

UVOD U KRITIKU URBANE GEOGRAFIJE

U mnogobrojnim pričama čiji smo učesnici, bilo da nas interesuju ili ne, jedinu zanimljivu stranu predstavlja fragmentarno traganje za novim načinom života. Najizraženija ravnodušnost prisutna je u sopstvenom odnosu prema određenim disciplinama, estetskim ili nekim drugim, čiju je manjkavost u tom smislu moguće odmah proveriti. Trebalo bi odrediti nekoliko privremenih oblasti istraživanja, a u okviru njih – posmatranje određenih postupaka koji su slučajni i predvidivi na ulicama.

Termin *psihogeografija*, koji je predložio jedan nepismeni Kabilijac za skup fenomena, kojima se samo nas nekoliko bavilo tokom leta 1953. godine, prilično je opravdan. Ovo ne proizlazi iz materijalističke perspektive koja život i mišljenje uslovljava objektivnom prirodom. Geografija, na primer, objašnjava uticaj opštih prirodnih sila, kao što su sastav tla ili klimatski režim, na ekonomsku strukturu društva, a samim tim i na koncepciju koju društvo može da ima o svetu. Psihogeografija bi se bavila proučavanjem egzaktnih zakona i uticaja geografske sredine, svesno uređene ili ne, koji se odnose na emocionalno ponašanje ljudi. Pridev *psihogeografski*, koji na pozitivan način ostaje donekle neodređen, može, dakle, da se odnosi na podatke dobijene iz ove vrste istraživanja, na rezultate uticaja koje ono ima na ljudska osećanja, pa čak i na bilo koju situaciju ili ponašanje koji naizgled proističu iz suštine tog otkrića.

Pustinja je monoteistička – moglo se reći nekada davno. Da li će se konstatacija da kvart koji se nalazi u Parizu, između trga Kontreskarp i ulice de l'Arbalet,

više naginje ka ateizmu, zaboravu i pometnji uobičajenih refleksa, pokazati nelogičnom ili nebitnom?

Neko istorijski relativno znanje poželjno je kada je u pitanju utilitarnost. Briga usmerena na posedovanje slobodnog prostora – gde bi vojska mogla brzo da se kreće, a koje bi artiljerija mogla da koristi u slučaju pobune – predstavljala je osnovni razlog za prihvatanje plana urbanog uređenja u vreme drugog Francuskog carstva. Međutim, iz svake druge perspektive osim policijske, Hausmanov Pariz je grad koji je sagradio idiot, pun buke i besa, bez ikakvog smisla. Danas, glavni problem koji urbanizam treba da reši jeste pitanje saobraćaja sa sve brojnijim vozilima. Ima prostora i da se razmišlja o tome kako će budući urbanizam podrazumevati neke u istoj meri utilitarne objekte, pre svega uzimajući u obzir psihogeografske mogućnosti.

Uostalom, današnje izobilje sopstvenih automobila posledica je konstantne propagande kojom kapitalistička proizvodnja uverava široke mase – a u ovom slučaju, to je jedan od njenih uspeha koji najviše zbunjuje – da je posedovanje automobila jedna od privilegija koje naše društvo neguje za svoje privilegovane pripadnike. (S obzirom na to da anarhični progres poriče samog sebe, možemo uživati gledajući spot u kome načelnik policije poziva Parižane, vlasnike automobila, da koriste javni prevoz.)

S obzirom na to da, čak, i kada se radi o tako banalnom povodu, nailazimo na ideju o privilegiji – pri čemu znamo da su mnogi ljudi, koji u suštini uživaju neznatne privilegije, spremni da sa slepim žarom brane svoje osrednje prednosti – mora se konstatovati da su sve to elementi ideje o sreći, ideje prihvaćene u populaciji koja se održava sistemom reklama, uključujući kako Malroovu estetiku, tako i imperatve koka-kole, a koja podrazumeva potrebu da se u svakoj prilici i svim mogućim sredstvima prouzrokuje kriza.

U ova sredstva, pre svega, svakako spada emitovanje brojnih ponuda kojima, u cilju sistematskog provociranja, život treba da se svede na sveobuhvatnu zanimljivu igru, a zatim i neprekidno potcenjivanje svih vidova zabave, naravno, na način na koji ih nije moguće promeniti radi stvaranja interesantnijeg ambijenta. Ono što je najteže u ovakvim poduhvatima je da se kroz te očigledno pomahnitale ponude provuče dovoljna količina nečega što je u ozbiljnoj meri pri-

vlačno. Da bi se postigao takav rezultat, moguće je razmišljati o većtom korišćenju savremenih sredstava komunikacije. Međutim, jedan od oblika vidnog uzdržavanja, odnosno, događaji koji vode ka drastičnoj razočaranosti u ta ista sredstva komunikacije, s neospornom lakoćom održavaju atmosferu nelagodnosti koja je izrazito pogodna za uvođenje nekih novih pojmova zadovoljstva.

Ideja da ostvarenje jedne odabrane emocionalne situacije zavisi samo od striktnog poznavanja i promišljene primene određenog broja konkretnih mehanizama, inspirisala je „Psihogeografsku igru nedelje“ koja je objavljena s izvesnom dozom humora u prvom broju *Potlača*:

„U zavisnosti od toga šta tražite, izaberite jednu zemlju, jedan manje ili više naseljen grad, jednu više ili manje živu ulicu. Sagradite kuću. Opremite je. Izvucite najbolje iz njenog uređenja i njene okoline. Izaberite sezonu i vreme. Skupite najprikladnije ljude, odgovarajuće ploče i pića. Osvetljenje i razgovori moraće, naravno, da budu prigodni, isto kao i vremenske prilike, odnosno, kao i Vaše uspomene. Ako niste pogrešili u svojoj računici, sigurno ćete biti zadovoljni odgovorom“.

Sušтина je u plasmanu na tržištu, pa makar i ako je to u ovom trenutku samo intelektualno tržište, gomila želja čije bogatstvo neće izlaziti iz granica aktuelnih ljudskih sredstava delovanja na materijalni svet, nego na staru organizaciju društva. Politički interes prisutan je, čak, i u javnom suprotstavljanju takvih želja onim prvobitnim, koje se većito provlače u kinematografskoj industriji, odnosno u psihološkim romanima, kao što su romani one mrcine od Morijaka. („U društvu koje se zasniva na bedi, najbedniji proizvodi imaju tu fatalnu prednost da ih koristi većina“, objavio je Marks jadnom Prudonu.)

Revolucionarna transformacija sveta i svih aspekata sveta odaće priznanje svim idejama o bogatstvu.

Nagla promena atmosfere u nekoj ulici, na prostoru od nekoliko metara; jasna podela jednog grada u zone oštro podeljene psihičke klime; linija većeg nagiba, bez obzira na promenu nivoa, koju treba da prate šetališta bez cilja; zanosan ili odbojan karakter pojedinih mesta – sve to deluje zapostavljeno. U svakom slučaju, nikada se ne razmišlja na način da to zavisi od

razloga koje je moguće sagledati temeljnijom analizom i iz kojih se može izvući neka korist. Ljudi dobro znaju da postoje tužni kvartovi, kao što postoje i prijatni. Međutim, uglavnom su ubeđeni da otmene ulice stvaraju osećaj zadovoljstva, dok su siromašne ulice deprimirajuće, gotovo bez ikakve dodatne nijanse. Naime, raznovrsnost mogućih kombinacija ambijenata, analogna rastvaranju hemijskih tela u bezbrojnim mešavinama, privlači osećanja koja su raznovrsna i složena u istoj meri kao kada ih izaziva i bilo koja druga vrsta prizora. I najmanje demistifikovana studija ukazuje na to da se nijedan kvalitativni ili kvantitativni znak uticaja različitih dekora izgrađenih u jednom gradu ne može formulisati na osnovu neke epohe ili arhitektonskog stila, a još manje na osnovu uslova življenja.

Dakle, istraživanja koja smo dužni da sprovodimo u vezi s rasporedom elemenata urbanističke sredine, pri čemu su oni usko povezani s osećajima koja stvaraju, podrazumevaju smeće hipoteze koje valja neprestano korigovati kroz iskustvo, kritikom i samokritikom.

Neka De Kirikova platna, koja su očigledno inspirisana emocijama arhitektonskog porekla, mogu da vrše povratni uticaj na svoju objektivnu osnovu, pa čak i da je promene: imaju tendenciju da postanu makete. Zabrinjavajući kvartovi arkada mogli bi jednog dana da se nastave i da dovrše privlačnost ovog dela.

Ne mislim da one dve naslikane luke na izmaku dana, dela Klod Lorena, koja se nalaze u Luvru i predstavljaju granicu dva najrazličitija moguća urbana ambijenta, mogu po lepoti da se porede s projektima za metro u Parizu. Kada ovde govorim o lepoti, razume se da ne mislim na plastičnu lepota – nova lepota može da bude samo lepota situacije – već samo na prilično dirljivo prikazan niz mogućnosti i u jednom i u drugom slučaju. Među raznim težim načinima saopštavanja, obnovljena kartografija deluje kao podesna za neposredno korišćenje.

Izrada psihogeografskih karti, pa čak i razni trikovi, kao što je jednačina postavljena između dva topografska prikaza, bilo da ima malo osnova ili je potpuno slučajna, može da doprinese rasvetljavanju određenih pomeranja koja ne karakteriše činjenica da je nešto besplatno, već savršeno odsustvo potčinjenosti uobičajenim apelima – s obzirom na to da su apeli ove vrste obuhvaćeni terminom turizam, popularnom

drogom koja je odvratna isto koliko i sport ili kupovina na kredit. Nedavno mi je jedan prijatelj ispričao kako je obišao određenu oblast u Nemačkoj uz pomoć plana grada Londona, slepo prateći oznake. Ova vrsta igre je, naravno, samo lošiji početak u odnosu na arhitektonsku i urbanističku gradnju, gradnju čija će moć jednog dana biti dodeljena svima. Do tada, mogu se uočiti različiti stadijumi delimičnih realizacija, manje neugodnih, počev od jednostavnog pomeranja delova dekora koje smo navikli da vidimo na prethodno pripremljenim mestima. Tako je Marien, u prošlom broju ovog časopisa, predložio da se sve skulpture konjanika iz svih gradova bez nekog posebnog reda sakupe u nekoj pustoј dolini, kada se bude prestalo s trošenjem svetskih resursa na iracionalne poduhvate koji nam se danas nameću. To bi za prolaznike – a njima pripada budućnost – bio prikaz sintetizovanog tovara konjice koji bi se, čak, mogao posvetiti najvećim krvnicima istorije, od Tamerlana do Ridžveja. Ovde dolazi do izražaja jedan od glavnih zahteva ove generacije: edukativna vrednost.

Činjenica je da se ništa ne može očekivati samo od svesti aktivne mase o životnim uslovima koje imaju u svim oblastima, kao i o praktičnim sredstvima za njihove promene.

„Nestvarnost je ono što teži da postane stvarno“ – ovo je napisao autor čije sam ime, zbog njegovog opšte poznatog lošeg vladanja kada je u pitanju razum, odavno zaboravio. Ovakva tvrdnja, svojom nehotice ograničenom perspektivom, može da posluži kao sredstvo provere i opravda nekoliko parodija književne revolucije: ono što teži da ostane nestvarno jeste brbljanje.

Život za koji smo odgovorni sreće se s brojnim promenama i nagradama, manje ili više vulgarnim, a istovremeno i sa značajnim motivima obeshrabrenja. Ne prođe godina a da se ljudi koje smo voleli ne opredele za neku vrstu jasne kapitulacije, jer nisu dobro sagledali raspoložive mogućnosti. Ipak, oni ne znače pojačanje za neprijateljsku stranu koja već broji na milione budala, i gde je čovek objektivno osuđen da bude budala. Prvi moralni invaliditet i dalje je povlađivanje, u svim svojim oblicima.

Prevela s francuskog: *Jelena Višacki*
