucial factor.

Mirna Radin-Sabadoš

ON “OTHER SPACES” OF POSTMODERN
WORLD – “SCREEN CULTURE” AS MATRIX
OF TIME AND SPACE COMPRESSION

Information flows tend to “pour over” networks of their circulation, and overcome limits of a medium by expanding to a broader space. What once were “media statements” could be no more considered as *a*

SUMMARY

flow from sender to recipient via a defined channel; the messages spread and influence each other, mix and mutate within a unique (but not uniform) information domain; information cross different channels and refract in various media changing their form with each decoding or recoding on the local level. It becomes increasingly difficult to separate each cultural production or formation, each process of production of meaning from information processes taking place on a broader plan, which regulate the speed and range of flow of images and words on the whole planet connected by hyperconnections.

In this contexts very characteristic is DeLillo's reconstruction of social meanings of various video recordings and other media documents of the USA public figures, and his setting them in the context of the 20th century American history; the procedure results in the creation of alternative spaces of postmodern culture. The novels *Libra* and *Underground* reflect these processes and situations that either led or are leading to what Virilio calls "universal incident"; the spread of information in media systems often entails their destructive and irreversible effects, as it is expected that final product of the process will be the final termination of the space-time continuum and material existence. However, from DeLillo's point of view, it is not necessarily only destruction – it is also creation of spaces of new creative potentials.

Biljana Radić-Bojanić
E-COMMUNICATION 2.0: FACEBOOK
AS VIRTUAL COMMUNITY

Internet is a dynamic and interactive phenomenon that in a completely new and unprecedented way changed whatever used to be known not only of language and communication, but also of society and communities. Considering internet from the point of view of the emergence of a new generation of communication, that emergence has already happened and necessitates new approaches, new insights and new analyses. Such a novelty increasingly popular with all age groups is Facebook, a social network facilitating establishment of virtual communities, based on common various characteristics of its users. Beside the obvious and the most usual connections resulting from real acquaintances, the users could make contacts linking to various networks. Virtual communi-

SUMMARY

ties are by no means new on the internet – they appeared with the very emergence of e-communication. Inhabitants of the same city or far away parts of the world could be members of the same virtual community. For not location, but common interest in a given topic or the same language connect them, the latter being the only way to declare their presence in the community. By making their e-profile the Facebook enables its users to establish a virtual network of friendships and acquaintances, and thus overcome the gap between the electronic and non-electronic world. Apart from the issues of virtual community, very important remains the question of identity and ways users present themselves to others. Due to the nature of social networks the users establish or join, personal information they present are probably more accurate than those presented in profiles for chatrooms or discussion groups, because the contacts on Facebook are mostly based upon real contacts in a non-electronic world. From communication point of view, the most interesting feature of Facebook is that it obviously facilitates integration of former internet communication forms (blogs, chatting, e-mails) with new interactive, multimedia and visual contents which used to be pertinent to web-pages.

Saša Radojčić

THE SERBIAN LITERARY BLOGSPHERE

The word “blog“ is ten years old. The term “weblog“ meaning a network diary emerged in 1997, and two years later was abbreviated to “we blog“. The difference between “classical” form of diary and the blog is in different course of reception, and the hypertextual blog character. Contrary to classical diary, blog entries are read in chronologically opposite sequence and are internally and externally connected to other digital documents. The blog emerged as a valve of individual expression in times of mass and system domination, of the unrestrained in the strictly regulated environment, and instantaneous and authentic voice of individuality addressed to others in circumstances of increasing and more subtle media manipulation. In accomplishment of blog as a new literary and communication form, a permanent ambivalence is apparent – between individual and private, free and anarchic, and communicative and shallow.

The scrutiny of the Serbian literary blogs focuses on the aspects of information creation and transmission,

SUMMARY

accomplished communication, digital (self) publishing, and potential contribution to new writing and reading practices. As information intended blogs are considered promotive blog of writers, publishing houses, literary associations and manifestations. The blogs redistributing literary information from other media belong to a special type.

The blogs meant to establish communication between writers, or writers and readers, often fail to achieve a sufficient quality of communication, and hardly ever succeed to create virtual literary communities around them.

The greatest challenge to the existing forms of literary life are blogs the writers use for independent publishing of their texts. So far the digital self-publishing is a challenge to which publishing industry has not found an appropriate business model. Beside author's blog, a blog with anthology ambitions should be also mentioned.

The most controversial question is that of potential contribution of literary blogosphere to writing and reading experiences. Does blog expand creative potentials of literature? Does it change the way we are reading literature? Could blog, initially *a personal diary*, overcome its own limits and broaden media potentials?

Dobrivoje Stanojević
RHETORIC AND THE SCREEN

There is less and less rhetoric diversity on the screen, despite all the genre variety of this media. To change ceaselessly remaining essentially the same is becoming a peculiar identity of the rhetoric of the screen. Such a confusion of rhetoric genres on television indicates a certain traumatic character of this medium. Thereof almost any sentimentality becomes tragicomic, and all tragedy pathetic. Missing a target turns to a standard of screen rhetoric. Endeavouring to follow the measure of life and adjust to it, the latter becomes measureless generality, vagueness, oddness, quasi-experize.

Jasmina Vrbavac
TELEVISION – PROMOTION OR DEATH OF
THE BOOK

The text begins with the idea that in the era of expansive mercantilism the book as a literary master piece is treated as a merchandise. In this situation, the book

SUMMARY

desperately needs a promotion if it is to be insulated as a notable piece. But in the case of book promotion, television, one of the most powerful media, is indicated as a two function media. Due to its nature as a dominant visual media, the position of television is quite opposite to that of book, printed media, which sometimes makes it a very unsuitable media of book promotion. This text attempts to signify the problem of the risk the book resumes in the effort to preserve subsistence of literature.

Dragoljub Perić

SONG IN FILM AND FILM WITH SONGS –
TOWARDS GENOLOGICAL AND CULTURAL
ASPECTS OF THE GENRE

The song in performing arts (in film, too) originates from the sang parts first performed by the ancient chorus. Syncretic character of performance indicates a possible folklore origin of theatre and film forms employing song, at the same time providing for musical parts natural appeal and strong semantic unity with the events presented. The song in film could be multifunctional: from a musical background to the plot, through a follow-up and specific comment of events, a mean of comic, to a substitute to a plot, representation of characters' turning points, inner conflicts, or various emotional states, hidden symbolic and allusive-associative levels of meaning. Whatever ways it is used – from films hardly anything more than simple selection of particular folklore performances (*Lost Songs of Anadolia*), those where song is artistically functional (*The Doom is Forthcoming*), to ones where song is sang for its own sake, where even plot is subdued to the sang parts (*Mama mia*) – the song is always of extraordinary importance. In this connection, of all the film genres in which song is to be founded, the musical is outstanding for its vitality, its flexibility, as a form susceptible to permanent metamorphoses and able to adopt and integrate various music forms into its structure – from songs of oral tradition, to pop, rock (the so called, jukebox musicl), etc.

Ljubinka Savčić

BELGRADE IN CONTEMPORARY SERBIAN
FILM: URBAN STORIES

The first step in spatial analysis is division of location markers according to the following criterion: inside/outside (the home/the street). At the same time

SUMMARY

this also implies partition between one's own/other people's, safe/unsafe, well-mannered/ill-mannered. In motion pictures set in Novi Beograd this difference is omitted: the characters are neither safe at home nor in the street; feeling endangered throughout the territory makes them see the part of the town placed on the other riverbank as the friendly space. Division into upper/lower has its usual meaning: underground is negatively marked space, whereas the upper levels are positively labelled location markers. In motion pictures about the old Belgrade, division between inside and outside (one's own/other people's) sometimes depends on quarters in question: within the area they regard as their own, the protagonists are protected. In relation to the meaning potential one can discern: the riverbank, the bridges, the rooftops. Friends from the neighbourhood gather on rooftops, forming quasi-families. Characters in the analysed films are often seen in public, rather than in private places. They are being driven from the territory which offers protection to a potentially dangerous zone by a desire for contact.

Ana Tasić

THEATRE IN THE MEDIA CONTEXT

This paper is focused on examining the position, function and structure of contemporary theatre, in circumstances of domination of mass media. The basis of my research is postdramatic theatre aesthetics, the work of authors such as Wooster Group, Forced Entertainment, La Gaia Scienza, Falso Movimento, Laurie Anderson, John Jesurun etc. They believe that the contemporary theatre, if it wants to be relevant, must question its traditional function, as well as the structure. It must adjust itself to new social relations, new in the sense of huge media influence. I tend to examine theoretical aspects of the position of technology and new media in contemporary society and culture, as well as performance theories regarding media influence. I endeavour to find explanation for the collapse of the traditional, Aristotelian theatre expression in the work of postdramatic authors. Their work is based on the awareness of the huge media influence on life and art, and it is the starting point of their search for the new theatre language and structure.

SUMMARY

Zoran Jevtović
ILLUSIONS OF PLURALISM IN GLOBAL
“MASS-MEDIA CAVES”

If Platon was upset that people leaned on their own convictions about virtues without seeking knowledge, present resident of global pseudo-polis is obsessed by simulated information, pictures and convictions, which create social consciousness with their hyper-production. In shadow of mass-media's caves, contours of transformed democracy can be seen. This democracy is more and more exposed to the interests of mega-corporations, dominant geopolitical influence, cultural determinism, and redefined fundamentalism. Under such circumstances, to some lonely individual, “in Athens' Agora”, is even more difficult to form and keep his/her own opinion, ideas and values, because irascible, overbearing, and uniformed “army” of technologically perfect communication tools, making the deafening roar of the fairy tale about equality, peace, and multiculturalism, cover up the more and more frequent conflicts of cultures and civilizations. It seems that programmatically uniformed society, misses the need for inner critical analysis, due to living in the middle of high tide of arriving and leaving messages, spins vision of new order. Info-space is covered by global network of information and facts, the machines took over the process of symbolic exchange from humans. Instead of renaissance of ideas, a renaissance of technology is offered, which skilled “helmsmen” use to direct the “world arc” to rocks of something we can call pseudo-polis. Freedom of speech in media is the air of open, public communication, the pillar of democratic structures, but problem is that the watchmen of “information-gates” are still standing guard, but this time in front of cyber spaces. History shows that in such a process names of losers are always known, while others are always less known and sought for much longer.

Dragan Čalović
MEDIA THEORY AS A SCIENTIFIC
DISCIPLINE: ITS SUBJECT AND OBJECTIVES

Media theory could be defined as a systematic consideration of mass media and specific media reality. Since it focuses its attention to reflection of media and the ways of their use, the media theory could be

SUMMARY

understood as a general theory, focused on information and artistic media alike. It scrutinizes all the issues relevant for understanding of media as such, their mutual relationship, access to their use, and relation of media to a specific reality they create.

The focal point of the media theory is the analysis of general characteristics of media text, and various relations such a text implies. It further considers issues related to objectives, methods and needs for interpretation of media, specific media reality, media textes, media genres, as well as the accomplished representation of particular relations and phenomena of empirical reality.

The objective of media theory is understanding of media and media reality as such and in all its aspects. The theory endeavours to reveal, describe and interpret general characteristics of mass media and media reality, both as products of a specific creative activity, and as representation of empirical reality and relations within it.

The media theory develops as a critical analysis of different theoretical approaches oriented to understanding of mass media and media reality. As a discipline it is ethically founded, bereft of any ideological influences, with the research submitted to universal human interests.

Vladislav Šćepanović
MEDIA CULTURE AND TERRORISM:
SYMBIOSIS OF MEDIA AND
DECONSTRUCTION

In this work we have studied relations between media culture, destruction and terror. We have analyzed relation of media towards non-government and government terror, as well as strategies through which both sides (due to huge power of media) promote their interests. We have also noticed the growing need of media to promote spectacular and destructive contents which itself makes symbiosis of media and destruction. We have wrote about Hollywood movie industry as an important paradigm in creating global media culture and its impact in creating stimulating model characterized by imperialistic logic and characteristics of propaganda.

SUMMARY

Milena Kostić
BEOWULF AND TECHNOLOGY –
FROM ORAL TRADITION
TO COMPUTER ANIMATED SILVER
SCREEN PRODUCTION

The paper is focused on the different versions of the story of Beowulf, one of the most prominent Anglo-Saxon heroes – from the scop's oral tradition beginning in the middle of 7th century, to the written transcription of the text by the Christian monks during 10th century, who furnished this story with the Christian elements, and, finally, to various modern versions of Beowulf, for instance those by the Irish poet Seamus Heaney and Scottish poet Edwin Morgan. Apart from various technological approaches, the paper also deals with numerous thematical approaches to this epic: from the hero who fights with monsters, the representatives of the demonized nature in the Anglo-Saxon scop's tradition, to the Christian version of monster/nature, which is not only a demon, but also the embodiment of moral degradation (having in mind that the monsters in the Christian version represent the offspring of Cain), and, finally to the modern understanding of the monster motif in the poetry of Heaney and Morgan where Grendel is represented as a victim of the patriarchal heroic code.

An essential part in the paper is reserved for two film adaptations of this epic – the science-fiction version by Graham Baker (1999) and computer animated version by Robert Zemeckis (2007). Apart from emphasizing the similarities and differences between the original work and its film versions, the paper is also focused on the advantages and disadvantages of the filmed Beowulf, especially the importance of the special effects, which made this ancient story popular nowadays, and the fact that, in the latest filmed version of the story, the monster is seductive and tempting, much superior in comparison to the patriarchal man. In conclusion, the author emphasizes the fact that this story is about to gain new technological forms due to the recent technological advancement – apart from the computer animated game *Beowulf*, the computer animated version of this cartoon is soon to be published.

SUMMARY

Jagoda Topalov
PERCEPTION AND PERCEPTABILITY:
ISSUES OF GAZE AND EMASCULATION
IN *HIGH FIDELITY*

The theoretical concept of gaze has its origins in film theory and relates to the ways of identification with regards to visual pleasure. In the Western cultural context, the spectator is typically male (identification with this position involves scopophilia, which in turn involves either voyeuristic or fetishistic modes of identification) and the spectacle is typically female (identification with this position involves narcissism). The categories of masculinity and femininity are not considered to be universal or natural categories. In a such socio/gender context a reinterpretation of characterization of heroes and processes of narrativization becomes possible.

The goal of this paper is to consider the gaze mechanisms within in aforementioned theoretical framework, in the novel and the film *High Fidelity*. First, the implications such an identification implies, especially when it comes to identification with the subject, which the hero ties to external manifestations of masculinity (success in career, physical strength and suppression of feelings) are considered; then come potential consequences of failing to occupy a desired position having in mind emasculation of the hero; and finally, possible ways of compensation are scrutinized, with special attention focused on camouflage and yearn for invisibility, as mechanisms of subjectivity acquirement. The paper also points to the instability of the subjectivity concept and the crisis incoming with the hero's commencement of analysis of his own subjectivity status, and his understanding he is simultaneously spectator and object of observation, seeing himself through an implied gaze of others.

Srbobran Branković
WHEREABOUTS OF "SCREEN CULTURE" IN
OUR LIVES

Two kinds of "display culture" are considered in the text: 1) TV culture based on active transmitter group and a crowd of passive recipient of a message, and 2) mobile / internet culture whose key feature is interactivity and the absence of audience in the classical sense of the word. Consideration is based on empirical daily time use research, conducted by Bel-

SUMMARY

grade TNS Medium Gallup Public Opinion Company and Megatrend University, Faculty for Culture and Media. The research was conducted in December 2008 (sample of 1,600 respondents) and March 2009 (600 respondents), both national representative for the 12+ population. While the population 61+ spends 205,16 minutes daily watching TV and only 0,58 using internet and 5,23 speaking by mobile phone, the generation of 12 to 17 years watches TV 114,82 minutes, uses internet 70,95 minutes and mobile phone 14,89 minutes.

The author concludes that the classical, passive TV audience is gradually disappearing in favor of an active communication via the Internet; media are less and less McLuhan's extension of our senses, and more and more an extension of our intellect and our emotions, simply of our personality.

Milena Dragičević-Šešić
THEATRIZATION OF HISTORY OR THE
WAY IN THE FUTURE

The paper thoroughly examines dramatic opus of Zorica Jevremović, with the proposition that her work fits into the pattern that might be termed "the politics of memory". Such a politics confronts with the so called "politics of oblivion" which came to be inherent to the official cultural policy of Serbia. The plays by Zorica Jevremović expose a cultural politics coming from "down under", which clashes with state cultural policy based upon the uniform ethnicity concept. Advocating intercultural dialogue, "Four Pre-war Plays" and "The Ballad of Girls' Garments" by Zorica Jevremović are deemed necessary for a reconceptualization of Serbian art, theatre and its cultural institutions, as well as for building a new concept of selfidentification.

Dragan Nikodijević
MEDIA CULTURE IN THE SHADOW OF
MEDIA ECONOMY – "THE MONEY THAT
MAKES PROGRAMS OR PROGRAMS THAT
MAKE MONEY"

Topics related to pedagogical, ideological and a propaganda impact of the media used to dominate in theoretical considerations of social role of the media. Contrary to past times, today the media are rather considered as a field of intensive commercial and

SUMMARY

profitable activities than as factors and means of cultural development. It is more and more obvious that former politics and practice that pleaded for affirmation and spreading of media culture are overshadowed by economical exploitation of the media. Since today's media practice is more and more valued from the standpoint of economical efficiency, theoretical interests are gradually moving to questions of economical exploitation of the media.

Maša Vukanović

MUSEUMS IN SERBIA – CURRENT STATE

The survey entitled *Museums in Serbia – current state* was conducted in mid-2009 by Center for Study in Cultural Development's team in cooperation with eminent collaborators from Serbian museums. In order to obtain a detailed picture, the extensive questionnaire containing questions about status, working space, funds and documentation, equipment, human resources, exhibitions, public relations, financing and priorities was sent to 92 museums in Serbia. By July the answers from 69 museums were received. Results show that museums in Serbia are facing different challenges, especially when it comes to modernization and upgrading professional work in reasonably bad spatial conditions and with lack of professional staff. Regarding funds and documentation, results show the necessity to join forces and create common standards regarding digitalization of museum funds and documentation. An adequate legislation that will ensure solid planning procedure and open the possibilities of development especially when it comes to finances, is also needed.



CONTENTS

SCREEN CULTURE

Editor dr Vladislava Gordić Petković

Vladislava Gordić Petković
SCREEN CULTURE (INTRODUCTION)
11

Ivana Milojević
WHAT FUTURE IS IN STORE FOR US?
RESPONSE OF CYBERMTRIARCHY TO
CYBERPATRIARCHY
15

Mirna Radin-Sabadoš
ON “OTHER SPACES” OF POSTMODERN
WORLD – “SCREEN CULTURE” AS MATRIX
OF TIME AND SPACE COMPRESSION
41

Biljana Radić-Bojanić
E-COMMUNICATION 2.0: FACEBOOK AS
VIRTUAL COMMUNITY
51

Saša Radojčić
THE SERBIAN LITERARY BLOGSPHERE
61

Dobrivoje Stanojević
RHETORIC AND THE SCREEN
69

Jasmina Vrbavac
TELEVISION – PROMOTION OR DEATH OF
THE BOOK
79

CONTENTS

Dragoljub Perić
SONG IN FILM AND FILM WITH SONGS –
TOWARDS GENOLOGICAL AND CULTURAL
ASPECTS OF THE GENRE
87

Ljubinka Savčić
BELGRADE IN CONTEMPORARY SERBIAN
FILM: URBAN STORIES
97

Ana Tasić
THEATRE IN THE MEDIA CONTEXT
109

Zoran Jevtović
ILLUSIONS OF PLURALISM IN GLOBAL
“MASS-MEDIA CAVES”
125

Dragan Ćalović
MEDIA THEORY AS A SCIENTIFIC
DISCIPLINE: ITS SUBJECT AND OBJECTIVES
143

Vladislav Šćepanović
MEDIA CULTURE AND TERRORISM:
SYMBIOSIS OF MEDIA AND
DECONSTRUCTION
153

Milena Kostić
BEOWULF AND TECHNOLOGY – FROM
ORAL TRADITION TO COMPUTER
ANIMATED SILVER SCREEN PRODUCTION
165

Jagoda Topalov
PERCEPTION AND PERCEPTABILITY: ISSUES
OF GAZE AND EMASCULATION IN *HIGH*
FIDELITY
181

STUDIES

Srbobran Branković
WHEREABOUTS OF “SCREEN CULTURE” IN
OUR LIVES
197

CONTENTS

Milena Dragičević-Šešić
THEATRICALIZATION OF HISTORY OR THE
WAY IN THE FUTURE – ZORICA
JEVREMOVIĆ'S DRAMATIC WORK
209

Dragan Nikodijević
MEDIA CULTURE IN THE SHADOW OF
MEDIA ECONOMY – “THE MONEY THAT
MAKES PROGRAMS OR PROGRAMS THAT
MAKE MONEY”
221

Maša Vukanović
MUSEUMS IN SERBIA – CURRENT STATE
243

REVIEWS

Maja Ćirić
ESTETICS OF PHOTOGRAPHY,
LOSS AND REMNANTS
261

Ana Stevanović
TRANSCULTURAL EUROPE – CULTURAL
POLICY IN CHANGING EUROPE
265

SUMMARY
273