

Универзитет Привредна академија, Нови Сад,
Факултет савремених уметности, Београд

DOI 10.5937/kultura2066048C
УДК 316.775/.776:7.097
316.752

оригиналан научни рад

РИЈАЛИТИ У ДОБА ИЗГУБЉЕНЕ АУТЕНТИЧНОСТИ

Сажетак: Аутор текста полази од схватања да савремено разумевање преноса уживо као нарочитих аргумената објективности, не треба тражити у претпоставци недовољне информисаности јавности о могућностима злоупотребе медијског извештавања, колико у потреби проналажења чврстих упоришта реалног, која се, суочена са готово безнадежном потрагом, опире свакој рационалности. У времену дестабиловања реалног, стварност бива у потпуности апсорбована такође стварним, но конструисаним догађајем. У тексту је парадигматична манифестација овог процеса препозната у успону ријалити програма. Стварност ријалитија заправо је стварност конструисања догађаја који укида саму стварност – нешто што би се могло назвати негативном реалношћу. Иако је овде реч о неаутентичној, односно конструисаној догађајности, тиме што заузима простор стварног, њено произвођење у тексту је поистовећено са поступком демијуршког стварања, а медијска индустрија са својеврсним демијургом новог, тзв. медијског доба. Деперсонализација и индустријска заснованост савременог демијурга сагледани су у кореспонденцији са развојем визије неаутентичног живљења, те појавом негативне реалности која нагрiza простор стварног.

Кључне речи: аутентично, критика, ријалити, симулакрум, стварност

Претходне две деценије, на плану продукције медијских садржаја, у великој мери обележене су експанзијом програма реалног времена, како по питању развоја посебних варијететских форми, тако и у смислу интензивирања продукције

садржаја који припадају овом жанру. Иако омогућен технолошким условима директног медијског ширења садржаја (радио и телевизијског емитовања, као и преноса путем интернета), узроке, као и елементе продукцијског успона ријалити програма, пре свега треба тражити у специфичним друштвеним кретањима, којима су промене очекивања, функција, као и начина употребе медија биле одређене. Овај процес, при том, не треба искључиво довести у везу са савременим друштвеним контекстом. Већ самоутемељење медија јавног комуницирања као нарочитих канала путем којих се шири истина о друштвено-историјским дешавањима, односно преносе информације, објашњења и интерпретације сложене друштвене стварности, поставило је оквире доживљавања / разумевања медијских садржаја као својеврсних одраза реалног. Изузев развоја драматизованих жанрова, који не прикривају своју садржајну утемељеност у фикцији, значајан део медијске продукције своју заснованост проналази у претпоставци њеног учешћа у преносу истине. У таквим околностима, развитак програма реалног времена био је само питање обезбеђења техничких услова. Јер коначно, сагледано унутар парадигме разумевања медијских текстова као приказа / интерпретације реалних догађаја, шта би могло више задовољити потребу да догађаји буду приказани онаквим какви јесу, до управо њихово преношење у реалном времену. Ријалити програми, сагледани из овог угла, тако постају жанр у којем се заправо и остварује идеал, и то у његовом најчистијем облику, објективног, безинтересног (а то значи спроведеног без икакве монтаже и интервенција) и целовитог преноса догађаја.

Свакако, реч је о претпоставци којој бисмо тешко, изузев у строго ограниченим оквирима, могли пронаћи аргументе њене утемељености. Но упркос оправданој сумњи, теоријски поткрепљеној низом студија / анализа / истраживања, изведених са често супротстављених теоријских позиција и на темељу различитих научно-истраживачких приступа, вера у рефлексивну природу медијских приказа и даље остаје снажна, чак и у контексту развијене друштвене свести о постојању / раширености манипулативног деловања путем медија. У овоме свакако не треба занемарити ни утицај развоја фотографије, те претпоставке (посебно снажно изражене у првим деценијама након њеног појављивања, а упркос разоткривању, још у том периоду, могућности њене манипулативне употребе) да слике добијене хемијско-механичким путем, већ на основу њиховог порекла, представљају снажне ослонце на путу ка спознаји.

Ова нарочита фасцинираност медијским забелешкама, као својеврсним објективним одразима стварног, проналази свој најснажнији ослонац у поступку директног медијског преноса. Попут фотографских приказа, чија је употреба у штампаним текстовима препозната не само као илустрација, већ и више као показатељ истинитости садржаја текста, *преноси уживо*, са развојем електронских и дигиталних медија, постају нарочити аргументи објективности. Разлог овоме, мање смо спремни да тражимо у претпоставци недовољне информисаности јавности о могућностима злоупотребе медијског извештавања, колико у потреби проналажења чврстих упоришта реалног, која се, суочена са готово безнадежном потрагом, опире свакој рационалности.

У овако постављеним оквирима посматрања, посебно се намеће питање успона ријалити програма. Поставши планетарни медијски феномен у релативно кратком временском периоду, жанр ријалитија последњих година све интензивније привлачи пажњу критичке јавности и академске заједнице. Често постављана питања тичу се управо разумевања онога што гледаоце привлачи ријалитију, те начина употребе / разумевања / доживљавања садржаја ријалити програма. У тексту *Talking alone: Reality TV, emotions and authenticity* (2006), Мина Аслама (Aslama) и Мерви Панти (Pantti) ријалити програм посматрају као својеврстан показатељ савремене тзв. *исповедне културе*, коју карактеришу интересовања за лична осећања, интимне односе и терапеутски говор.¹ Успон програма реалног времена доведен је у везу са развојем преокупираности емоцијама и аутентичношћу јаства.² Поједини аутори, у том смислу, посебно подвлаче снажење потребе за спонтаним исказивањем осећања или испољења емоција, нарочито када је реч о оним негативним,³ при чему су ријалити програми препознати као места која, супротно савременом друштву, које претпоставља снажну контролу понашања, управо представљају места

1 Aslama, M. and Pantti, M. (2006) Talking Alone: Reality TV, Emotions and Authenticity, *European Journal of Cultural Studies*, 9(2), p. 167.

2 Aslama, M. and Pantti, M. (2006) Talking Alone: Reality TV, Emotions and Authenticity, *European Journal of Cultural Studies*, 9(2); Fuerdi, F. (2004) *Therapy Culture: Cultivating Vulnerability in an Uncertain Age*, London: Routledge; Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Cambridge: Polity Press.

3 Fuerdi, F. (2004) *Therapy Culture: Cultivating Vulnerability in an Uncertain Age*, London: Routledge; Lupton, D. (1998) *The Emotional Self: A Sociocultural Exploration*, London: Sage; Meštrović, S (1997) *Postemotional Society*, London: Sage.

ослобођеног реаговања.⁴ Џун Дири (Deery) развој ријалити програма доводи у везу са комодификацијом различитих врста искустава, те идући даље, програме реалног времена сагледава као парадигматичан пример спајања рекламног и забавног програма.⁵ Зизи Папачариси (Papacharissi) и Ендрју Менделсон (Mendelson), указују на чињеницу да већина гледалаца који у ријалити програмима препознају забавне и опуштајуће садржаје, показује тенденцију да садржај и дешавања у овим програмима заиста сматра реалним, истичући да гледање програма реалног времена умногоме представља одговор на усамљеност и изражену потребу за војеризмом.⁶ Алис Хол (Hall) такође указује на снажно изражено разумевање програма реалног времена као реалних, а поступака / реакција њихових учесника као одраза њихове личности, односно израза њихове воље, мада уз изражену свест да присуство камере може имати утицаја на начин њиховог понашања / реаговања.⁷ Поједини аутори, склоност ка праћењу ријалити програма доводе у везу са карактеристикама личности, тако Стивен Рајз (Reiss) и Џејмс Вилц (Wiltz), у истраживању спроведеном на 239 испитаника, закључују да гледаоци ријалити програма имају изнадпросечну потребу да се осете самозначајним, те даље, романтичним, заштићеним, пријатељским итд.⁸

У циљу ближег разумевања успона програма реалног времена, у даљем тексту, посебно ћемо се задржати на разумевању забавних ријалити програма, за разлику од његових варијететских реализација које своју примену првенствено проналазе у оквирима документарног и информативног медијског деловања, иако њихово разумевање као својеврсних знакова ишчезавања аутентичног живљења, не би требало да остане ограничено овако постављеним оквирима истраживања. У циљу дубљег разумевања везе између развоја ријалити програма и процеса губљења аутентичног живљења, најпре би ваљало испитати на који начин је измена самог разумевања концепта аутентичности подржана транслитерацијом идеје демијурга. Појам демијурга, у свом историјском развоју, добијао је различита нијансирана значења унутар посебних

4 Aslama, M. and Pantti, M. (2006) Talking Alone: Reality TV, Emotions and Authenticity, *European Journal of Cultural Studies*, 9(2), p. 171.

5 Deery, J. (2004) *Reality TV as Advertainment*, *Popular Communication*, 2(1).

6 Papacharissi, Z. and Mendelson, A. L. (2007) An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(2).

7 Hall, A. (2006) Viewer's Perceptions of Reality Programs, *Communication Quarterly*, 54(2).

8 Reiss, S. and Wiltz, J. (2004) Why People Watch Reality TV, *Media Psychology*, 6.

теоријских приступа, од изворне грчке употребе термина *демијурџос*, у значењу уметника / градитеља дела општедруштвеног значаја, преко Платоновог разумевања демијурга као „оца свих ствари” и градитеља света,⁹ те ранохришћанског повезивања концепта божанске креације са чином демијуршког стварања (посланица апостола Павла), па све до савремених приступа у којима се актуализација разумевања концепта демијуршког стварања доводи у везу са тоталитаристичким приступом у револуционарној измени света.¹⁰

Упркос оправданој сумњи да би довођење у везу концепта демијуршког стварања са медијском продукцијом имало мало оправданости, те коначно било израз недопустиве ароганције, у савременим друштвеним околностима, испитивање ове везе чини се наметнутим вредносном маргинализацијом сваке критичке ауторефлексије. Реч је о последици друштвеног признавања статуса медијског приказа којим се тежи тоталном превладавању стварног. Интензивирање производње надстварног, захваљујући снажењу дејства симулакрума у свим сегментима живота, чију најснажнију критику проналазимо код Бодријара (Baudrillard),¹¹ имало је као последицу (између осталог) доживљавање медијске продукције као процеса друштвене производње стварног. Иако корене овог процеса можемо препознати већ у раним праксама прилагођавања јавних дешавања њиховом даљем медијском репродуковању, зрело доба производње *стварног* зарад задовољења потреба медијске продукције, започело је развојем тзв. програма реалног времена. Упркос изразитој прилагодљивости овог жанра, те у вези са тим и разноврсности његове варијететске реализације, ријалити програми у својој основи заснивају се на репродуковању уверења да приказују стварне догађаје, односно да нуде медијски посредовану забелешку стварности.

За разлику од других медијских жанрова, укључујући једнако оне који су недвосмислено препознати као драматизовани и утемељени у фикцији, као и оне учвршћене у ширењу веровања да нуде засновану и чињенично подржану интерпретацију стварности, односно да представљају канале ширења / разоткривања истине, веродостојност ријалити програма, снажно је условљена негирањем инсценације приказане радње. Ово још увек не укида могућност признања иницирања појединих приказаних дешавања, докле год уверење да је сам ток радње спонтан, односно да представља израз

9 Платон (1981) *Тимај*, Београд: Младост.

10 Гројс, Б. (2011) *Уметност утопије*, Београд: Плави круг, Логос.

11 Бодријар, Ж. (1991) *Симулакруми и симулација*, Нови Сад: Светови.

реакције у реалним околностима, остаје очувано. У извесном смислу, аргумент у прилог оваквом уверењу, управо се и може пронаћи у самој продукцијској пракси претежне већине варијететских ријалити програма, у којима учесници управо и не добијају унапред разрађен текст, нити сценарио којим би њихове реакције / поступци / кретње и сл. били утврђени, иако њихов говор као и реакције не морају бити ни искрени ни аутентични.

Како би обезбедили извесну медијску атрактивност садржаја, продуценти ријалити програма примарно се, без икаквог устезања и бојазни да би тиме могли нарушити жанровске оквире, усредсређују на употребу селекције материјала и њихову монтажу, те креирања догађаја применом поступака као што су давање задатака, покретање игара и такмичења, провоцирање реакција и слично. Овај заокрет управо представља трансформацију самог поступка медијске продукције у смеру подстицања догађаја / реакција с циљем њихове медијске репродукције. За разлику од *лајв-видео* (*live video*), као посебне подврсте програма реалног времена, који би могао бити схваћен као нарочита форма редимејда (свакако у техницистички огољеном приступу, без икаквог уметничког призвука), ријалити програми засновани на праћењу *живота* групе људи, у себи садрже тенденцију конструисања / измене / преусмеравања догађаја, у циљу њиховог подређивања великој медијској визији стварног.

Поступци иницирања дешавања, једнако као и поступак преузимања стварног, као признате стратегије развоја уметничке визије, само привидно стоје на истој линији са ријалитијем у разумевању примењеног перформативног поступка. За разлику од хепенинга, у којем учесници извесним поступцима придају већу пажњу, присвајајући стварни догађај у његовој просторној и временској димензији, чиме га уводе у свет уметности, те перформанса који претпоставља заснивање неилузионистичког дешавања као уметничког чина, програми реалног времена засновани су на подражавању аутентичног дешавања. Иако у појединим сегментима догађаји, као и реакције учесника у ријалити програмима могу бити израз искрених порива и осећања, односно неискривљене реакције на постављену ситуацију, те у том смислу у одређеној мери могу задржати везу са аутентичношћу, ипак, посматрано на нивоу жанра, као и у својој претежној реализацији (оној која се опире нестратешком поступању), ријалити програми утемељени су на поступку (неадекватног) именовања радње, а не на дестабилизовању чврстог разграничења између тзв. (аутентичног) *стварног света* и *света уметности* (који нужно мора бити аутентичан да би

уопште припадао уметности), што је својствено за претходна два случаја.

Како средишње одлике перформативног поступка ријалити програма јесу дисконтинуитет, остварен кроз секвенцијално монтирање слика догађања у јединствену каледоскопску слику, те подређивање догађања медијском погледу, то ријалити програми не захватају аутентичну догађајност, већ уклапајући медијске приказе нуде привид аутентичног догађаја, који се тек у процесу именована самопотврђује као прави / реалан. Снага уверљивости оваквог става почива на високом степену импровизације која је учесницима ријалити програма допуштена, те на чињеници да је њихов стварни живот замењен учествовањем у конструисаној догађајности, чиме истовремено овај неаутентични свет заправо постаје њихова реалност. Стварност, на тај начин, бива у потпуности апсорбована такође *стварним*, но конструисаним догађајем.

Стварност ријалитија заправо је стварност конструисања догађаја који укида саму стварност – нешто што бисмо могли назвати негативном реалношћу. Иако је овде реч о неаутентичној, односно конструисаној догађајности, тиме што заузима простор стварног, њено произвођење управо и може бити поистовећено са поступком демијуршког стварања, а медијска индустрија са својеврсним демијургом новог, тзв. медијског доба. Деперсонализација и индустријска заснованост *савременог демијурга* управо кореспондирају са развојем визије неаутентичног живљења, те појавом негативне реалности која нагриза простор стварног.

Једна од основних својстава медијских индустрија јесу поступак присвајања и натурализације,¹² као и замена аутентичних реакција / емоција / понашања њиховим означитељима.¹³ Управо ова својства требало би препознати и као битне одредитеље утемељења негативне реалности. Развој друштвеног утицаја али и вредносне процене медијског посредовања стварног, обнавља старогрчку идеју о свету као позоришној сцени којом управљају олимпијски богови. Заточен оваквом визијом стварног, савремени човек, попут лика Хомерове *Илијаде* постаје учесник инсценираног театралног чина, чији ток, те коначно ни исход, не зависе толико од поступака који су резултат његове воље, већ управо од

12 Упоредити: Manović, L. Avangarda kao softver: od 'nove vizije' do novih medija, u: *Metamediji*, priredio Sretenović, D. (2001), Beograd: Centar za savremenu umetnost.

13 Упоредити: Horkheimer, M. and Adorno, T. (1989) *Dijalektika prosvetiteljstva*, Sarajevo: Veselin Masleša.

велике визије, те интереса креатора стварног, који је у овом случају поистовећен са медијском индустријом. Једина стратегија коју савремени човек, вођен прагматизмом, препознаје јесте да своје поступке, као и карактер који *игра* прилагоди непредвидљивој драматизацији медијски посредоване визије која ступа на место аутентичне стварности. Свако супротстављање значи прихватање улоге трагичног јунака, позиције која је у времену доминације конформистичке културе друштвено изопштена, не само на нивоу институционалних односа, већ и њеног вредносног сагледавања.

Медијска стварност из свог концепта идеалног света није, међутим, *прогнола*¹⁴ само трагичног јунака, већ и сваки израз аутентичности. Управо аутентичност, у својој моћи да разоткрије бесмисао означитељски устројене негативне реалности, представља највећу претњу индустријском произвођењу стварног. Упркос често понављаном именовану савременог доба као постиндустријског, промене наглашене овим концептом нису утемељене у слабљењу принципа индустријског произвођења, већ управо у његовом ширењу на све сфере друштвеног живота. Парадоксално терминском споју којим је именовано, тзв. постиндустријско доба подредило је саму стварност њеном индустријском произвођењу. У времену преминања појавности, означитељске праксе постају делатност највишег друштвеног значаја.

О процесу производње стварног, како је претходно споменуто, подробно је говорио Бодријар, указујући на успон културе симулакрума. Ипак, чини се да смо сведоци једне нове етапе развоја, у којој се надстварно¹⁵ урушава пред успоном негативне реалности. Ова нова стварност више не захтева изопштена места која би прикривала њену неаутентичност, већ се управо у свом разоткривеном облику самоутемељује као *идеална*. Отуда ријалити програме, на данашњем степену друштвеног развоја, не би требало, идући линијом Бодријаровог мишљења, схватити као *симулакруме који прикривају да је читаво друштво заправо велики ријалити* – једнако на нивоу конструисања ситуација и његове неаутентичности,¹⁶ као и на нивоу развоја механизма надзора и контроле,¹⁷ већ као узорна места једне нове концепције идеалне стварности. Уздижући надстварно на ниво његовог доживљавања

14 Упоредити: Платон (2013) *Држава*, Београд: Дерета.

15 Упоредити: Бодријар, Ж. (1991) *Симулакруми и симулација*, Нови Сад: Светови.

16 Исто.

17 Упоредити: Фуко, М. (1997) *Надзирати и кажњавати: настанак затвора*, Сремски Карловци, Нови Сад: Издавачка књижарница Зорана Стојановића.

као израза најчистије остварене аутентичности, негативна реалност натурализује сам концепт аутентичности, трансформишући га у робни производ, који раскинувши сваку везу са својим исходиштем, укида читаву његову историју.

Задобивши централно место у процесу конструисања медијске слике стварног, у историјским околностима фасцинације сликом, те разумевања стварног као индустријског производа, ријалити програми постају парадигматичан показатељ успона негативне реалности. Овакво позиционирање програма реалног времена засновано је на неадекватном савременом разумевању аутентичности поступања, аутентичности ситуације и простора, те аутентичности стремљења.

Одвајање од аутентичности поступања, резултат је вишемиленијумског дисциплиновања којим је настанак и развој цивилизација био праћен. Успостављање законских оквира људског деловања, те религијских и друштвених норми понашања, истовремено је значило увођење ограничења манифестацијама аутентичног реаговања путем (само)контроле поступања. Модели дозвољеног / пожељног / прихватљивог понашања, усаглашавани су са конвенцијски постављеним визијама друштвеног развоја. Овако постављани модели, изграђивани су на различитим претпоставкама, но подређујући слободу хијерархији, укључивали су развој наметања визије ограничења. Раздвајање дозвољеног од забрањеног / недоличног / неуклопљеног, историјски је остваривано на темељу критеријума процене усаглашености, односно укључености посебних облика поступања у оквире постављене визије друштвеног организовања и његовог развоја. Питање степена аутентичности живљења, иако спорадично постављано, означавао је као од маргиналног значаја, а неретко и као непожељно у претпостављеном развоју знања.

Савремена измена друштвеног контекста захвата поље деловања историјског ограничавања оквира аутентичног живљења, истовремено мењајући однос према аутентичном. За разлику од претходног историјског периода, који је још увек допуштао постојање самосвести о аутентичном поступању које је потребно *обуздати* / потиснути, савремено доба раскида везе са аутентичним његовом заменом негативним двојником. Успон такозваног информационог друштва, заснованог на развоју медијских индустрија и комуникационих технологија, од пресудног је значаја у овом процесу. Иако замагљивање разумевања аутентичног има дугу историју, чији најочитији израз представљају различите догматске интерпретације *изворних* људских хтења, подређивање стварног његовом медијски произведеном двојнику, интензивира овај процес до његове коначне замене. Супротно

ранијим етапама историјског развитка, које аутентичном још увек признају изванредан степен посебности, са проширењем принципа индустријског произвођења на све аспекте стварног, започиње процес тоталне комодификације, из којег ни само аутентично не остаје изузето. Масовно произведени, кориснички типизирани и тржишно процењиви означитељи аутентичног, постају слике које учествују у изградњи негативне реалности, бришући сваки траг свом изходном моделу.

Спознавање аутентичног, тако, бива замењено информисањем о тржишно понуђеним означитељима аутентичног, процесом који се, утемељен у ауторитету *демијурга* медијског доба, не доводи у сумњу. И будући индустријски произведени, ови означитељи аутентичног, разарају само језгро аутентичног, раскидајући сваку његову везу са атрибутом изворности. Тежња за ослобођеним, аутентичним поступањем, чак и онда када своју манифестацију проналази у оним облицима понашања који излазе из оквира дозвољеног / пожељног / прихватљивог, у медијски посредованом свету, бива замењена прихватањем индустријски произведеним означитељима аутентичног понашања, укљученим у означитељску размену на којој се уздиже негативна реалност.

Ови процеси означитељског замењивања, не остају, међутим, само на нивоу искривљења разумевања аутентичног понашања. Аутентичност ситуације и простора, једнако бивају подређени великој визији медијске драматизације. Индустријско устројство медијске стварности, у свом тоталном захватању друштвеног контекста, изокреће субверзивност ситуационистичког подухвата. Конструисање ситуација и трансформисање простора, насупротив њиховој примени у револуционарним акцијама и уметничким стратегијама, посредством медијских индустрија бива трансформисано у поступке очувања индустријистичке интерпретације стварног. Ниједан догађај / амбијент / контекст не налази оправдање своје актуализације или потврђивања уколико није укључен у процесе медијског репродуковања.¹⁸ Тек поставши делом медијских индустрија, комодификоване ситуације и простори постају део велике визије стварног. И у овом случају, корене оваквог кретања могуће је пронаћи у историјским процесима производње простора,¹⁹ измишљања традиција и снажења разменске вредности догађања. Но оно што остаје својствено савременим усмерностима оваквог

18 Андерс, Г. (1996) *Свет као фантом и матрица*, Нови Сад: Прометеј.

19 Упоредити: Lefebvre, H. (1974) *Urbana revolucija*, Beograd: Nolit.

развојног тока, управо је њихово заснивање као означитеља аутентичности.

Једнако као конструисана поступања, комодификоване ситуације и простори постају упоришне тачке развоја негативне реалности. Тек посредовани и подређени моделима њиховог медијског уоквирења, простори и ситуације задобијају извесну (негативну) пуноћу. Догађања, у исто време као и простори, трансформисани према неком од масовно репродукованих медијских сценарија / сценографија, утемељују се као означитељи аутентичног – негативни антиподи који прикривају потребу за било којим светом осим оним који је медијски произведен. Отуђени простори и ситуације, у свом тржишном смењивању, постају не-места²⁰ и не-догађаји, који у изокренутој слици стварног задобијају највиши степен манифестовања аутентичности.

Коначно, замењивање стварног његовом медијском сликом, покреће, између осталог, и процес укидања аутентичног стремљења, на чије место ступају масовно репродуковани означитељи. Захтев за драматизацијом и типологизацијом медијских садржаја, наметнуо је потребу разраде могућих токова радње, унутар којих су актери вођени оним стремљењима која су уклопљена у замишљени наратив. Овакав поступак, са аспекта структурисања садржаја, сасвим је оправдан, но поставши део грађења велике визије стварног, трансформише се у механизам раскидања сваке везе са разумевањем / доживљавањем аутентичног стремљења. И у овом случају, корене оваквог развојног тока можемо препознати у историјском развоју наратива који су свој израз пронашли у легендама, усменој традицији, митовима, уметности итд. Ипак, за разлику од овакве праксе, чији утицај не би требало занемарити, а која наставља свој ток унутар савремене уметности, медијска стварност, својим самоутемељењем као *идеалне* стварности, иницира индустријску производњу означитеља који прете да прекину сваку везу са потрагом за аутентичним стремљењем. У свету у којем сви аспекти живљења бивају подређени медијској драматизацији, интимно трагање за личним стремљењима не остаје изузето од последица деловања негативне реалности.

Унутар различитих облика медијског произвођења стварног, програми реалног времена представљају средишњи жанр посредством којег се остварује замена аутентичног његовим двојником. За разлику од жанрова који не прикривају снажну везу са поступцима драматизације и/или интер-

20 Упоредити: Ursić, S. (2009) Mjesta i nemjesta u suvremenim konceptualizacijama prostora, *Društvena istraživanja*, god. 18, 104(6).

претације, какав је случај са информативним емисијама, документарним програмима, телевизијским серијама, итд., ријалити програми, тиме што се самоименују као прикази *реалних* ситуација, постају упоришна места ширења негативне реалности, која за последицу нема само ограничење или наметање погрешног разумевања аутентичног, већ у коначном исходу води укидању његовог појма.

У условима развоја негативне реалности, програми реалног времена постају својеврсни симбол изгубљене стварности. Интимно трагање за аутентичним, ослобођеним живљењем, парадоксално, супституцију проналази у фасцинацији парадигматичним приказом неслободе. Индустијски произведена стварност ријалити програма, у којој се репродукује апсолутистичка визија потпуне контроле те самоподређивања *великом сценарију демијуршког стварања*, уздиже се као нова идеална стварност. Проналажење задовољства у праћењу ријалити програма, само је један од показатеља утонулости у неживот. Реч је о коначном сагласју (пристанку на умножавање идеала неживота), прихватању учешћа у наративном ширењу (кроз преузимање тема погодних у процесу социјализације), те коначно способности доживљаја катарзе (посредоване идентификацијом са учесницима и развојем осећања блискости), као реакцијама сусретања са комодификованом стварношћу. *Идеална стварност*, у тзв. постиндустијском добу, тако постаје управо она која је индустијски произведена.

Било би исувише поједностављено ријалити програме схватити само као трећеразредну забаву, манифестацију недостатка критичности или лошег укуса, упркос томе што њихова експанзија несумњиво указује и на то. Оно што, међутим, заслужује много већу пажњу, јесте њихово појављивање као парадигматичног показатеља успона негативне реалности. Упркос својој отуђеној природи, програми реалног времена задобијају статус узорних представа нове концепције идеалне стварности. Тежња ка аутентичном живљењу, на тај начин улази у фазу њене замене концепцијом комодификованог живљења. Тек претворена у робу, чија је вредност тржишно дефинисана, догађајност бива укључена у велику визију савременог живота. Реалити тако, у свету изгубљене аутентичности, постаје представа идеалног живљења, које захваљујући тоталној комодификацији постаје део медијског спектакла, доказујући своју вредност не само укључивањем у процес медијског посредовања, већ и даљим матричним репродуковањем. Ови *расцети* у стварном, будући индустијски произведени, шире снагу сопственог деловања на читав простор реалног, учвршћујући се

као најчистије манифестације нове / измењене стварности индустријског света.

ЛИТЕРАТУРА:

- Андерс, Г. (1996) *Свет као фантом и матрица*, Нови Сад: Прометеј.
- Aslama, M. and Pantti, M. (2006) Talking Alone: Reality TV, Emotions and Authenticity, *European Journal of Cultural Studies*, 9(2).
- Бодријар, Ж. (1991) *Симулакруми и симулација*, Нови Сад: Светови.
- Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Cambridge: Polity Press.
- Гројс, Б. (2011) *Уметност утопије*, Београд: Плави круг, Логос.
- Deery, J. (2004) Reality TV as Advertainment, *Popular Communication*, 2(1).
- Lefebvre, H. (1974) *Urbana revolucija*, Beograd: Nolit.
- Lupton, D. (1998) *The Emotional Self: A Sociocultural Exploration*, London: Sage.
- Manovič, L. Avangarda kao softver: od 'nove vizije' do novih medija, u: *Metamediji*, priredio Sretenović, D. (2001), Beograd: Centar za savremenu umetnost.
- Meštrović, S. (1997) *Postemotional Society*, London: Sage.
- Papacharissi, Z. and Mendelson, A. L. (2007) An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(2).
- Платон (2013) *Држава*, Београд: Дерета.
- Платон (1981) *Тимаж*, Београд: Младост.
- Reiss, S. and Wiltz, J. (2004) Why People Watch Reality TV, *Media Psychology*, 6.
- Fuerdi, F. (2004) *Therapy Culture: Cultivating Vulnerability in an Uncertain Age*, London: Routledge.
- Ursić, S. (2009) Мјеста и немјеста у савременим концептуализацијама простора, *Друштвена истраживања*, god. 18, 104(6).
- Фуко, М. (1997) *Надзирати и кажњавати: настанак затвора*, Сремски Карловци, Нови Сад: Издавачка књижарница Зорана Стојановића.
- Hall, A. (2006) Viewer's Perceptions of Reality Programs, *Communication Quarterly*, 54(2).
- Horkheimer, M. and Adorno, T. (1989) *Dijalektika prosvetiteljstva*, Sarajevo: Veselin Masleša.

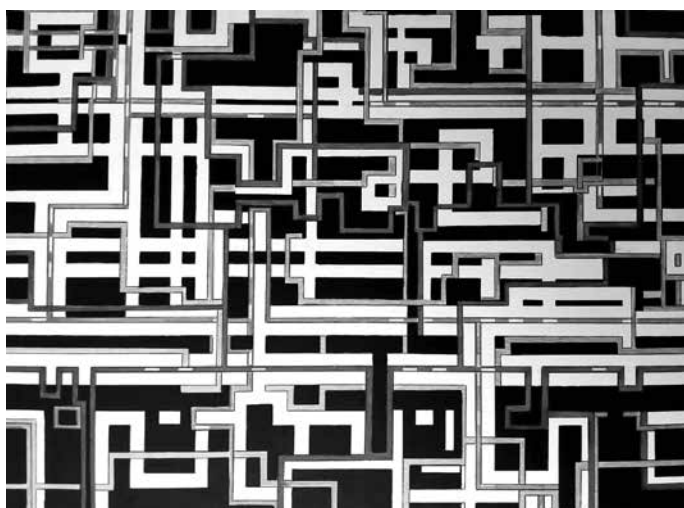
Dragan Čalović
Faculty of Contemporary Arts, Belgrade

REALITY IN THE AGE OF LOST AUTHENTICITY

Abstract

The author starts from a hypothesis that the contemporary understanding of live broadcasting as a special argument of objectivity should not be explained by the assumption that the public is insufficiently informed about the existence of media manipulation and its possibilities, but by the general need to find strong foundations of the real, which, faced with almost hopeless search, resists any rationality. In the age of the destabilized real, reality becomes fully absorbed not only by the real but also by the constructed events. In the text, a paradigmatic manifestation of this process is recognized in the rise of reality programmes. The reality of reality programmes is actually the reality of constructing events that annihilate reality itself – which could be called a negative reality. In spite of the fact that this is an unauthentic or constructed reality, by occupying the space of the real, its rendering in the text is identified with the process of demiurgic creation, and the media industry is identified as a kind of demiurge of the new so-called media age. The depersonalization and industrial foundations of this *contemporary demiurge* are viewed in regard to the development of the vision of unauthentic living, and with the emergence of negative reality that erodes the very space of the real.

Key words: *authentic, criticism, reality, reality programme, simulacrum*



Јелена Меркур, *Етно линк*,
акрилик на платну, 90x70 цм, 2020.