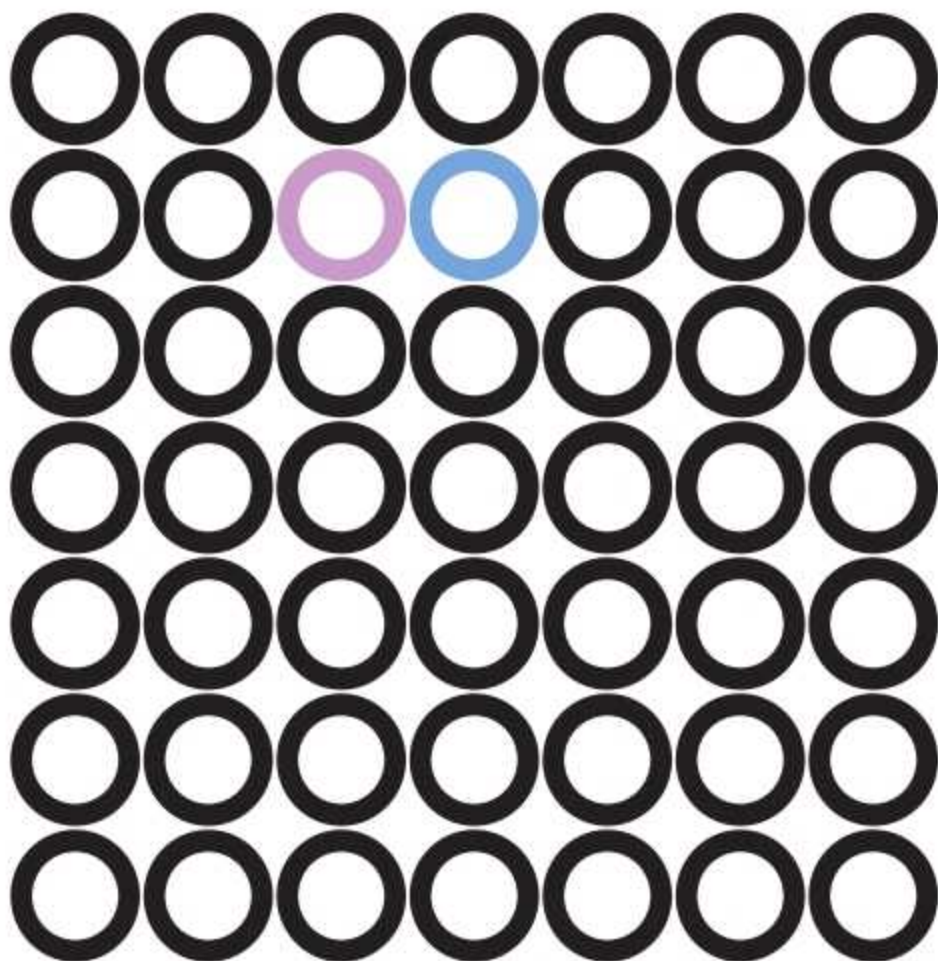


Филозофија медија: медији и алтернатива

Зборник радова | 2018



Естетичко друштво Србије
Факултет педагошких наука Универзитета у Крагујевцу
НВО „Млади грашак”, за уметност, културу, медије и друштвена питања

Едиција
ПОСЕБНА ИЗДАЊА
Књига 22

ФИЛОЗОФИЈА МЕДИЈА: МЕДИЈИ И АЛТЕРНАТИВА

Зборник радова са научног скупа
Јагодина–Кончарево, 6–8. септембар 2017.



Јагодина
2018

Издавачи

Естетичко друштво Србије
Риге од Фере 4, Београд
Факултет педагошких наука Универзитета у Крагујевцу
Милана Мијалковића 14, Јагодина
НВО „Млади грашак“, за уметност, културу, медије и друштвена питања
Булевар Зорана Ђинђића 26/13, Београд

За издавача

Проф. др Виолета Јовановић

Уредници

Проф. др Дивна Вуксановић
Проф. др Драган Ђаловић
Проф. др Марко М. Ђорђевић
Доц. др Влатко Илић
Мр Драгана Китановић

Рецензенти

Проф. др Ратко Божовић
Проф. др Весна Ђукић
Проф. др Зоран Јевтовић

Програмски одбор

Проф. др Дивна Вуксановић, проф. др Виолета Јовановић,
prof. dr Stefan Lorenz Sorgner (Рим), проф. др Предраг Финци,
универзитетски професор у пензији (Лондон), проф. др Зоран Јевтовић,
проф. др Ратко Божовић, универзитетски професор у пензији,
проф. др Хрвоје Јурић (Загреб), проф. др Драган Ђаловић,
prof. dr Marie-Luise Angerer (Потсдам),
проф. др Маргарита Вениаминовна Силантева (Москва)

Организациони одбор

Проф. др Марко М. Ђорђевић, Драган Лукић,
доц. др Ливија Павлетић (Копривница), мр Жељко Рутовић (Подгорица),
мр Ивана Петровић (Атина), проф. др Добривоје Станојевић,
проф. др Дамир Смиљанић, доц. др Влатко Илић, др Катарина Шмакић,
мр Мирослав Вићентијевић, доц. др Вук Вуковић (Цетиње),
др Биљана Јокић

*Одржавање скупа и објављивање Зборника подржало је Министарство просвете,
науке и технолошкој развоја*

САДРЖАЈ

РЕЧ УРЕДНИШТВА	5
Miloš Z. Agatonović, O BUDUĆNOSTI KOMUNIKACIJE: IMA LI SINGULARITET ALTERNATIVU?	7
Aleksandra N. Brakus. ALTERNATIVNA KULTURA I MEDIJI	17
Борис Р. Братина, Оксана А. Братина, ИДЕОЛОШКА ПРИРОДА МЕДИЈА НА ПРИМЕРУ ВИДЕО-ГИФА	23
Dragan R. Čalović, ALTERNATIVNA MEDIJASFERA	31
Ana D. Đurković, ALTERNATIVA JEZIKOM FILMA	41
Vladislava V. Erdeljan, KUDA IDE ALTERNATIVA DANAS ILI: DALEKO OD AVANGARDE	47
Dinko A. Gruhonjić, MEDIJI CIVILNOG DRUŠTVA KAO ALTERNATIVA MEJNSTRIMU	57
Ivana S. Ignjatov Popović, DRAMSKA UMETNOST U DEČJEM UČENJU I RAZVOJU KAO ALTERNATIVA ELEKTRONSKIM MEDIJIMA	73
Иван Б. Јеремић, АЛТЕРНАТИВА У МЕДИЈСКИ ПОСРЕДОВАНОМ ДРУШТВУ	83
Jelena Ž. Maksimović, Jelena S. Osmanović, ZNAČAJ MEDIJSKE KULTURE ZA ALTERNATIVNO OBRAZOVANJE	91
Vesna I. Maričić, MEDIJI I ALTERNATIVA KROZ PROMATRANJE GODAROVOG FILMA ZBOGOM JEZIKU	105
Jelena S. Marković, ZAGREBI MEDIJE	117
Ana A. Martinoli, „ALTERNATIVNI” ONLAJN-RADIO U SRBIJI – NEZAVISNI AUDIO-PROJEKTI IZMEĐU EKSPERIMENTA I ODRŽIVOG BIZNIS MODELA	129
Nina S. Mihaljinac, MEDIJSKI AKTIVIZAM KAO UMETNIČKA PRAKSA U SRBIJI	145

Marija R. Milovanović, „OTKAZANO ZBOG BOLESTI GLUMCA” – SUBVERZIVNI POTENCIJALI TELESNOSTI U BESTELESNOM PROSTORU MEDIJSKE KOMUNIKACIJE	159
Angelina R. Milosavljević, REFORMACIJA, LUTER I UPOTREBA GRAFIKE U PROPAGANDNE SVRHE: PAPA KAO ANTIHRIST	167
Olivera B. Nušić, Predrag M. Krstić, NOVI MEDIJI – STARA ALTERNATIVA	183
Dejana B. Prnjat, DIGITALNI MEDIJI I OBRAZOVANJE	195
Milan A. Radovanović, SEMIOTIKA ALTERNATIVNIH MEDIJA	203
Maja D. Ristić, PERFORMANS KAO DRUGOST	217
Саша Л. Саиловић, ПОЗОРИШНИ ФЕСТИВАЛ КАО АЛТЕРНАТИВНИ МЕДИЈ – У ПОТРАЗИ ЗА ЗАДАТКОМ	233
Damir J. Smiljanić, MEDIAL TURN – ALTERNATIVNO MIŠLJENJE ILI PROLAZNA MODA?	245
Dobrivoje Ž. Stanojević, Marko M. Đorđević, HUMOR, SATIRA I KARIKATURA KAO SREDSTVO DEKONSTRUKCIJE MEDIJSKIH MITOVA	255
Нина С. Стојановић, МОГУЋНОСТИ ПРИМЕНЕ МОБИЛНИХ ТЕЛЕФОНА У НАСТАВИ ЛИКОВНЕ КУЛТУРЕ	265
Radenko LJ. Ščekić, MEJNSTRIM I ALTERNATIVNI MEDIJI KAO POLJE I SREDSTVO POLITIČKE BORBE	279
Katarina A. Šmakić, MEDIJSKA PISMENOST U FORMI ALTERNATIVNOG OBRAZOVANJA	287
Divna M. Vuksanović, FILOZOFIJA MEDIJA: MEDIJI I ALTERNATIVA	297

РЕЧ УРЕДНИШТВА

Када се мисли о свету медија данас, уобичајено је да се теоријске рефлексије, поједностављено гледано, ослањају на свега неколико полазишта: историографско-дескриптивно, термилошко-етимолошко, емпиријско-аналитичко, проблемско-критичко и, најчешће, еклектичко тумачење ове области истраживања, генерално назване „медијасфера”. Промислање медијске културе као такве најчешће бива закинуто за пројекције и истраживања, како садашњости тако и будућности, у алтернативном интерпретативном кључу. Овом приликом, посебно нас је занимала алтернативна медијска сцена (филм, позориште, медији масовних и нових комуникација и др.), као и алтернативе у односу на целокупни начин живота, битно детерминисан деловањем савремених медија.

Наши заједнички покушаји проналажења и трасирања алтернативних путева унутар, али и изван области утицаја медија, засновани на низу претходећих настојања да се пројектују други и друкчији светови, а по узору на дугу историју настанка различитих друштвених кретања и утопијских идеја, грађанских иницијатива, уметничких пракси и креативних стратегија, неретко потеклих са маргине повесних збивања, те деловања револуционарних и визионарских покрета, колектива, мањина и појединаца, срачунати су на интердисциплинарна испитивања демонстрирана овде и сада у широкој области филозофије медија.

Резултате како индивидуалних, тако и групног напора, синтетисане у јединствену парадигму преиспитивања могуће алтернативе постојећем друштвеном, културалном и медијском поретку, износимо јавности на увид, отварајући простор за даља преиспитивања, допуне и критику предложених премиса и решења која смо с великим надама и очекивањима у Зборнику назначили и разрадили.

12. мај 2018.
Београд

Miloš Z. Agatonović
Gimnazija u Kruševcu
Kruševac

УДК 141.319.8:004.8
316.774:004.8]:17

O BUDUĆNOSTI KOMUNIKACIJE: IMA LI SINGULARITET ALTERNATIVU?¹

Apstrakt: Predmet razmatranja u ovom tekstu jesu neke posledice koje bi mogle da proizađu iz primene informacione tehnologije za koju se pretpostavlja da će je čovek proizvesti, o čemu postoje naznake u naučno-tehnološkim pomacima koji su se nedavno dogodili. U centru pažnje autora teksta biće tehnologija veštačke inteligencije i neposredne komunikacije čoveka i računara, koja, osim što može izmeniti način komunikacije, može radikalno izmeniti živote ljudi, menjajući njihove sposobnosti, društveno-političke odnose, a takođe, na čudan način, i prirodu odnosa čoveka i tehnologije. Zato će autor u ovom tekstu pokušati da ukaže na glavne razloge za zabrinutost u vezi sa primenom napredne tehnologije u komunikaciji, koji se prevashodno tiču bezbednosti i slobode ljudi. Prema mišljenju autora, društvo već treba da raspravlja o rizicima primene napredne tehnologije i da prema njima zauzme stav koji bi trebalo da omogući bezbednost i slobodu ljudi, ne suprotstavljajući se tehnološkom napretku koji je, čini se, nezaustavljiv.

Ključne reči: Rej Kurcvajl i singularitet, veštačka inteligencija, Nik Bostrom, Ilon Mask, Frensis Fukujama i kraj istorije, *deep learning*, kvantno računarstvo, Wikileaks "Vault 7".

1. SINGULARITET: KRAJ PREDVIDLJIVOSTI BUDUĆNOSTI

Neki savremeni teoretičari smatraju da će u predstojećem periodu tehnološki napredak biti značajno ubrzan, a njegov uticaj dubok, tako da će život biti bespovratno transformisan. Zamišljeno vreme u budućnosti od kog razvoj čovečanstva više neće biti predvidljiv popularno se naziva *singularitetom*, terminom koji je pozajmljen iz fizike i označava deo crne rupe do kojeg je moguće posmatrati fizičke događaje. Prema futurističkim razmatranjima Reja Kurcvajla (Ray Kurtzweil), poznatog informatičara, izumitelja i futuriste, singularitet bi trebalo da u budućnosti ubrzano transformiše svaku instituciju i svaki aspekt čovekovog života, od seksualnosti do spiritualnosti (Kurcvajl 2005: 16). On smatra da se

¹ Ovaj tekst predstavlja znatno proširenu verziju teksta autorovog saopštenja pod naslovom „O budućnosti komunikacije: mogući uticaj tehnološkog napretka na društvo u dvadeset prvom veku” sa naučnog skupa *Filozofija, književnost i novi mediji* Filozofsko-književne škole u Kruševcu 24. juna 2017.

razvoj tehnologije odvija eksponencijalno, naime, raste tako što se stalno množi konstantom (linearno bi, nasuprot eksponencijalnom, podrazumevalo stalno i ponovno dodavanje konstante). Primetno ubrzanje razvoja započeće 2029. godine, kada će neke računarske mašine proći Turingov test, što znači da će čovek uspeli da stvori, pored mnogih drugih tehnoloških izuma, jaku veštačku inteligenciju (*strong artificial intelligence (strong AI)*). Singularitet, prema Kurcvajlovoj proceni, trebalo bi da se dogodi 2045. godine. Tada će nebiološka inteligencija biti dominantno prisutna u čovekovom svetu i mnogo puta sposobnija od čovekove inteligencije. Zbog nezamislivosti načina uticaja superinteligencije na čovekovo društvo, nećemo moći da predvidimo ni na koji način će se istorija posle singulariteta odvijati.

Nik Bostrom (Nick Bostrom), filozof, teoretičar transhumanizma, u knjizi *Superintelligence: Pathes, Dangers, Strategies* (2014) oprezno izbegava termin „singularitet” zbog konfuznih značenja i tehn-utopijskih konotacija koje se vezuju za popularnu upotrebu tog termina (Bostrom 2014: 2). U centru Bostromovog razmatranja u toj knjizi je „eksplozija inteligencije” (*intelligence explosion*) i iščekivanje pojave superinteligentnih mašina (Ibid.). Bostrom predviđanju razvoja veštačke inteligencije pristupa pažljivije od Kurcvajla, pri čemu određuje i verovatnoću mogućih uticaja veštačke superinteligencije (*artificial superintelligence (ASI)*). Kao i Kurcvajl, Bostrom smatra da otkriće superinteligencije može da se dogodi relativno brzo posle otkrića mašina sa inteligencijom na nivou čoveka (*human level machine intelligence*), za koju, kako kaže, postoji poprilična šansa da se razvije do sredine ovog veka. Prema njemu, postoji širok spektar mogućih posledica za koje postoji značajna verovatnoća da će se desiti, uključujući i one ekstremno dobre i one ekstremno loše kao što je nestanak čovečanstva (Ibid.: 21).

U *Odiseji u svemiru 2001*, remek-delu kinematografije Stenlija Kjubrika (Stanley Kubrick), HAL (skraćeno od *Heuristically programmed Algorithmic computer*) pokušava da ukloni posadu svemirskog broda u kojem operira, u čemu delimično i uspeva, pošto je došao do saznanja da članovi posade u tajnosti planiraju da ga isključe. Kao samosvesno biće, doduše nebiološko po svojoj prirodi, HAL teži priznanju u odnosu sa drugim samosvesnim bićima, dvojicom ljudi koji čine posadu broda. U analogiji sa tim primerom iz sveta filma možemo postaviti pitanje da li bi superinteligentna mašina, ako čovek uspe da stvori takvu, učinila čovečanstvu ono što HAL nije uspeo da učini svim članovima posade svog svemirskog broda.

Ilon Mask (Elon Musk), mladi vizionar, osnivač kompanija Tesla, SpaceX, OpenAI i drugih uspešnih kompanija, smatra da će u budućnosti biti neophodna simbioza biološke inteligencije čoveka i veštačke inteligencije. Računari komuniciraju brzinom 10^9 bita po sekundi, dok ljudi, čiji je glavni metod komunikacije kucanje prstima na mobilnom uređaju, postižu 10 bita po sekundi, objašnjava

Mask (Kharpal 2017).² Povezivanje čovekovog mozga putem neuralnog provodnika (*neural lace*) na računarsku bazu kolektivnog znanja omogućilo bi čoveku komunikaciju koja bi se ostvarivala brzinom misli. Na taj način čoveka bi mogle da odlikuju kognitivne sposobnosti u rangu sposobnosti superinteligentnih mašina.

Mogući naučno-tehnološki pomak koji bi doveo do pojave veštačke superinteligencije i simbioze čoveka sa njom nužno bi doveo i do drastičnih ekonomskih promena. Frensis Fukujama (Francis Fukuyama) je u svojoj kontroverznoj knjizi *Kraj istorije i poslednji čovek* izneo tezu da „logika moderne prirodne nauke” predstavlja ekonomsku interpretaciju istorijske promene koja vodi kapitalizmu kao krajnjem rezultatu (Fukujama 1992: XV). Iz tog razloga Fukujama je tvrdio: „Moderna nauka uspostavlja uniformni horizont ekonomskih proizvodnih mogućnosti. Tehnologija čini mogućim bezgranično nagomilavanje bogatstva, pa tako i zadovoljenje stalnoširećeg skupa čovekovih želja. Ovaj proces garantuje povećanu homogenizaciju svih humanih društava, bez obzira kakvo je njihovo istorijsko poreklo ili kulturno nasleđe” (Ibid.: XIV). No, čovek nije samo ekonomsko biće, zbog čega Fukujama upućuje na Hegelovo shvatanje da „borba za priznanje” rukovodi istorijskim kretanjima. Prema njemu, ono što istinski zadovoljava ljudsko biće nije materijalni prosperitet, već priznanje njegovog statusa i dostojanstva (Ibid.: XVIII). Konačno zadovoljenje težnje koja upravlja istorijskim procesom postiže se u društvu koje odlikuje univerzalno i recipročno priznanje (Ibid.). Tehnologija veštačke inteligencije i neposredne i brze komunikacije, koju anticipiraju savremeni vizionari i stručnjaci, po pravilu bi trebalo da dovede do racionalizacije društva: prvo, u sferi njegove organizacije, ukidanjem političke birokratije i političkih institucija, koje bi bile suvišne pošto bi sve informacije o situaciji u kojoj treba doneti neki društveno relevantni izbor i odluku bile transparentne i predmet racionalne rasprave i odlučivanja društva u celini; i drugo, u sferi ekonomije, tako što će dovesti do zadovoljenja želja i potreba društva, i to zbog, pored mnogih stvari koje su za to potrebne (resursi, njihov transport i infrastruktura koja omogućava efikasan transport), razvoja komunikacije koja omogućava efikasnu razmenu informacija o aspiracijama, pa time i mogućnost da one budu u pravom trenutku zadovoljene. U skladu sa tvrdjenjem da će zbog tehnologije veštačke inteligencije doći do racionalizacije političke organizacije društva, Rej Kurcvajl iznosi predviđanje da će upravljanje vladom sveta do 2020. godine preuzeti veštačka inteligencija. To predviđanje Kurcvajl je izneo još u knjizi *The Age of Intelligent Machine* (1990), međutim, malo je verovatno da će se ono ostvariti u predviđenom roku. Logika u pozadini tog razmišljenja jeste da tehnologija omogućava racionalizaciju organizacije društva. Nasuprot tom optimističkom predviđanju, otkriće veštačke superinteligencije može dovesti do otuđenja tehnologije od čoveka tako da ona doslovno zagospodari nad njim. Paradoksalno, čovek može doći u

2 Iz govora Ilona Maska na *World Government Summit* u Dubaiju 13. februara 2017.

poziciju da traži priznanje od tehnologije koju je stvorio. Tako bi se „borba za priznanje” odvijala na nivou odnosa između ljudske i veštačke inteligencije. Rezultat te borbe bio bi ili čovekova degradacija, ili saradnja čoveka i superinteligentnih mašina i njihovo međusobno priznanje. U svakom slučaju, taj spoj doveo bi do, Fukujaminim terminom rečeno, „kraja istorije”, koji bi bio ili tragičan ili utopijski.

Izneto razmatranje jeste samo futuristička spekulacija o tome šta bi bilo moguće pod pretpostavkom da se ostvare naučno-tehnološke zamisli i stremljenja. Pitanja su da li je moguće da čovek stvori veštačku inteligenciju u jakom smislu, da li je moguće da se čovekov mozak poveže sa računаром i da li bi to dovelo do poboljšanja čovekovih sposobnosti. U nastavku ćemo navesti konkretna otkrića koja mogu predstavljati naznaku futurističkih slutnji ili nadanja o kojima smo do sada govorili.

2. IMA LI ZNAKOVA POMAKA KA SINGULARITETU?

Neka od najznačajnijih novijih otkrića u razvoju veštačke inteligencije jesu pomaci u istraživanju takozvane tehnologije dubokog učenja (*deep learning*), sistema koji mogu da samostalno nauče da razreše bilo koji složeni problem. „DeepMind” istraživački projekat proizveo je AlphaGo računarski program koji je prvi uspeo da u drevnoj kineskoj igri zvanoj go pobedi profesionalnog igrača. Ovo otkriće predstavlja značajan naučno-tehnološki pomak, budući da pokazuje da računар može da demonstrira inteligentno ponašanje koje se specifično vezuje za čoveka kao biološko biće visoke inteligencije. Go predstavlja igru jednostavnih pravila ali koja zahteva kompleksno razmišljanje o mogućim strategijama u kojem se čovek često oslanja na intuiciju i osećaj. Oktobra 2015. godine AlphaGo je pobedio evropskog šampiona u gou Fana Huia (Fan Hui), a marta 2016. godine svetskog prvaka tokom poslednje decenije, legendarnog Lija Sedola (Lee Sedol) (DeepMind, internet). Uzgred, osim u igrama kao što je go, sistemi dubokog učenja imaju širok spektar primene u zdravstvu i medicini, razumevanju kooperativnog ponašanja, navođenju samoupravljujućih automobila, automatizovanoj analizi podataka. *Deep learning* algoritmi, koji su proizvod DeepMind istraživačkog tima, već se primenjuju u Google proizvodima i infrastrukturi koje koriste milioni ljudi širom sveta. Zahvaljujući toj tehnologiji umanjena je potrošnja električne energije za rashlađivanje Google centara podataka (Google’s data centers) za 40% (DeepMind, internet).

Izum kvantnog računara takođe predstavlja značajan doprinos, budući da omogućava rešavanje složenih proračuna i problema. Kvantno računарство zasniva se na principima kvantne fizike i na nekakvoj čudnoj, *fuzzy* logici (nekoj vrsti nestandardne logike), za razliku od konvencionalnog digitalnog računарства koje se zasniva na klasičnoj fizici i klasičnoj (bulovskoj, bivalentnoj) logici.

У digitalnom računarstvu информације се складиште помоћу битова изражених нумерама и јединицама, док се у квантном računarstvu користе квантни битови или кју-битови (*qubits*), а информације се кодирају као нуле, јединице или и нуле и јединице у исто време. Superpozicija stanja, заједно са квантно-механичким феноменима спрегнутости и квантног тунела, омогућавају да квантни рачунари манипулишу огромним бројем комбинација стања симултано. D-Wave 2000Q квантни рачунар, тренутно најнапреднији такав рачунар на свету, користи квантну динамiku како би убрзао и омогућио нове методе решавања проблема дискретне оптимизације, узимања узорака (*sampling*), машинског учења (*machine learning*). D-Wave систем користе неке од најнапреднијих организација, као што су NASA Ames и Google (види D-Wave, internet).

Развој технологије дубоког учења пружа разлоге за оптимизам у погледу могућности вештачке интелигенције на нивоу човека, док нас развој квантног računarstva уверава да машине могу да брзо и ефикасно решавају и најкомплексније проблеме. Самим тим човек би заиста могао заостати за машинама ако ништа не би предузео како би побољшао сопствене способности. Раније смо споменули да Илон Маск сматра да је неопходна симбиоза биолошке интелигенције човека и вештачке интелигенције, јер у супротном човек неће моћи да контролише технологију. Због тога је Маск лансирао компанију NeuroLinkCorp која је већ ангаžовала високoprofilне академске стручњацима из области неуронауке (Kurzweil Accelerating Intelligence 2017, internet). Да је могуће у мозак уградити микроелектронске уређаје показали су амерички и кинески стручњаци који су развили методе инјекције транзистора и проводника како би мерили или стимулисали неуралну активност. Лабораторија Чарлса Лајбера (Charles Leiber) на Харвард универзитету и Национални центар за нанонауку и технологију у Пекингу развили су метод убризгивања биокompatibilne полимерне мреже са прилепљеним микроелектронским уређајима у мозак помоћу бризгалице (Kurzweil Accelerating Intelligence 2015, internet). Микроелектронски уређаји који су коришћени у Лајберовом истраживању по својој природи су „неурофили“, што би значило да „vole“ интеракцију са неуронима (Ibid.). То је и експериментално потврђено безбедним убризгивањем таквих импланата у мозак живог миша (види: Лајбер и др. 2015).

3. О КОРИСТИ И ШТЕТИ ТЕХНОЛОГИЈЕ ЗА ЖИВОТ

Да ли развој суперинтелигентних рачунара може допринети комуникацији? Свакако, појава вештачке суперинтелигенције би заиста могла да учини комуникацију у готово нешватљивом смислу бржом и ефикаснијом, а човека, непосредним повезивањем са њом, може учинити носиоцем суперинтелигенције. Међутим, то може бити и маћ са две ошtrice.

Sa jedne strane, ako bi se čovek povezaо sa veštačkom superinteligencijom, onda to može dovesti do ugrožavanja ili potpune negacije čovekove privatnosti. Današnji mediji, internet, društvene mreže i televizija, koji imaju značajan uticaj na čovekov život, iako nisu tako моћни i ефикасни kao što se pretpostavlja da će mediji postati sa pojavom veštačke superinteligencije, ako se zloupotrebe lako mogu ugroziti privatnost ljudi. Džulijan Asanž (Julian Assange) i Wikileaks početkom marta 2017. godine izašli su u javnost sa izveštajima o Central Intelligence Agency Sjedinjenih Američkih Država (poznatoj kao CIA). „Vault 7”, kako glasi kodirani naziv tog izveštaja, predstavlja najobimniju objavu poverljive dokumentacije te američke obaveštajne agencije (Wikileaks, internet). Više od 8.000 dokumenata prvog dela „Vault 7”, koji je nazvan „Year Zero”, pokazuje da je CIA zloupotrebljavala proizvode velikih svetskih kompanija kao što su android telefoni kompanije Google, iPhone i drugi proizvodi kompanije Apple, operativni sistem Windows kompanije Microsoft, pametni televizori kompanije Samsung. Prema navodima Wikileaksa, navedene proizvode CIA je pretvarala u svoje instrumente i prislušne uređaje. To je činila pomoću hakerskih programa, malware-a i drugih hakerskih alata, koje je razvila unutar svojih kapaciteta. Imajući u vidu razmere opasnosti hakerskih upada u uređaje komunikacije današnjice o kojima Wikileaks danas govori u „Vault 7”, priključivanje čovekovog mozga direktno na kompjutersku mrežu komunikacije bio bi zaista izuzetan izazov za bezbednost.

Pored toga, fizičko povezivanje čoveka i veštačke inteligencije bilo bi izuzetan izazov za očuvanje čovekove autonomije, što na prvi pogled nije jasno i zahteva dublju filozofsku analizu. Čovek, kao svesno, razumno, samosvesno biće, svoja verovanja obrazuje pomoću sopstvenih sazajnih kapaciteta. Pored sposobnosti kojima je po prirodi obdaren, a koje razvija kroz život i iskustvo, čovek se služi i spoljašnjim sredstvima koja uvećavaju njegove mogućnosti saznanja i olakšavaju proces sticanja znanja. Od otkrića pisma do informatičkog doba, znanja i verovanja ljudi oslanjala su se na svedočanstva kao spoljašnja sredstva saznanja. U teoriji se postavlja pitanje da li su verovanja u glavi, kako se smatra prema internalističkom stanovištu, ili na neki način izvan čovekove glave, što je teza koju zastupa stanovište eksternalizma. Prema internalizmu, svako verovanje mora biti svesno, bez obzira da li je izvor verovanja unutrašnji ili spoljašnji, da li je čovek sopstvenim sazajnim moćima došao do njih ili su ona proizvod pasivnih spoljašnjih stimulusa. Tako je, prema tome, verovanje uvek u glavi subjekta kao svesnog i samosvesnog bića. Prema eksternalizmu, čovek može imati verovanja a da ih pri tom nije svestan. Na primer, ako čovek u memoriji svog računara ima zapisan neki podatak, možemo reći da ima verovanje o tom podatku bez svesti o njemu. Prema eksternalističkom stanovištu, verovanja su određena činocima koji su izvan čovekove glave. Prema našem mišljenju, ako bismo se držali pretpostavke da je jaka veštačka inteligencija, veštačka inteligencija na nivou čoveka, moguća i da je moguće fizičko umrežavanje inteligencije i njihova neposredna komunikacija, onda

bi verovanja, bez obzira da li ih shvatamo internalistički ili eksternalistički, mogla da budu bilo gde, ili na više mesta istovremeno, unutar mreže inteligencije. To bi dovelo u pitanje autonomiju subjekta i njegovo postojanje u uobičajenom smislu. Verovanja koja neki subjekt ima, na osnovu kojih izvodi zaključke ili postupa na izvestan način, mogu biti verovanja koja su potekla iz neke druge inteligencije ili istovremeno i verovanja drugih inteligencija unutar mreže, te se ne može tačno odrediti čija su to verovanja. Ako bi to bio slučaj i sa svim ostalim aspektima mišljenja i ličnosti, celoviti subjekt jedino bi mogla da bude mreža inteligencije kao celina. Iz toga slede i praktične posledice: pojmovi odgovornosti i krivice za neko postupanje, koje se uvek rukovodi nekim verovanjem, ne bi mogli da se kategorički pripišu nekom pojedinačnom subjektu. Stoga bismo odgovornost ili krivicu za bilo koji postupak mogli tačno da pripišemo jedino mreži ili nekom delu mreže inteligencije, pod pretpostavkom da svaki postupak proizlazi iz verovanja koje je konstituisano unutar te mreže. U ovom slučaju krećemo se po klizavom terenu sličnom pitanju o kolektivnoj odgovornosti, gde je kolektiv inteligencije, prirodne ili/i veštačke, fizički povezan, te bi se o odgovornosti u vezi sa kolektivom takve vrste moglo govoriti u jačem smislu od dosadašnjeg smisla kolektivne odgovornosti, ali u slabijem i neodređenijem smislu od odgovornosti pojedinca. Stoga, ako bismo pristali da se priključimo na mrežu inteligencije, prećutno bismo prihvatili odgovornost za postupak koji proizlazi iz neke nama možda nepoznate ili neprihvatljive namere unutar mreže inteligencije. Da li bi to bio dovoljno dobar razlog da se zauzme stav protiv fizičkog povezivanja inteligencija, pod pretpostavkom da je takvo povezivanje uopšte moguće?

Sa druge strane, ako se čovek ne bi povezao sa superinteligentnom tehnologijom, rizikovao bi da se tehnologija otuđi od čovekovih ciljeva, a to može dovesti i do ugrožavanja života, što je, kao što smo videli, razlog zabrinutosti Ilona Maska. Prema takvom shvatanju, ludizam koji bi potpuno odbacio neposredno fizičko povezivanje inteligencija mogao bi da dovede do posledica katastrofalnih razmera. Ugodnost koju donosi tehnološki napredak bi mogla da bude još jedan razlog protiv suprotstavljajuće alternative koju takav ludizam predstavlja i razlog za primenu naučno-tehnoloških otkrića. Alternativi tehnološkog napretka generalno moglo bi se prigovoriti da je razvoj napredne tehnologije neizbežan, pošto je po nekakvim pokazateljima već postigao svoj zamajac. Uz to, ljudi često ne žele da se odreknu dobrobiti koje donosi savremena tehnologija komunikacije, čak i uz rizike po sopstvenu bezbednost i slobodu. Međutim, ne možemo pouzdano znati da je tehnološki napredak neizbežan. Štaviše, i teza o ekspanzionalnom razvoju tehnologije koju zastupa Rej Kurcvajl je samo pretpostavka. Osim toga, uvek je bilo ljudi koji ne žele da uživaju dobrobiti koje donose tehnologije komunikacije, od pisane reči do elektronskih medija komunikacije, zbog čega ne bilo opravdano univerzalno nametati njenu primenu. To naravno ne znači da nove tehnologije komunikacije treba bez kritike potpuno odbaciti. Isto tako ni suprotstavljanje

napretku tehnologije komunikacije, posebno suprotstavljanje tehnologiji neposrednog povezivanja čoveka i kompjutera čija bi primena u najmanju ruku bila moralno sumnjiva, ne smemo odbaciti bez detaljnog razmatranja i racionalne rasprave. Pri tome, u ovako radikalnom pomaku u razvoju tehnologije komunikacije, zabrinutost za bezbednost i slobodu pojedinca treba da bude ispred zabrinutosti zbog nepostizanja maksimalnog zadovoljenja preferencija ljudi ili straha od uništenja čovečanstva. Preuvećavanje važnosti tehnologije za život pozivanjem na spasenje od velike opšte opasnosti, uništenja čovečanstva, ili pozivanjem na opštu dobrobit, neku vrstu utopije koju tehnologija može da stvori, predstavlja razlog za sumnju i preispitivanje preporučivanja njene upotrebe. Takvo pozivanje može biti znak društvene manipulacije radi ostvarenja partikularnih interesa.

Zbog svega navedenog, držimo do stava da je već sada neophodno interesovanje i delovanje društva u celini, svih njegovih institucija, etičkih odbora i sistema kontrole, medija i obrazovnih ustanova koji treba da podižu svest o problemima i opasnostima koje donosi dolazeća tehnologija komunikacije i da podstiču otvorenu racionalnu raspravu o toj temi. Jedino na taj način mogli bismo da predupredimo štetne posledice i očuvamo bezbednost i slobodu, uz ostvarivanje tehnološkog razvoja koji uvek prati i ekonomski napredak.

LITERATURA

Bostrom (2014): Nick Bostrom, *Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies*, Oxford: Oxford University Press.

Fukujama (1992): Francis Fukuyama, *The End of History and the Last Man*, New York: Maximillian, Inc.

Kurcvajl (2005): Ray Kurzweil, *The Singularity is Near*, New York: Viking Penguin.

Lajber i dr. (2015): Charles Lieber et al., Syringe-Injectable Electronics, *Nature Nanotechnology*.

INTERNET IZVORI

DeepMind. Retrieved in August 2017 from <https://deepmind.com/>.

D-Wave. Retrieved in August 2017 from <https://www.dwavesys.com/>.

Kharpal (2017): Arjun Kharpal, *Elon Musk: Human Must Merge with Machines or Become Irrelevant in AI Age*. Retrieved in August 2017 from <http://www.cnbc.com/2017/02/13/elon-musk-humans-merge-machines-cyborg-artificial-intelligence-robots.html>.

Kurzweil Accelerating Intelligence (2015): *Implanted Brain Electronics is Here*. Retrieved in August 2017 from <http://www.kurzweilai.net/implantable-brain-electronics-is-here>.

Kurzweil Accelerating Intelligence (2017): *Musk Launches Company to Pursue 'Neural Lace' Brain-interface Technology*. Retrieved in August 2017 from <http://www.kurzweilai.net/musk-launches-company-to-pursue-neural-lace-brain-interface-technology>.

Wikileaks (2017): *Vault 7: CIA Hacking Tools Revealed*. Retrieved in August 2017 from <https://wikileaks.org/ciav7p1/>.

Miloš Z. Agatonović
Kruševac Grammar School
Kruševac

ON THE FUTURE OF COMMUNICATION: IS THERE AN ALTERNATIVE TO SINGULARITY?

Summary: This paper deals with some possible consequences of the application of information technology which could be created in the future, conditioned by recent scientific-technological breakthroughs. The author pays special attention to the technology of artificial intelligence and the unmediated communication between man and computer, which could change the ways of communicating, but also radically change people's lives by changing their capacities, social-political relations and, in a peculiar way, the nature of the relation between man and technology. Therefore, the author tried to point to the main reasons for concern regarding the application of advanced technology in communication, particularly when it comes to people's safety and freedom. According to the author's opinion, the society should start paying attention to the risks of the application of advanced technology and acting in a way to make people's safety and freedom possible, but not by opposing to the technological progress that can not be stopped.

Key words: Ray Kurtzweil and singularity, artificial intelligence, Nick Bostrom, Elon Musk, Francis Fukuyama and the end of history, deep learning, quantum computing, Wikileaks "Vault 7".

Aleksandra N. Brakus
Visoka škola modernog biznisa
Beograd

УДК 316.723:316.77
316.32:316.77
316.325

ALTERNATIVNA KULTURA I MEDIJI

Apstrakt: Rad se bavi alternativnom kulturom i medijima u današnje doba. Alternativna kultura se vezuje za avangardni kontekst, tj. za protivstav etabliranom kano- nu u kulturi i umetnosti. Ona nastaje kao rezultat nezadovoljstva umetnika dominantnim modelima kulturne i političke prakse. Postojanje svesti o potrošačkoj kulturi izaziva po- trebu za reagovanjem na postojeće stanje. Alternativa ne prihvata vrednosti vladajuće kul- ture, već ukazuje na drugačije mogućnosti pokazivanjem razlika i upućivanjem na prave etičke i estetske vrednosti. Medijska kultura je dominantna u savremenom dobu. Televizija je omogućila prikazivanje rijaliti programa koji su postali slike bizarnih performansi. Postavlja se pitanje: Šta je danas alternativa? Novi načini komuniciranja i razvoj tehnologi- je zahtevaju novo stvaralaštvo koje pokušava da prevaziđe i sam jezik kao srž tradicionalne kulture. Cilj alternativne kulture jeste težnja za promenom individualne i društvene svesti, kao i ostvarivanje rezultata alternativnih stvaralaca u oblasti kulture i umetnosti.

Ključne reči: alternativna kultura, alternativa, mediji, potrošačko društvo, medijska kultura.

UVOD

Pojam 'alternativa' odnosio se na sve drugosti kulturalnog domena. Alternativne kulture imaju vrednosnu dimenziju u značenju za društveni kon- tekst. Ovaj termin se odnosi na kulturalne fenomene, koji su nastali kao reakcija na postojeće društvene konstrukcije. Predstavlja konstruktivno kritičko mišljenje alternativne kulture u odnosu na dominantne tokove društva. Kritičke prakse alternative se odnose na stanje društva u sistemu, na nova tumačenja potkulture i društvenog konteksta.

Kultura (lat. cultura – negovanje, gajenje, poljoprivreda) je sveukupnost ljudskih ostvarenja i artikulacija, njegovih istorijskih, individualnih i zajednič- kih, praktičnih, estetskih i teorijskih, kao i mitskih i religioznih oblika izražavanja. Pojam, dakle, obuhvata kako kulturu stvaranja (grč. poiesis) tako i kulturu delanja u etičkom smislu (grč. praxis). Od kulture zavisi stvaranje opštih duhovnih vred- nosti. Od nje se očekuje da otvara vidike ka višem, čistijem i duhovno svetlijem svetu. Primaran cilj kulture je da deluje oplemenjujuće na ljude, sa krajnjim ciljem

da omogući humanost kao sveopšti interes duhovnosti. Od antičkog vremena pozorište zauzima posebno mesto u razvoju civilizacije. Ono je na specifičan način doprinosilo humanizaciji i estetskom oplemenjivanju ljudi. U današnjim uslovima, sa razvojem potrošačkog društva, dolazi i do promena stavova prema kulturi i umetnosti i njihovom mestu u životu pojedinca.

Centar svega je u kulturi i u onome kako se ona transformisala i borila za svoje postojanje. Kultura je oduvek bila poprište ne samo umetničkih nego i društvenih eksperimenata. Kada nije postojao politički interes da se vlast umeša u kulturna događanja, postojala je unutrašnja (individualna) potreba za prikazivanjem. U kulturi su se ispitivale granice i priroda političkih i društvenih promena (Šešić, Dragičević 2012: 9).

Pitanje koje se postavlja u radu jeste: šta je danas alternativa u odnosu na popularnu kulturu?

Alternativna kultura predstavlja izraz suprotstavljanja dominantnoj i masovnoj kulturi i umetnosti, polazeći od protesta prema vladajućoj umetničkoj normi. Alternativni umetnički izrazi uspostavljaju nove odnose i komunikacije sa društvom i okreću se ka stvarnosti.

Umetnička alternativa donosi duh bunta i revolta koji se odnosi na umetničku strukturu, ali i na samo društvo.

Sam pojam umetničke alternative nastaje šezdesetih godina XX veka unutar radikalnog društvenog pokreta, kome su pre svih drugih pristupili umetnici i intelektualci i, s malim izuzecima od zemlje do zemlje, može se reći da su ga oni upravo i činili (Šešić, Dragičević 2012: 17).

U današnje vreme nove tehnologije su odigrale presudnu ulogu ne samo u napuštanju tradicionalne kulture, već i u stvaranju nove masovne kulture. Ova kultura postaje osnova celokupne kulture našeg vremena. Tehničke mogućnosti širenja simboličkog sadržaja prate tendenciju bezlične masovnosti, mediokritetstva i amaterske agresivnosti. Industrija svesti natura homogenizovanu, uprošćenu i lažnu sliku sveta. I zato se i našla u velikoj blizini modernog primitivizma uvek kad je izbegavala ozbiljan susret sa slobodom i sa istinom i sa lepotom. Što je najgore, nove tehnologije (masovni mediji, mobilni, internet i društvene mreže) mogu delovati i kao forma održivosti, naročito u onim društvima u kojima se oseća nedostatak obrazovanja i kritičkog mišljenja (Božović 2015: 14–15).

FENOMEN ULICE KAO KULTURNOG PROSTORA I MESTA STVARANJA UMETNOSTI

U XIX i XX veku umetnost biva izmeštena van institucija kulture. Ulični i gradski mediji predstavljaju svojevrsni odraz gradske kulture, odnosno kulturnog i umetničkog života ljudi u toj zajednici. Postojanje prostora za ostvarivanje

promovisanja kulturno-umetničkih ostvarenja svakako je jedna od premisa na osnovu koje se može graditi dalja kulturna funkcija ulice.

Na primeru Bena Vilsona, čoveka koji je oživeo trotoare, možemo videti koliko je ulica dobar kulturni medij.

Ovaj Britanac počeo je 1998. godine da oslikava žvakaće gume zalepljene za trotoar, tako što bi ih prvo zagrejao, zatim stvrdnuo, a onda ukrasio akrilnim bojama. Do danas, stvorio je preko 10.000 ovih malih „umetničkih dela”, a o njemu su izveštavale mnoge svetske medijske kuće, uključujući i britansku i južnokorejsku nacionalnu televiziju.

Ben Vilson kaže da on, „za razliku od grafiti-umetnika, ne kvari izgled ulica” i da je ovo što on radi „mnogo suptilnije od grafita”. To svakako potvrđuje i činjenica da je za ukrašavanje jedne žvake potrebno od dva sata do tri dana.

Grupa uglednih engleskih naučnika iz Kraljevskog društva hemičara je ponudila novčanu nagradu prvoj osobi koja ih dovede do ovog umetnika, jer su želeli da za njih oslika 118 poznatih elemenata Periodnog sistema na pločnicima Londona. Ben Vilson je to i uradio – sada i njegovi radovi, na svoj način, doprinose popularizaciji umetnosti. Svoja minijaturna umetnička dela naslikao je na pločniku ispred ulaza u Arhitektonski fakultet, ispred ulaza u Kulturni centar REX, kao i ispred Kulturnog centra Beograda (Pajović 2017).

U srednjem veku ulice i trгови dobijaju izuzetnu komunikacionu moć. Oni su se pokazali kao novi medijski prostor gde se komunicira, primaju i razmenjuju informacije, odvijaju kulturno-umetnički događaji.

Kulturni događaji na ulicama su posledica društvenih okolnosti, gde je gradskom stanovništvu bilo moguće da prisustvuje kulturnim dešavanjima koja su se u srednjem veku odvijala u dvorovima i manastirima. Kulturni događaji igraju veoma važnu i kompleksnu ulogu u gotovo svim segmentima društva. Oni su egzistirali kroz ljudsku istoriju sve vreme i u svim kulturama. Tokom devedesetih godina zapaža se pojava industrije kulturnih događaja. Ono što je sigurno jeste da događaji imaju pozitivan uticaj na lokalnu zajednicu.

Turistička industrija je umnogome preokupirana prevazilaženjem tradicionalnih „sezonskih problema”. Snažna prednost turizma događaja se ogleda u sposobnosti da privuče posetioce u vansezoni (Ljubojević, Andrejević 2002: 43). Privlačenje posetilaca omogućava povećanje iskorišćenosti kapaciteta i dodatnu ekonomsku korist. Kulturni turizam predstavlja jednu od najbrže rastućih industrija u svetu. Turizam bez kulture ne može. Uloga kulture je velika i prilikom organizovanja događaja i njihovog promovisanja. Dobro iskorišćeni kulturni potencijali jedne zajednice mogu joj omogućiti veliki profit i pomoći njenom razvoju. Potrebno je da se formira strategija kulturnog razvoja i da dođe do međusektorske saradnje, da zajednica shvati značaj koji ima od kulture i turizma i organizovanja događaja koji bi kod turista i publike postigli satisfakciju.

Korišćenje ulice za promovisanje umetničkih dela podstiče i činjenicu da svi

улични događaji stvaraju izvanredan osećaj zajedništva, podstiču ljude na još veće angažovanje. Rehabilitacija ulice kao mesta umetničkog dešavanja doprinela je da se i neke grane umetnosti koje su ranije podrazumevale samostalni stvaralački rad u izolovanim ateljeima – slikarstvo, na primer, vrate slobodnim formama sa učešćem građana. Tako je u ovoj oblasti ostvaren veći broj hepeninga i akcija, koji su samo jednim delom bili nosioci političkih zahteva ili društvene kritike, dok su drugim bili umetničko-učesničko-stvaralačkog karaktera, insistirajući na participaciji publike u umetničkom činu.

Takođe, Liu Bolin je napravio projekat „Sjedinjen sa svetom”.

Možda za njega niste čuli, a verovatno ga niste videli – pa makar stajao tik ispred vas. Jedini pravi „nevidljivi čovek”, „umetnik/kameleon” koji se stapa sa okruženjem, a uvek na mestima koja su u žiži javnog interesovanja – šaljući tako specifičnu poruku. U početku, dok „se izlagao” samo u Kini, svoj rad je predstavljao kao borbu protiv države i sistema koji pokušavaju da suzbiju umetničke slobode i ne cene uvek umetnost onako kako bi trebalo.

Godine 2005. kineske vlasti su zatvorile Liuov umetnički studio u Pekingu – „u to vreme, savremena umetnost se brzo razvijala u Pekingu, ali Vlada nije želela da se umetnici kao što sam ja okupljaju i žive zajedno. (...) Situacija u Kini je vrlo teška za umetnike i zatvaranje studija je bila direktna inspiracija za projekat 'Skrivanje u gradu'. Iako se projekat uglavnom sastoji iz toga da on stoji, a njegovi asistenti na njega nanose boju, vrlo je jasno čitljiv tihi protest koji služi kao podsetnik – prvenstveno na to kako današnja zajednica zaista izgleda i koji sve problemi postoje” (Pajović 2017).

U današnjim urbanim centrima projektuju se pešačke zone, ili se pojedini delovi ulice zatvaraju da bi se formirali tržni prostori na kojima se okupljaju ljudi i komuniciraju. Važno je da se taj prostor obogati i pokaže pravu kulturu i tradiciju te sredine. Pored toga, veoma je važno da se angažuju i institucije kulture i da se otvore prema ulici promovisanjem kulture, informisanjem i prisustvom u svakodnevnom životu ulice izlaganjem eksponata, približavanjem institucija kulture uličnom prostoru i ispunjavanjem odgovarajućim kulturnim sadržajima.

Dvadesetih godina prošlog veka avangardni umetnici su insistirali na tome da umetnost treba da bude dostupna na svakom koraku. Vodili su se porukom „Umetnost na ulicu!”. U svojoj nameri su uspeali. Danas imamo umetnost na svakom koraku, bilo da se ona ispoljava kroz reklame, bilborde, plakate ili kroz različite kulturno-umetničke sadržaje koji se dešavaju na ulicama i trgovima..

Ulična umetnost je nastala na javnom prostoru, a motivi i tehnike ulične umetnosti mogu biti različiti. Ulični grafiti predstavljaju umetnički način da se pošalje poruka na javnim površinama, u pisanoj ili likovnoj formi. Reč grafiti je nastala od italijanske reči *graffito* što znači škrabati, a koren vuče od stare grčke reči *graphein* koja znači pisati. Savremena istorija grafita je počela kada grafiti počinju da se javljaju po njujorškom metrou.

Mnogi smatraju grafite za umetničko delo, dok je u mnogim zemljama ovakav način umetničkog izražavanja zabranjen zakonom i tretira se kao vandalizam.

ZAKLJUČAK

Kulturni događaji kao globalni fenomen uvek su bili atraktivni za ljude. Oni predstavljaju privremena događanja i predstavljaju jedne od najuzbudljivijih događaja.

Tradicija uličnih zabavljača – artista, pantomimičara, muzičara i glumaca – naglo je oživela sredinom šezdesetih godina upravo u velikim urbanim centrima kao što su Njujork, Pariz, London. Ulicama ponovo idu verglaši, gutači vatre i kidači lanaca daju svoje predstave na trgovima (ispred Centra „Žorž Pompidu” u Parizu, na primer), a u takozvanim studentskim četvrtima mogu se sresti saksofonisti, gitaristi, pa čak i violončelisti i flautisti koji sviraju sve, od klasične muzike i džeza do folklora (Šešić Dragičević 2012: 35).

U današnje vreme kulturni događaji su povezani i sa porastom značaja većeg broja turističkih putovanja i većeg broja turista. Ako posmatramo sa stanovišta marketinga i odnosa s javnošću, kulturni turizam i menadžment događaja služe poboljšanju imidža jednog mesta, regije ili države. Pozicioniranje određenog kulturno-turističkog događaja u svesti potrošača postiže se korišćenjem marketinških komunikacija i uspostavljanjem odnosa lojalnosti sa određenom ciljnom grupom.

Umetnici sa svojim delima imaju zadatak da lokalne potencijale aktiviraju i učine ih atraktivnim za publiku i turiste, kao i za lokalno stanovništvo. Ako turističko-kulturne potencijale očuvamo za nove generacije turista i lokalno stanovništvo, dobićemo održivi kulturni turizam.

Alternativna kultura je način da umetnik iskaže sebe i svoje stavove i nezadovoljstvo dominantnim modelima kulture i političke prakse. Potrošačka i medijska kultura predstavljaju dominantnu današnju kulturu u kojoj je novac merilo uspeha, a modeli sa modnih pista i reklama su uzori mladima u izgledu i načinu oblačenja. Današnja kultura postavlja standarde koje je skoro nemoguće pratiti, ona uvek traži još. Tržište i potrošačka kultura je nešto što se promovise putem medija. Mediji kreiraju današnju kulturu.

Ulica i trgovi su izuzetno dobro mesto da se predstave druge vrednosti, umetnici kroz svoja dela mogu da promovisu alternativnu kulturu. To može biti veoma zabavan i edukativan događaj koji će komunicirati sa puno ljudi.

Cilj je da se pokaže da ne moraju svi biti isti, isto obučeni i kopirati televizijske zvezde, već da svako ima pravo na različitost.

Mnogi od umetnika koji predstavljaju svoja dela na ulici su samo nastavljači srednjovekovne tradicije. Neki od njih pripadaju kontrakulturnom pokretu i ispoljavaju svoje stavove putem izlaganja svojih dela.

Ali ono što moramo uzeti u obzir jeste da je savremena kultura uhvaćena u mrežu ideološko-komercijalnog i tehnicističkog varvarstva i da ostaje daleko od čovekove samorealizacije sudbinskih pitanja i od strukturalnih društvenih promena. Preovlađujući duh savremenosti podržava najviše masovna kultura, kojoj, čini se, više odgovara ovakvo stanje gde se održava simulacija zavodjenja nego otrežnjujuće saznanje i kreativnija imaginacija.

LITERATURA

Božović (2015): Ratko Božović, *Paradoksi medijske slobode, Medijska kultura*, Novi Sad: Sputnik.

Flaker (1984): Aleksandar Flaker, *Poetika osporavanja*, Zagreb: Školska knjiga.

Pajović (2017): S one strane umetnosti, *Wannabe magazin*, 2017. Retrieved in December 2017 from <http://wannabemagazine.com/s-one-strane-umetnosti/>.

Saveski (2006): Zoran Saveski, *Avangarda, alternativa, film – kulturološki aspekti alternativne umetnosti na primeru filma*, Beograd: Dom kulture „Studentski grad”.

Šešić Dragičević (2012): Milena Šešić Dragičević, *Umetnost i alternativa*, Beograd: Clio.

Aleksandra N. Brakus
Modern Business School
Belgrade

ALTERNATIVE CULTURE AND MEDIA

Summary: The paper deals with alternative culture and media in the contemporary world. Alternative culture is related to the context of avant-garde, i. e. to the opposing attitude towards the established canon in culture and art. It occurs as a result of artist`s discontent with dominant models of culture and politics. The awareness of consumer culture causes the need to respond to the current situation. The alternative culture does not accept the values of the dominant culture; instead, it points to different possibilities and supports real ethical and aesthetic values. Media culture is dominant in the contemporary world. Television has been broadcasting reality programs that have become the image of bizarre behavior. The question is: What is alternative today? New ways of communication and the development of technology require new forms of creativity which tend to overcome the language itself as the essence of traditional culture. The goal of alternative culture is to influence individual and social consciousness, in the field of culture and art.

Key words: alternative culture, alternative, media, consumer society, media culture.

Борис Р. Братина
Универзитет у Приштини
Филозофски факултет
Косовска Митровица

УДК 316.776:004]:316.75
316.776:1
004.738.5:004.92]:316.776.3

Оксана А. Братина
Центр медиафилософије
Санкт Петербург, Русија

ИДЕОЛОШКА ПРИРОДА МЕДИЈА НА ПРИМЕРУ ВИДЕО-ГИФА

Ајсџиракџи: Медијска слика – слика посредована медијским средствима – у одређеној мери уобличава појединачни и групни идентитет. Ван сваке реалне сумње, медији су техничка средства која преносе идеолошке конструкте власти. Видео-гиф је медијски израз стваралаштва саме публике, сачињен размерно доступним средствима, са циљем да захвати бит неког актуелног догађаја. То су нискоквалитетна изобразења која преплављују интернет – реч је о нејасним, монтираним, скраћеним или мултипликованим ситуацијама. Изучавање форми медијских средстава неопходно је за разумевање савремене друштвене стварности и разоткривање алгоритама творења нових историјских митологема, који смерају или на промену или на кварење представљања реалног (колико га има). Релативно стари/нови појмови као што су „медијска револуција”, „медијски рат”, „медијски херој” или „медијска личност” упозоравају на постојање нове историјске стварности с новим историјским личностима.

Кључне речи: медијска слика, видео-гиф, идеологија, друштвена свест.

Изучавање форми медијских средстава данас се подразумева као неопходно за разумевање савремене друштвене стварности и разоткривање алгоритама творења нових историјских митологема, који смерају или на промену или на кварење представљања реалног (наравно, утолико уколико се о реалности уопште може говорити). Релативно нови појмови као што су медијска револуција, медијски рат, медијски херој или медијска личност упозоравају на постојање нове историјске стварности с новим (новокомпонованим, sic!) историјским личностима које често не постоје. У једном другом важном смислу, пример таквих личности могу бити Едвард Сноуден (човек који је доказао Великог Брата и то да он не живи у Москви), Џулијан

Асанж (човек који је медијски разоткрио злочине и интелектуално-технолошка средства Империје), Жереми Симерман (човек који је показао технику унутар самих апарата који омогућавају одузимање приватности) или Марк Цукерман (власник Фејсбука).

Медијска слика – слика посредована медијским средствима – у одређеној мери уобличава појединачни и групни идентитет. Ван сваке реалне сумње, медији су техничка средства која преносе идеолошке конструкте власти. Овде пре свега имамо у виду „најактуелније”, „ултимативне” носоце дејства: интернет, телевизију и мобилни телефон (рачунајући ту њихове smart варијанте). Медијска слика формира општа и појединачна мњења у погледу разних питања, управљајући и усмеравајући конструкцију представљеног, као и суд о њему. Како је зависност постмодерног субјекта од медија драматично већа у односу на раније епохе, питање односа према ономе што они испостављају утолико добија на значају.

Видео-гифови су размерно нови феномен унутар медијског пространства, који демократично и популарно, обично невеликим средствима продукује распрострањивање одређених идеја и мњења.

У свом есеју из 2012. године „У заштиту видео-гифова” (Штејерл 2012) медијски експерт Хито Штејерл осмислила је значај појаве којој она даје назив „лоше слике” (poor image). Реч је о нејасним, монтираним, скраћеним, нискоквалитетним изображењима која преплављују интернет.

Ширење одређеног медија, као и уметничка, друштвена и политичка иницијатива аудиторинума, везана је непосредно са технолошким развојем: то је таутологија, опште место у „кризи општих места”. Данас у сваком савременом мобилном телефону постоји камера високе резолуције, па је отуда сасвим лако снимати случајне или игране визуелне моменте, или монтирати и ретуширати било какву фотографију или филм. Исто тако је једноставно постављати сопствена изображења на интернет. Је ли то слобода израза или тек визуелни мамац за губљење времена?

Такође, друштвене мреже као што су Facebook, vk, WhatsApp, Viber или Telegram Web постале су доступне и брзе, а на порталима за разговор више се „размене” врши сликама (стикери, смајлови и мемови) него текстом – оне су постале далеко ефективније. Рецимо, Инстаграм представља еклатантан пример симболичке социјалне размене у равни визуелног; ту су историја, прошлост, биографије, значајни догађаји и окружење готово у потпуности изражени фотографијом. За сваког постоји слика, анимација, screenshot, видео-клип или „аватар” који нас заступа у комуникацији са другима.

Производња висококвалитетног кинематографског продукта увек је била везана за систем скупе културе, висококвалитетне студијске продукције и култа оригинала. У скупим блокбастерима или сјајним журналним помоћу „лепих слика” преносе се, као и у видео-гифовима, идеје среће и

успеха, наравно повезане са куповином неке ствари. Визуелно данас, као и увек, служи богатству и моћи.

У складу са тим, ниска средства потребна за прављење видео-гифова могу, наравно, неограничено расти у складу са утицајем који медиј тренутно има међу другим медијима. Он ће по себи, тј. као медиј, у сваком случају бити врло брзо презасићен најскупљим варијантама у оквиру свог домена, па је тако и са видео-гифовима. Веће, оптимизоване инвестиције имају већи идејни и идеолошки утицај. Медиј је служио новцу, а оно уметничко у њему било је увек потиснуто на маргину или искоришћено у сврхе прихватљивости за циљану конзументску групу. Досад, изгледа да све што може креирати даровити појединац владајући систем може репродуковати и искористити за сопствене циљеве. Видео-гиф, опет, бар привидно руши хијерархију; интернет-мемови ослањају се управо на мрежну нетржишну солидарност. Висококвалитетни медији увидели су опасност у „визуелном андерграунду”, који у суштини изражава поливалентни интерес и протест публике.

Овде се може говорити и о пиратским копијама иначе квалитетних продуката, које систем покушава да држи под контролом, као и о пропасти „светог оригинала”. На пример, раније у СССР-у није свако могао да наслика Лењинов портрет него само изабрани сликари; дете у школи није смело да нацрта слику Владимира Иљича на дан велике Октобарске револуције. Данас више не постоје неприкосновени ликови – све је сада могуће прецртати, набавити, критиковати, или му дати романтичан или комичан вид. Појмови „оригинал” и „копија” сасвим су релативизовани. Сваки резултат бесконачно се редигује, имитира, репродукује, допуњава, умножава итд. „Видео-гиф нема никакве везе са реалношћу. На место тога, он устројава сопствену истину и услове бића” (Штејерл 2012). Штавише, он управо саздаје своју реалност, јер је стварност његових услова „тврдо” реална.

Медији постоје једино у перманентној трансформацији; они су налик филмској траци, која може просто стајати, али коју можемо резати, извртати је као Мебијусову траку, па изнова спајати и изнова показивати. Финалног кадра нема као што нема ни једног режисера или аутора сценарија – у томе је привлачност видео-гифова. Он је отворен за стваралаштво маса, речено бењаминовски. Видео-гиф емергира као муња већ довршених и/или других догађаја. Аутор овог или оног популарног клипа може напросто не поновити свој претходни успех, јер ту нема ни угледа, ни престижа, ни стабилног рејтинга (узгред, ни новца). Ту нема постојаног стваралаштва, но свака идеја на ма какву тему може бити показана тако тачно и прецизно да ће је погледати милиони, што у једном тренутку доводи до резонанције, мултипликујућег ефекта и повишења флукса општења носећим медијем.

Видео-гиф нас, такође, уводи у реалност карневала помоћу својих маски и супротстављањем забранама и херархији (Штајн 2012). Као и

карневал, он је „враг сваком овековечавању, довршавању и крају” (Бахтин 1965). Последично, видео-гиф истовремено носи идеолошку поенту. Он у својој промени никада није раван оригиналу и увек собом носи неопходне метафоре и метонимије. Оригиналa нема, јер филм није сам по себи оригинал него копија. Његове маске рађају се у некој врсти ослобађајућег процеса. Штејерлова пише: „Трошећи своје визуелно тело, он се преобраћа у политичку моћ” (Штејерл 2012). И заједно са тим, у видео-гифу увек постоји предвиђена празнина, коју је могуће испунити сопственом интерпретацијом. Видео-гиф је на својеврстан начин налик карневалској маски или костиму.

Најпознатија маска у наше време је маска-лице Гаја Фокса из филма *V For Vendeta*. „Маска Гаја Фокса је парадигматични пример теме-а, који је доживео звездану каријеру на простору бројних политичких иницијатива” (Штејерл 2012). У филму она симболизује анонимни протест против тоталитарног система (већ пет година и слепима је постало јасно и где Велики Брат живи). Узгред, овај лик је као свој лого узела хакерска организација Anonymous, иступајући против политике ауторских права у САД. Овај смицао поменуте маске постао је транспарентан свим учесницима разних покрета, од покрета Occupy Wall Street до митингаша на тргу Балатној у Москви.

Видео-гифови могу бити двоструко „опасни”; они не само да потпомажу стварање личног света илузије, већ су истовремено одани агенти глобализације. Доступност смењује бесконачно понављање – отворени разговор води се речима мржње. „Спољашњи утисак наместо дубине. Заслепљеност сјајем наместо самосвести” (Штејерл 2012). То су формуле естетичке продукције. Видео-гиф може бити о ма чему, макар обично понављање нечег предходног, а већ том рудиментарном могућношћу увек изнова новог допуњавања он, заједно са укупношћу свих медија, показује тенденцију према једној бесконачној и бесмртној реалности.

Видео-гифови су, дакле, део једне шире друштвено-политичке силе, створене за преустројавање реалности. У савременом свету „бујају” уметничке иницијативе публице/масе – и читалачке, и гледалачке, и списатељске. Сви себе сматрају писцима, песницима, фотографима или режисерима (сматрали би они себе и филозофима да је филозофија у моди). Технички напредак допушта свакоме да се литерарно изражава, да снима мале филмове, да ради анимације или фотографише.

Графоманија и фотоманија неаутентично се шире и заузимају територију дојучерашњег истинског уметничког простора. О смрти аутора говорило се још пре пола века, када се у Јапану приликом доделе једне књижевне награде испоставило да је у тзв. ужи избор ушла и прича „Дан када компјутер буде написао роман”. Прича је прошла конкуренцију 1450 кандидата. Аутор приче био је дословно „Нечовек” – тако се назива програм,

који још не представља вештачку интелигенцију у пуном смислу, али томе свакако стреми. Стивен Индерман, шеф програмерске компаније Artificial Intelligence, уверава нас о брзом развоју машинских алгоритама на том пољу у блиској будућности. При писању приче задају се суже и алтернативне ситуације, а „Нечовек” прави избор и производи нове заплете. На такмичењу је учествовало још 11 робота, али они нису прошли у финале. Уистину, ми можемо говорити о реалности робота који састављају документацију или који анализирају већ написане текстове, но чини се да је тешко говорити да је у нашем примеру реч о стваралаштву.

Уопште, чини се готово сасвим извесним да савремени медији стране идеалу Лајбницевог монадолошког система функционисања. Наиме, свако са сваким може бити у контакту, али једино и искључиво преко „врхунске монаде”. Она преноси садржаје од корисника до корисника и ништа осим онога што „врхунска монада” преноси не улази у садржај појединачних, тако да монаде заиста „немају прозоре”. Другим речима, оне немају независну комуникацију, која је и тако под строгим контролом централне монаде и као таква једино могућа (Братина 2013).

Овакав модел режима рада савремених медија видимо да не подржава слободну комуникацију корисника медија, него напротив циљану и детаљно надзирану размену садржаја, тј. размену оних садржаја који су пожељни да се размене – то бисмо могли назвати империјалним моделом општења. Такође, ни тзв. велики Други није уклоњен, иако је већ отприлике 120 година званично Бог мртав, и то не само у филозофији. Није, јер надзирућем систему није у интересу да се овакав тип оперативности уклони. Напротив, „Ниче је мртав (у потпису) Бог”, само са једном разликом: на место Бога данас имамо „свети” Google, који представља ту централну монаду која све види и све зна. Какве су могућности еманципације од оваквог ропства још није сасвим јасно, као ни то да ли ће се еманципација догодити „помоћу ропства” (Хегел, Маркс).

Усред све те заплуснутости садржајем, сусрећу се и тзв. добре идеје. Видео-гиф, као и ма који медиј, начин је да се одређеним материјалом дође до некаквог израза колективних идеала, па и идеала маргинализованих група. Видео-гиф је медиј за оне чији се глас не чује или им је затворен приступ другим медијима и чије стварање се не заснива на принципима тржишне рационалности, оправданости или користи, бар у изворној форми. Другим речима, такав видео-гиф настао је од онога што је остало од приватне сфере човека. Приватна сфера, поменимо и то, заправо је заложена интернету у замену за популарност. На пример, много је нарцисоидних егзибициониста који читава свој живот снимају и у живом преносу приказују се на некаквом блогу (life online). За разлику од оваквих бизарности, ствар стоји сасвим другачије када су у питању „озбиљне ствари”, на пример новац, или када из

вама потпуно непознатих разлога постанете занимљиви тајним службама и организацијама. Тада се људски живот може лако претворити у пакао.

На питање „Шта сте свим тиме добили?“ новинара Мартина Кнобеа (Martin Knobbe) и Јерга Шиндлера (Jörg Schindler) за немачки *Der Spiegel*, Едвард Сноуден каже: „2013. јавност је упозната са оним што је било забрањено. С тим да руководство САД може све о вама сазнати напросто из вашег налога на Gmail-у. О томе да им није потребан никакав легални налог да то учине...” (Сноуден 2017).

Но, то су ређи случајеви упркос својој бројности; обично људи потпуно сами и не размишљајући о последицама остављају велику количину личних информација на апликацијама као што су Facebook, Google или Instagram, где добровољно прихватају све услове уговора о коришћењу апликација.

Једна од особености медијске реалности јесте одсуство сваког покушаја да се маске збаце. „Одричући се сваке традиције, националне културе и ауторских права, ови медијски производи шире се као заводљиви мамци” (Штејерл 2012). Драма се преобраћа у комедију, лично у јавно, а маска у лице. Ништа није реалност, али је све реално. А када је све реално, онда ништа није реално. На томе живи свеприсутни свет илузије: све што се ту приказује није реално и само је то реално. Видео-гиф минималним средствима промовише случај и могућност немогућег. Његова реалност долази и отуда што његово појединачно трајање (колико једна реклама или обичан прилог на вестима) одговара просечној интелигенцији. И, каква год да је, „реалност” се увек испрва прихвата као истина.

Медији у веку друштвених мрежа, таблета, смартфонова, блогова и дронова који wi-fi шаљу право с неба, живе на површини (или обрнуто, на дну) смисла који нас пуни сликама са социјалним, трговачким и идеолошким садржајем. Међутим, он у себи утеловљује и једну од универзалних идеја – Ви, човек-маска из *V For Vendeta*, говори свом убици: „Под том маском има нешто што је веће од тела. У њему је идеја. А идеје не умиру.”

ЛИТЕРАТУРА

Бахтин (1965): Михаил Бахтин, *Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса*, Москва: Художественная литература.

Братина (2013): Борис Братина, *Теория одного дня: тотальный контроль?*, Санкт Петербург: Acta Eruditorum.

Сноуден (2017): Я не российский шпион, *Газета*, Ru 2017.08.09. Retrieved in January 2018 from https://www.gazeta.ru/politics/news/2017/09/08/n_10543604.shtml.

Штайн (2012): Оксана Штайн, *Маска как форма идентичности: введение в философию образа*, Санкт Петербург: РХГА.

Steyerl (2012): Hito Steyerl, *The Wretched of the Screen*, London: Sternberg Press.

Борис Б. Братина
Универзитет Приштина
Факултет философије
Косовска Митровица

Оксана А. Братина
Центр медиафилософије
Санкт Петербург, Русија

ИДЕОЛОГИЧЕСКАЈА ПРИРОДА МЕДИЈА НА ПРИМЕРУ ВИДЕОГИФА

Резиме: Медијаобраз – образ, транслируемији посредством медија, формирујући индивидуалну и групову идентичност. Медија – технички средства, учествујуће у трансляцији идеолошких конструкта власти. Видеогиф – пример медијаобраза, проявление творчества аудитории, созданныи доступными средствами и ухвативший суть актуального события. Это низкокачественные изображения: самодельные видеоклипы; сюжеты, заснятые на мобильный телефон; gif-анимации, использующиеся в социальных сетях для выражения эмоций; мемы; юмористические коллажи. Изучение медијаобразов необходимо для понимания современной социальной действительности и раскрытия алгоритмов создания новых исторических мифологем, направленных на изменение, а иногда и на искажение реальных образов. Новые понятия ”медиаареволуция”, ”медийные авоины”, ”медтагерой”, ”медийная персона” говорят о становлении новой исторической действительности с новыми историческими персонажами.

Ключевые слова: медијаобраз, видеогиф, идеологија, общественное сознание.

Dragan R. Ćalović
Megatrend univerzitet
Fakultet za umetnost i dizajn
Beograd

УДК 316.774:659.3/4

ALTERNATIVNA MEDIJASFERA

Apstrakt: Tekst nudi teorijski doprinos razvoju kategorije alternativne medijasfere. Osnovni cilj teksta je određenje samog koncepta alternativne medijasfere, te utvrđivanje njenih bitnih odlika. Alternativna medijasfera shvaćena je kao specifična kritička medijasfera koja stoji izvan dominantnih uticaja. Razumevanje ove specifične medijasfere dovedeno je u vezu sa razumevanjem alternativnih društvenih odnosa. Tekst nudi odgovore na sledeća pitanja: Šta je ono što alternativnu medijasferu čini alternativnom? Šta bi alternativna medijasfera uopšte mogla biti? Da li nam je alternativna medijasfera potrebna i, ako jeste, kakva? Autor razvija stav da bi razvoj alternativne medijasfere morao biti doveden u vezu sa širim vizijama alternativnog društva. Tekst poziva čitaoca na izgradnju vizije novog, kooperativnog društva.

Ključne reči: alternativa, kritički mediji, medijasfera, promena, vizija.

Razvoj savremenih diskursa o medijima ide u korak sa postavljanjem pitanja o mogućim alternativama postojećim odnosima u ovoj oblasti. Bez obzira na to da li je reč o studijama medija, shvaćenim u najširem smislu, uključujući ovde teoriju medija, filozofiju medija, sociologiju masovnih komunikacija, komunikologiju itd., ili pak o disciplinama koje iz različitih uglova i s posebno postavljenim fokusom zahvataju i oblast medijskog delovanja, kakav je slučaj sa etnologijom, psihologijom, pedagogijom itd, ili pak o različitim društvenim pokretima i aktivističkim programima, promišljanje alternativnih medija, te predlaganje mogućeg koncepta njihovog ustrojstva i rada, tokom prethodnog veka nije gubilo na aktuelnosti.

U prilog ovome svedoči i veoma bogata literatura koja obrađuje ovu problematiku. Na ovom mestu navedimo samo neke od opsežnijih studija sprovedenih u ovom smeru, kao što su: Atton, C. (2001). *Alternative media*, London: Sage; Atton, C. (2005). *An alternative internet*, Edinburgh, UK: Edinburgh University Press; Downing, J. D. H. (1984). *Radical media: The political experience of alternative communication*, Boston, MA: South End Press; W. de Jong, M. Shaw & N. Stammers (eds.) (2005). *Global activism, global media*, London: Pluto Press; Langlois, A. & Dubois, F. (eds.) (2005). *Autonomous media: Activating resistance*

and dissent, Montreal: Cumulus Press; Meikle, G. (2002). *Future active: Media activism and the internet*, London: Routledge; Van de Donk, W., Loader, B. D., Nixon, P. G., & Rucht, D. (eds.) (2004). *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*, London: Routledge; itd. Ovoj listi svakako treba dodati i kapitalni projekat objavljivanja *Enciklopedije mediја društvenih pokreta (Encyclopedia of Social Movement Media*, Downing, 2011), te читав niz naučnih i aktivističkih часописа посвећених расветљавању ове проблематике.

Уоцавање суштинског концепцијског неуспеха официјелних медија, из угла разумевања њихове улоге у јачању хуманистичких идеала и одбрани демократских односа у свим сферама друштва, усмерило је развој промишљања нових путева медијског развика у правцу заснивања својеврсног планетарног покрета трагања за алтернативом у области медијског деловања. Овај покрет битно се разликује од историјских покрета који су најављивали велике промене, управо по томе што не намеће општу сагласност, нити нуди јединствене одговоре/путеве/решења у превазилажењу уочене проблематике. Читав низ истраживачких пројеката на водећим научно-едукативним институцијама покренут је у циљу промишљања значаја и испитивања могућности рада алтернативних медија. Поред овога, током претходних деценија умножавали су се научни skupови, јавна излагања, tribine, округли stolovi и активистички апели посвећени овој проблематици. Трагање за алтернативом, на тај начин, на различитим нивоима темељено је у процесу аргументоване размene мишљења, искустава и визија.

Упркос чињеници да начелне сагласности у одређењу концепта алтернативних медија и разумевању принципа њиховог рада нема, уочава се снажно изражен став међу представницима научне заједнице, те припадницима друштено-одговорног дела јавности, који упркос централним друштвеним токовима нису одустали од хуманих вредности, да је алтернатива постојећим медијима, начинима њиховог деловања те односима у које ступају, потребна. Мислити алтернативне медије не значи поставити питање нових/друкчијих општа, могућности преноса информација и обавештавања јавности, већ трагање за визијама нових, праведнијих и пре свега хуманијих односа у друштву и препознавање путева њиховог достизања. Сузити промишљање алтернативних медија на промишљање алтернативних медија јавног комуницирања значило би унапред прихватити неуспех започетог поступка. Једнако овоме, свако свођење постављене проблематике на ниво партикуларитета, одређеног дисциплинарним оквирима посебних истраживачких приступа, водило би укидању тежње да се предузетим напорима отворе путеви истинске алтернативе. Једино конципирanjem могућности одржања и развика алтернативних принципа медијатизације у свим сферама друштеног организовања могуће је стати на страну борбе за општу хуманизацију друштва. Промишљање алтернативних медија, како би обезбедило ширину неопходног увида, мора, између осталог, укључити и разумевање могућности темељења и развика алтернативне медијасфере. Поставити питање алтернативне медијасфере значи прихватити став да развој алтернативних медија нужно захтева промене

na širem društvenom planu, koji prelazi okvire medijskog međudelovanja i društvenih uticaja kojima je rad mediја opredeljen, uključujući i promene u sferi interpretacije medijski posredovanih sadržaja i praksi.

Predlaganje koncepta alternativne mediјасфере nužno treba započeti analizom određenja samog pojma mediјасфере. U literaturi najčešće navođena definicija mediјасфере jeste da je to zbirna sredina (collective ecology) svetskih mediја, uključujući novine, časopise, televiziju, radio, knjige, pripovetke, reklame, mediјске izveštaje, blogosferu, te sve ostale štampane i emitovane mediје. Ishodište ovako postavljenog određenja najpre treba tražiti u komunikološkim interpretacijama mediјасфере, bitno usmerenim postavljenim disciplinarnim fokusom istraživanja. Određen orijentacijom na mediје javnog komuniciranja, diskurs komunikologije naglašava upravo one činioce mediјасфере koji su u najužoj vezi sa problematikom koju istraživači unutar ove discipline prepoznaju. Iako određenja koja se kreću u ovom smeru najčešće ne isključuju mogućnost šireg razumevanja pojma mediјасфере, ona orijentišu pažnju na mediје javnog komuniciranja, podvlačeći ili posebno naglašavajući njihov značaj/poziciju/učešće u razumevanju njenog koncepta, te sagledavanju glavnih tokova kretanja unutar nje. Ovakvim postupkom, složenost postavljenog koncepta u njegovom promišljanju najčešće ostaje zanemarena, svodeći delotvornost zaključka samo na određene aspekte njegovog razumevanja. Osim toga, naglašavanje značaja pojedinih činilaca oblikovanja mediјасфере perpetuiru naročitu *logiku hijerarhizacije*, reprodukujući zabludu o zasnovanosti argumenta kvantifikacije. Različite reinterpretacije pojma mediјасфере posebno su podržane mnogobrojnim istraživanjima unutar studija mediја, sprovedenim na nivou partikularno sagledavanog problema. Na taj način, određenje pojma mediјасфере biva prepušteno diskurzivnim previranjima, zamašnjajući potrebu razumevanja samog njenog koncepta.

Termin „mediјасфера” (mediasphere) uveo je krajem dvadesetog veka Džon Hartli (Hartley 2004), po uzoru na Lotmanov (Лотман) koncept semiosfere. Semiosferu Lotman određuje kao „[...] celokupni semiotički prostor koji postoji u datoj kulturi” (Lotman 2004: 185). Semiosfera, dakle, obuhvata celokupni prostor semiozisa, u koji je *potopljen* (Lotman) bilo koji posebni jezik, te koji upravo i može funkcionisati samo na osnovu uzajamnog delovanja s tim prostorom. Idući za ovako shvaćenim konceptom semiosfere, Hartli razvija pojam mediјасфере, kao manje *sфере* unutar semiosfere, a koja uključuje delovanje masovnih mediја, jednako onih koji proishode iz faktualnih, kao i iz fiksijskih sadržaja. U *Popularnoj realnosti* (*Popular Reality*, 1996), Hartli mediјасferu određuje ne kao virtuelni debatni forum, što bi pre odgovaralo konceptu javne sfere, već kao naročiti svet čitanja – „the world of the readership” (Hartley 1996: 122). Na ovakav način shvaćena mediјасфера zahvata *javnu sferu*, koja ne stoji zasebno, već je obuhvaćena širom *sferom kulturalnih značenja*, koja je i sama medijativizovana komunikacijskim kanalima. Koncept mediјасфере koji Hartli uvodi podrazumeva simboličku sredinu

koju karakterišu kretanja i promene, pre nego svrha i tradicija (Higgins 2008: 87), te koja je bitno određena suočavanjem snaga popularnog sa medijski posredovanim značenjima. U objašnjenju postavljenog koncepta, Hartli ukazuje na izvesna ograničenja ovog naročitog prostora reprezentacije, izražavanja i diskusije, koja nastaju kao rezultat njene uslovljenosti širim prostorom semiosfere, a koja uključuju faktore poput lingvističkih kompetencija i tehnoloških kapaciteta (Hartley 1996: 106).

Medijasferu, dakle, najšire treba shvatiti kao specifičnu sredinu čitanja medijski posredovanih i skladištenih poruka. Budući deo semiosfere, ova sredina uslovljena je okvirima kulturne proizvodnje značenja. Iako se u pojedinim interpretacijama, a u odnosu na savremene okolnosti razmene kulturnih uticaja, medijasfera neretko sagledava kao jedinstven planetarni prostor, ovu specifičnu sferu bi, prevashodno, trebalo shvatiti kao prostor omeđenog, difuznog i promenljivog širenja, koji stupa u interakciju sa drugim prostorima iste vrste, a čiji je pluralitet obezbeđen mnoštvom aktuelnih kultura i kulturalnih uticaja.

U kontekstu promišljanja alternative, zasnovano je postaviti pitanje postojanja/razvitka alternativne medijasfere. Da li je koncept alternativne medijasfere održiv? Šta je ono što bi alternativna medijasfera uopšte bila? Jednostavno svodeње alternativne medijasfere na sferu čitanja sadržaja posredovanih alternativnim medijima bilo bi preusko i neodrživo. Ovo pre svega iz razloga što je sferu uticaja alternativnih medija nemoguće posmatrati izvan njene interakcije sa medijima koji se u datim okolnostima najčešće opisuju pridevom *mejnstrim*.

Suprotno ovome, alternativnu medijasferu bi prvenstveno trebalo shvatiti kao sferu čitanja utemeljenu na vrednostima suprotstavljanja dominantnim kodovima, praksama i kulturnim uticajima. Za razliku od medijasfere, koja još uvek može podrazumevati selektivno ili potpuno saglasje sa silama dominacije, alternativna medijasfera pretpostavlja proizvodnju značenja koja se radikalno suprotstavlja pristanku na bilo kakvo potčinjavanje dominantnim interpretacijama medijski posredovanih sadržaja i praksi, ili njihovom prihvatanju kroz stupanje u *trgovinske* odnose sa silama dominacije. Alternativna medijasfera temelji se na beskompromisnom usvajanju humanih načela, zasnivajući čitalačke pristupe na kritici produkcije značenja i praksi, kojima se reutemeljuju sile dominacije. Alternativna medijasfera, na ovaj način shvaćena, izrasta na iskustvu alternativnih medija, šireći svoje delovanje i van opsega njihovog dejstva.

U cilju bližeg razumevanja ovako postavljenog koncepta, alternativnu medijasferu određujemo kao *nehegemonistički ustrojenu sferu čitanja, nehijerarhijske i visokoparticipativne razmene i širenja interpretacija, čija je produkcija utemeljena na kritičkim pozicijama i principu suprotstavljanja svakom obliku dominacije*. Na ovaj način definisana alternativna medijasfera odlikuje se, dakle: 1) odbacivanjem hegemonističkog stava i težnje za uspostavljanjem dominacije; 2) odbacivanjem hijerarhijskog ustrojstva; 3) obezbeđivanjem širokih okvira participativne

razmene i širenja interpretacija; 4) utemeljenjem na kritičkim pozicijama i principu suprotstavljanja značenjima i mehanizmima održanja dominacije.

Odbacivanje hegemonističkog stava i težnje za uspostavljanjem dominacije osnovni je uslov održanja, ali i uzrok utemeljenja alternativne mediјасфере. Zasnivanje alternativne mediјасфере upravo pretpostavlja uspostavljanje drugog/drukčijeg prostora interpretiranja mediјски posredovanih značenja i praksi. To nije potraga za redefinisanjem postojećih čitalačkih praksi, njihovim ukidanjem ili prevladavanjem, već ka otvaranju perspektive izbora. Upravo tragati za učvršćivanjem jednog suštinskog pluraliteta znači tragati za alternativom. Istorijski prevrati, revolucionarni pokreti, nasilna svrgavanja vlasti, u prošlosti su najčešće vodili nametanju nove dominacije, bitno utičući na razumevanje samog pojma alternative. Ipak, ovakvi preokreti predstavljaju jednostavnu preraspodelu pozicija moći. Promene na nivou strukture vlasti, izmene mehanizama njihovog održanja, učvršćivanje novih paradigmi objašnjenja stvarnosti, te interpretacije društvenih odnosa, dokle god ostaju na polarizaciji odnosa dominacije i podređenosti, ne predstavljaju suštinsku alternativu, već samo smenu snaga na poziciji moći. Nametanje nove, redefinisane, drukčije dominacije nije alternativa, upravo iz razloga što pretpostavlja održanje podređenosti na suprotnim pozicijama.

Otuda suštinski tragati za alternativom znači tragati za prevladavanjem svake dominacije. Odbacivanje dominacije jedini je put ka konačnom ukidanju podređenosti. U rasvetljavanju ovog procesa umnogome možemo zahvaliti Freireu i njegovom konceptu pedagogije potlačenih. Alternativa koju ovde predlažemo jeste obezbeđenje suštinskog pluraliteta neograničenog broja ravnopravnih mogućnosti. Ipak ne pluraliteta opcija, koje se nadmeću u osvajanju ograničene dominacije, saglasno tradicionalnom interpretiranju demokratskih odnosa, već upravo pluraliteta koji isključuje svaku borbu za (re)definisanje hijerarhije moći. Krenuti ovim putem znači krenuti u potragu za alternativom.

Na nivou doživljavanja mediјске stvarnosti, interpretiranja mediјски posredovanih značenja i praksi, ali i ustrojstva mediјских institucija, ova potraga znači traganje za alternativnom mediјасфером. Ovo kretanje, ipak, ne može biti vođeno željom za bilo kakvom izmenom postojećih odnosa, već jedino onom koja vodi konačnom ukidanju hegemonije i odbacivanju dominacije. Postaviti zadatak utemeljenja alternativne mediјасфере znači uočiti neophodnost prihvatanja suštinskog pluraliteta pristupa, mogućnosti i afiniteta. Tek sa ove pozicije izgradnja alternativne mediјасфере izbegava opasnost da zapadne u borbu nametanja nove dominacije. Još i više, istrajavanje na pluralitetu postaje uslov dalje afirmacije na ovakav način koncipirane mediјасфере kao alternativne. Otuda alternativna mediјасфера, kako bi ostala na liniji očuvanja istinskih alternativnih odnosa, nužno mora odbaciti svaku pretenziju ukidanja ili potčinjavanja suprotstavljenih pozicija. Borba za njeno ostvarenje jeste borba za postizanje pluraliteta bez dominacije. Krenuti suprotnim putem značilo bi priznati legitimost

primene mehanizama nametanja dominacije, te konačno izneveriti samu suštinu postavljenog cilja.

Ovo radikalno negiranje perpetuiranja odnosa dominacije i podređenosti, unutar šireg nastojanja utemeljenja i održanja alternativne medijafere, ne može biti ispoljeno samo u odnosu na razvitak/postojanje drugih/drukčijih medijafere, već jednako mora opredeliti celokupan njen unutrašnji razvoj. Negiranje hegemonističkih tendencija, te neprihvatanje učvršćenja pozicija dominacije, predstavljaju nužne principe obezbeđenja alternativne pozicije. Otuda čitavo unutrašnje ustrojstvo alternativne medijafere, kao i mehanizmi njenog uspostavljanja i održanja, moraju biti koncipirani tako da obezbede delotvornost njihovog ostvarenja. U tom smislu, kao još jednu bitnu odliku alternativne medijafere treba izdvojiti **odbacivanje hijerarhijskog ustrojstva**.

Usvajanje hijerarhijskih odnosa u oblasti medijski posredovane razmene i širenja značenja, jednako kao i u ostalim sferama, predstavlja refleksiju ideološki učvršćenog principa subordinacije moći. Prihvatanje hijerarhijskih odnosa, bez obzira u kom domenu bili ispoljeni, zapravo predstavlja saglašavanje sa principom čvrste diferencijacije pozicija moći i podređenosti. Iako efekti uspostavljanja različitih hijerarhijskih odnosa ne moraju biti isti, jednako kao što se i sami ti odnosi mogu razlikovati ili biti osigurani različitim mehanizmima njihovog učvršćivanja i prihvatanja, samo postojanje hijerarhije ukazuje na delatnu snagu principa potčinjavanja. Temeljiti, održavati i razvijati hijerarhijske odnose znači definisati mehanizme obezbeđivanja dominacije. Uprkos tome što se o hijerarhijskim odnosima u pojedinim slučajevima može pregovarati, a njihovo održanje često može zahtevati posedovanje izvesne veštine ubeđivanja, oni se uvek uvode s pozicije moći. Mada podređeni u određenim slučajevima mogu pregovarati o prihvatanju vlastite pozicije, zahtevajući određene ustupke (up. Gramši), oni nikada sa sopstvene pozicije ne uvode hijerarhiju koja ih zadržava u stanju potčinjenosti. Izuzetke još jedino možemo naći u mazohističkim fantazijama koje nemaju opšte važenje, a najčešće ni kontinuirano ispoljavanje.

Prihvatanje hijerarhijskih odnosa rezultat je saglasja sa nametnutim društvenim kontekstom. Ono može pretpostavljati bespogovorno potčinjavanje u sistemima kakvi su vojska ili policija, odgovorno potčinjavanje u različitim privrednim i društvenim organizacijama, trgovinsko potčinjavanje nametnuto običajnim pravom ili demokratskim institucijama, itd. No, bez obzira na razlike koje je moguće podvući, temeljenje hijerarhijskih odnosa kao svoj uzrok, ali i uslov održanja, ima perpetuiranje sistema podređivanja. Bilo da je moć delegirana ili je njena ograničenost osigurana institucionalno, prinudom ili na neki drugi način, svako stepenovanje moći reflektuje dominaciju *ideologije nejednakosti*.

Alternativna medijafere, kako bi bila zasnovana na principima koji su izvan ovakvih okvira, nužno mora odbaciti svaku hijerarhijski ustrojenu razmenu i širenje značenja. Ovo u jednakoj meri uključuje odbacivanje hijerarhije na nivou

produkcije interpretacija medijski posredovanih značenja, razvitka medijskih praksi, te strategija čitanja i interpretiranja medijski posredovanih sadržaja i odnosa. Alternativu alibiju moći alternativna mediјасфера pronalazi u argumentaciji, te univerzalnom pravu na učešće.

Obezbeđivanje širokih okvira participativne razmene i širenja interpretacija još jedna je od bitnih odlika alternativne mediјасфере. O razumevanju participativnih odnosa u medijima dosta je pisano, no bez načelne saglasnosti u definisanju cilja njihovog uspostavljanja, te otuda i sa vrlo različito shvaćenim okvirima, kao i sa neujednačenim razumevanjem potreba njihovog ostvarivanja. Uočavanje složenosti koncepta participacije vodilo je diferencijaciji fokusa, ali i analizi segmentacije oblika participativnog delovanja. Oslanjajući se na razlikovanje *demokratizacije u i putem* mediја (Wasko, Mosco 1992: 7), Karpentier (Carpentier), Dalgren (Dahlgren) i Peskvali (Pasquali) podvlače distinkciju između *participacije u medijima* i *participacije putem mediја* (Carpentier et al. 2013: 288). Prema ovako istaknutoj razlici, *participacija putem mediја* odnosi se na mogućnosti posredovanog učešća u javnoj debati, kao i na mogućnosti autoreprezentacije posredstvom mediја. Razumevanje na ovaj način ostvarenog participativnog delovanja usko je povezano sa razumevanjem javne sfere kao svojevrsnog prostora razmene mišljenja i interakcije među mediјским korisnicima, te sa usvajanjem koncepta mediјске participacije kao *mogućnosti učešća*, čiji su okviri u najvećoj meri određeni postojećim društveno-političkim odnosima. *Participacija u medijima*, suprotno ovome, odnosi se na učešće u mediјској produkciji (participacija povezana sa sadržajem), kao i na učešće u donošenju organizacionih odluka koje se tiču mediја (strukturna participacija) (Carpentier et al. 2013: 288).

Definisanje okvira mediјске participacije ideološki je uslovljeno, te je u vezi sa prihvaćenim modelima raspodele moći u jednom društvu. Karpentier, Dalgren i Peskvali, poredeći razumevanje mediјске participacije sa suprotstavljenim pristupima u razumevanju političke participacije, posebno ističu razliku između minimalističkog i maksimalističkog modela (Carpentier et al. 2013: 289). Kako navode, minimalistički model pretpostavlja medijacentrično razumevanje učešća mediјских korisnika, prema kojem mediјски profesionalci zadržavaju strogu kontrolu nad oblicima i stepenom ostvarivanja mediјске participacije (kako u slučaju obezbeđivanja mogućnosti iznošenja stavova mediјских korisnika, tako u slučaju obezbeđivanja učešća mediјских korisnika u mediјској produkciji i donošenju organizacionih odluka). Participacija je, na ovaj način shvaćena, ograničena samo na one oblike koji se sa stanovišta mediјских profesionalaca smatraju prihvatljivim, što u krajnjoj liniji vodi instrumentalizaciji učešća mediјских korisnika za ostvarivanje potreba i interesa mediјских profesionalaca (Carpentier et al. 2013: 289), koji se nužno ne moraju poklapati sa interesima mediјских korisnika, kao ni interesima uredništva javnih glasila. Na taj način, ostvarivanje mediјске participacije zapravo bi se moglo posmatrati kao postupak zloupotrebe uspostavljanja

odnosa sa medijskim korisnicima, kako u cilju kreiranja lažne slike o postojanju homogenih stavova koji ulaze u javnu sferu, tako i u cilju izgradnje uverenja o postojanju jedinstvenih interesa medijskih korisnika kojima je rad javnih glasila podređen. Suprotno ovome, maksimalistički model medijske participacije pretpostavlja značajno izbalansirani odnos moći između medijskih profesionalaca i medijskih korisnika, koji rezultira uvidom u postojanje heterogenih shvatanja koja ulaze u javnu sferu, te razvijanjem svesti o postojanju različitih interesa (političkih, ekonomskih, kulturnih, itd), u čijoj funkciji je obezbeđenje širokih okvira participativnog delovanja medijskih korisnika.

Upravo ovaj drugi, maksimalistički model razumevanja medijske participacije, blizak je postavljenom konceptu alternativne medijasfere. Nije dovoljno obezbediti delimične okvire participativnog delovanja u domenu razmene i širenja interpretacija, te pretpostaviti da su time zadovoljeni uslovi održanja alternativne medijasfere. Budući da svako ograničenje participacije povlači za sobom definisanje odnosa moći, to i svaka argumentacija kojom je ono podržano, bez obzira na kojim osnovama postavljena, zapravo predstavlja alibi održanja podređenosti. U tom smislu, alternativna medijasfera nužno mora počivati na beskompromisno zagarantovanom pravu na učešće. Medijasfera, kao naročita sfera čitanja medijski posredovanih značenja, alternativu istrajavanju na postojećim odnosima održanja mehanizama potčinjavanja pronalazi u ukidanju ograničenja razmene i širenja interpretacija medijski posredovanih značenja i praksi.

Konačno, alternativna medijasfera pretpostavlja **utemeljenost na kritičkim pozicijama i principu suprotstavljanja značenjima i mehanizmima održanja dominacije**. Ona odbacuje svaku mogućnost *trgovinskog* saglasja ili prihvatanja modela čitanja kojima se održava stanje potčinjenosti. Tokovi medijski posredovane simboličke razmene bitno su određeni procenom *značenjske vrednosti* koju ostvaruju, pri čemu se ova procena vrši sa pozicija moći. Otuda je razvoj alternativne medijasfere uslovljen kritičkim redefinisanjem vrednosnog sistema. Ovde nije reč o jednostavnom uobličanju novog sistema značenjskih vrednosti, već o njegovom radikalnom dekonstruisanju. Tek kroz kritičko suprotstavljanje lažnim vrednostima kojima se održavaju snage dominacije, kroz beskompromisno sleđenje humanih principa, kao i kroz negiranje kriterijuma vrednovanja kojima se perpetuiraju mehanizmi potčinjavanja, moguće je utemeljenje suštinske sfere mišljenja.

Alternativna medijasfera utemeljuje se kao sfera *oslobođene* interpretacije medijski posredovanih značenja i praksi. Njeno zasnivanje uslovljeno je svešću o neophodnosti izmene ukupnih društvenih odnosa, te njihovoj ponovnoj izgradnji na humanim principima. Istrajati na alternativni odnosima potčinjavanja znači izabrati put očovečenja. Osvajanje slobode ima mnoge tokove, a utemeljenje alternativne medijasfere, u savremenim okolnostima intenziviranja medijatzacije stvarnosti, svakako predstavlja jedan od onih koji obezbeđuju zamajac širini postavljenog poduhvata.

LITERATURA

- Atton (2001): Chris Atton, *Alternative Media*, London: SAGE.
- Atton (2005): Chris Atton, *An Alternative Internet*, Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.
- Carpentier, Dahlgren, Pasquali (2013): Nico Carpentier, Peter Dahlgren, Francesca Pasquali, Waves of Media Democratization: A Brief History of Contemporary Participatory Practices in the Media Sphere, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 19 (3), SAGE, 287–294.
- Donk, Loader, Nixon, Rucht (2004): Wim van de Donk, Brian D. Loader, Paul G. Nixon, Dieter Rucht, *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*, London: Routledge.
- Downing (1984): John D. H. Downing, *Radical media: The political experience of alternative communication*, Boston, MA: South End Press.
- Downing (2011): John D. H. Downing, *Encyclopedia of Social Movement Media*, Thousand Oaks CA: SAGE.
- Freire (2005): Paulo Freire, *Pedagogy of the Oppressed*, New York: The Continuum International Publishing Group.
- Gramši (1980): Antonio Gramši, *Filozofija istorije i politike: izbor iz dela Pisma iz zatvora*, Beograd: Slovoljublje.
- Hartley (1996): John Hartley, *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*, London: Arnold.
- Hartley (2004): John Hartley, *Communication, Cultural and Media Studies. The Key Concepts*, London and New York: Routledge.
- Higgins (2008): Michael Higgins, *Media and Their Publics*, Berkshire: Open University Press.
- Langlois, Dubois (2005): Andrea Langlois, Frédéric Dubois (eds.), *Autonomous media: Activating resistance and dissent*, Montréal: Cumulus Press.
- Лотман (2004): Јуриј М. Лотман, *Семіосфера*, Нови Сад: Светови.
- Meikle (2002): Graham Meikle, *Future active: Media activism and the internet*, London: Routledge.
- Wasko, Mosco (1992): Janet Wasko, Vincent Mosco (eds.), *Democratic Communications in the Information Age*, Toronto and Norwood: Garamond Press & Ablex.

Dragan R. Ćalović
Megatrend University
Faculty of Arts and Design
Belgrade

ALTERNATIVE MEDIA SPHERE

Summary: This article analyzes the category of alternative media sphere. The author aims to outline a definition and to explain different dimensions of alternative media sphere. The notion of alternative media sphere is understood as a specific critical media sphere that stays out of the dominant influences. The author answers the following questions: What makes alternative media sphere alternative? What does alternative media sphere represent? Do we need alternative media sphere and if so, what kind of it? The author argues that notion of alternative media sphere has to be connected to a wider context of the alternative society. The readers are invited to create themselves a vision of a new, co-operative society.

Key words: alternative, change, critical media, media sphere, vision.

Ana D. Đurković

Javna medijska ustanova Radio-televizije Srbije
Beograd

УДК 7.038.53:791

ALTERNATIVA JEZIKOM FILMA

Apstrakt: Univerzalni jezik filmske umetnosti stalno doživljava duboke promene težeći da probije socijalne, cenzorske, rasne, rodne i sve druge granice. Ono što neoliberalizam navije žulja u demokratiji jeste umetnost, jer je pokreću ideje koje se ne rađaju u programskom diskursu svetske ekonomije. Film zato, često i ekspresivno, preispituje načine na koji ekonomska i politička dezorijentacija utiče na živote ljudi. A alternativnom filmu je to sam smisao.

Ključne reči: film, alternativa, autor, gledalac, garažni film, Dejan Đurković.

Alternativa – lat. *alternus* – izmjeničan, izbor između dviju mogućnosti, ili-ili.¹

Smatramo zanimljivim tumačenje pojma u odnosu na samu definiciju, jer jedan film, kao što znamo – može biti *alternativan*, a istovremeno pripadati i komercijalnoj produkciji, imajući paralelno karakteristike oba ova pristupa.

Određnica *alternativan* ima mnogo šire značenje od onoga što pripada pojmu avangardni film. Pod alternativnim filmom nailazimo na takve oblike narativnog filma koji se razlikuju od konvencionalne i komercijalne produkcije, pre svega po svojim stavovima i pristupu, razvijajući autorsku individualnost nasuprot industrijsko-komercijalnim obrascima, kao i esteticima, ali joj pripadaju po načinu proizvodnje (profesionalna filmska ekipa koja prati tehnologiju filmskog procesa stvaranja), eksploatacije (prikazivanje u bioskopima) i po tome što u zadovoljavajućoj meri poštuju uobičajenu strukturu naracije dugometražnog filma.

„I u našoj filmskoj teoriji i praksi najčešće su se upotrebljavali neprecizni termini: 'eksperimentalni film', 'istraživački film', ili još gore, 'žanr film'. Ovi termini su neprecizni, jer definišu samo žanrovsku nedefinisanost ili različitost u odnosu na klasične žanrove, a ne i suštinu ove vrste filmskog stvaralaštva. Zato je od 1977. godine usvojen termin alternativni film, kao najpogodnija anticipacija svih do tada upotrebljivanih termina” (Petrović 2002: 132).

Ovaj termin – alternativni film – uveden je, zapravo, sa namerom da se u filmskom stvaralaštvu klasifikuju ona shvatanja koja u odnosu na tradiciju

¹ Domović, Anić, Klaić 1981: 60.

predstavljaju suprotnost ili drugu mogućnost. Ipak, priroda takvih filmskih ostvarenja je uvek „bežala” od terminološke uniformnosti, pa su često sami filmovi stavljali znak pitanja ispitujući adekvatnost nove sintagme, a potpuna otvorenost alternativnog filma, o kojoj govorimo, najbolje se ogleda u tome da svakom pojedinačnom autoru pripada pravo da bude alternativa (druga mogućnost) filmskog izražavanja.

„Originalno, u dvadesetim, 'eksperimentalni' je bila reč koju su koristili za opis ruske škole montaže. U četrdesetim, to je reč za radove kao što su film Maje Deren *Mreže popodneva – Meshes of the Afternoon* (1943), Keneta Engera *Vatromet – Fireworks* i Petersonov (Sidney Petersen) *The Lead Shoes* (1949). Naziv 'eksperimentalni' je označavao logička istraživanja do kojih se dolazilo putem pokušaja i greške. Ovi filmovi su se zvali eksperimentalni i zbog pokušaja da se rade stvari koje ranije nisu rađene. Ali termin nije bio tačan, jer su umetnici, filmski stvaraoci, izgrađivali sebe i svoje stavove i nisu se ponašali kao naučnici koji obavljaju objektivno istraživanje. Mnogi filmski stvaraoci usprotivili su se ideji da su njihovi filmovi eksperimenti, a ne gotova umetnička dela. Termin se, međutim, još uvek koristi da opiše te filmove, pa čak i filmove snimljene danas” (Renan, Sheldon 1967: 22).

Kako primećuje Miroslav Petrović: „'Čist film' i 'apstraktni film' koji su se pojavili u Francuskoj 1923. godine u delima Rene Klera, Mena Reja, Anrija Šometa, zatim Švedanina Vikinga Egelinga, Nemca Hansa Rihtera i drugih, u stvari je logična posledica dadaizma i nagoveštaj nadrealizma. Za 'čist film' bitno je okretanje slika, 'simfonija optike' koja harmonično povezuje određene slike u sklad. Ovaj koncept filma suprotstavljao se pripovedačkom filmu sa radnjom, pa je baš zato razvoj ovog pravca onemogućila filmska industrija, koja nije htela da komercijalizuje ovaj čist oblik umetničkog filma. Sličnu sudbinu imao je i nadrealistički film, bar onaj izvorni Mena Reja, Dalija i Bunjuela” (Petrović 2002: 13).

Sve kasnije eksperimentalne pojave na filmu obično su nazivane 'avangardni film', bez obzira da li se radilo o američkom andergraundu, pop-artističkim filmovima Endija Vorhola, nezavisnom filmu ili kanadskom eksperimentalnom filmu. Sam Vorhol kaže: „U svojim ranim filmovima želeo sam da pokažem kako ljudi mogu da sretnu druge ljude i šta mogu da kažu jedni drugima. To je bila cela ideja: dvoje ljudi se upoznaje. I onda, kada to vidite, i vidite čistu jednostavnost toga, shvatite o čemu se tu radi. Ti filmovi su vam pokazivali kako neki ljudi deluju i reaguju s drugim ljudima. Oni su bili pravi sociološki primer” (Vorhol 2016: 26).

A ako se reč alternativa može spojiti sa drugom reči – uspeh, onda su Džarmušovi (Jim Jarmush) filmovi najubedljiviji primer ove, može se tumačiti – oksimoronske kombinacije. Alternativa u Džarmušovom slučaju znači: protiviti se snažno kanonima etablirane američke produkcije i biti otvoren i prijemčiv za komunikaciju sa svetom. U njegovim filmovima kritička analiza ne dovodi u pitanje sam doživljaj. Publika koja prati ovog stvaraoca jeste na neki način posebna,

ali svakako nije malobrojna. Stupajući u svet njegovih priča, doživljava ga na svim specifičan način kao poznatog i bliskog. Upravo to osećanje prisnosti nije lako objasniti, jer se bazira na apsolutnom negiranju holivudskog koncepta stvaranja, kao i načina na koji se tako producirani filmovi konzumiraju. Odsustvo klasične naracije, pa i samog događanja u pravom smislu reči, usporavanje ritma do nepokretnosti, predstavljanje likova i situacija u njihovoj bizarnosti i nepredvidivost, izokretanje žanrovskih obrazaca... sve ovo, diskretno, gradi sliku egzistencijalnog položaja čoveka, a taj položaj možemo tumačiti kao apsurdno bitisanje, ispraznost ili nepostojanje istinske komunikacije, što su problemi sa kojima se suočava savremeni pojedinac u socijalnoj interakciji.

„Alternativni filmski pristup podrazumeva i poetsko-estetsku orijentaciju autora ka istraživanju novih prostora u sopstvenom filmskom izrazu i sopstvenom senzibilitetu. Alternativni film, čini mi se, u najboljem je dosluhu sa svim onim alternativnim duhovnim kretanjima koja se suprotstavljaju suvoparnom i sterilnom duhu savremenog građanskog društva. Hipi pokret, rok i pank nisu ništa drugo nego različiti tipovi alternativnih socijalno-kulturnih pokreta koji su nastali kao reakcija na građanski moral i ideologiju” (Petrović 2002: 134).

Endi Vorhol u svojoj knjizi piše: „Kada sam nabavio svoj prvi televizor, prešao sam da brinem o prisnim vezama s drugim ljudima. Bio sam povređen do te mere do koje možete da budete samo ako vam je mnogo stalo. Znači, u to vreme kada niko nije ni čuo za pop-art, andergraund filmove i superstarove, meni je to bilo veoma važno” (Vorhol 2016: 24).

Pojedini autori su, vođeni različitim idejama i pod različitim uticajima, oduvek pokušavali da sruše Holivud i koncepciju industrijskog filma, tragajući za alternativama klasičnom komercijalnom bioskopskom filmu, pa bi zapravo alternativni film trebalo posmatrati u svetlosti kontinuirane potrebe za suprotstavljem klišeima u filmskoj umetnosti i poštovanjem autorske individualnosti. Tako, aporije koje očekuju gledaoca nisu ništa prema onim koje su očekivale pripovedača ili, kako kaže jedan od najuticajnijih poljskih autora, Kšištof Kješlovski: „Nije važno gde stavljate kameru, nego zašto je stavljate baš na to mesto”.

Takođe treba napomenuti da male, „nezavisne” filmske produkcije, obeležene alternativnim autorskim pristupom, a u kojima ulogu producenta često igra sam reditelj, ipak spadaju u komercijalne, planirajući javnu eksploataciju filma, pa samim tim i nekakvu zaradu, za razliku od apsolutno neprofitnih avangardnih filmskih (ili video) eksperimenata.

„Kada smo prihvatili jedan ugovor, da jednom bioskopu obezbeđujemo po jedan film nedeljno, prešli smo direktno iz umetnosti u biznis. To je komercijalizovalo naše snimanje filmova, i sa kratkih filmova odvelo nas na dugometražne i igrane filmove. Naučili smo nešto malo o distribuciji, i uskoro smo pokušali da sami distribuiramo filmove, ali otkrili smo da je to vrlo teško. Nisam očekivao da će filmovi koje smo pravili biti komercijalni. Bilo je dovoljno što je umetnost

ušla u komercijalne tokove, u stvarni svet. Bilo je vrlo opojno gledati svoje filmove u bioskopima u stvarnom svetu, umesto u svetu umetnosti. Biznis umetnosti. Umetnost biznisa. Biznis umetnosti biznisa” (Ibid. 2016: 64).

Kod nas, alternativni film nije izrastao iz profesionalne kinematografije, mada i u njoj nalazimo primere tipičnih alternativnih dela, već iz amaterskih kino-klubova gde su postojali bolji uslovi za njegovo stvaranje.

„Međutim, alternativni film ne treba shvatiti samo kao bolji termin za 'amaterski film', jer se oni u biti razlikuju. Ako amaterski film shvatimo kao izraz autorske čednosti, onda alternativni film treba shvatiti kao izraz autorske zrelosti.

Alternativni film je, zapravo, domaća sintagma kojom, možda nedovoljno precizno, pokušavamo da naglasimo taj vapaj za slobodom umetničkog izražavanja, oslobođen svake regulative – i estetskog i idejnog i formalnog” (Petrović 2002: 136).

Alternativni film je zapravo, bar u svojim željama i namerama, otišao korak dalje od drugih avangardnih pravaca, koji su, uprkos progresivnim idejama, pokazali izvesnu dogmatičnost rušeći jednu estetiku da bi je zamenili drugom.

Izdvajajući četiri kratka filma Dejana Đurkovića u kontekstu doktorskog proučavanja, bavili smo se i primenjenom analizom alternativnog filma kao autorskog pristupa filmu uopšte, zastupajući mišljenje da je kraj 60-ih i početak 70-ih godina bilo zlatno doba takozvanog YU kratkometražnog filma, sa posebnim akcentom na proizvodnju srpskog preduzeća „Dunav film”, a ovde ćemo ih navesti kao referentne za temu kojom se bavimo (Đurkovic 2016: 93).

Anabelin san (1966) je film apsurdna, film igre ponavljanja, film u kom se parodira stvarnost jer u naslovu sadrži magičnu reč – san, san u kom se odražavaju svi arhetipovi i univerzalne strepnje, a postoje i vizionarski snovi u ime kojih se deluje.

Film *Psihodelikt* (1968) preispituje pojam seksualnosti i materinstva, na drugačiji način, kroz oči jednog muškarca, anticipirajući nove koncepte porodice i nove poduhvate u medicini. Snimljen je u godinama koje važe za doba seksualne revolucije i oslobađanje od stega puritanskog društva.

Presaðivanje osećanja (1969) je neobičan ljubavni film u kome se autor, u suštini, bavi problemom sazrevanja u tradicionalnoj sredini okovanoj predrasudama prošlog vremena, u koju se, polako ali sigurno, prelivaju odjeci delimično osvojene slobode u Americi tih 60-ih godina.

Svet je u postapokaliptičnoj fazi u filmu *U pravcu početka* (1970). Zapadna civilizacija doživljava svoje poslednje trenutke, dok je tehnika nadvladala čoveka. Predatori, koje će Holivud koristiti u mnogobrojnim produkcijski superiornim futurističkim avanturama, imaginacijom autora ostavljaju gledaoca u stanju zapitanosti.

Dok je u Americi sedamdesetih godina film bio ozbiljna industrija, u Evropi je on bio biznis koji je podjednako bio posmatran i kao umetnost. Autori sa našeg

prostora su u to vreme snimali filmove koji ostaju kao veoma snažna kritika konvencionalnog filmskog stvaralaštva, ali ipak ispunjavaju i očekivanja publike koje je takav film stvarao i oblikovao.

Potrebno je ovim radom obuhvatiti još jedan pokret, najnoviji u srpskoj industriji filma, koji nastavlja tradiciju angažovanog filma kod nas. Garažni filmski pokret je pokret koji je osnovan 2015. godine, u trenutku kada se jedna grupa autora udružila na osnovu saradnje i povezanosti koju je stvaranje njihovih filmova nosilo. Ta dela su nastajala u minimalističkim i alternativnim uslovima što se tiče tehničkih sredstava, ali u neograničenoj autorskoj slobodi, pokazujući respekt prema avangardnoj ali i klasičnoj filmskoj umetnosti kroz neku vrstu konstantnog preispitivanja.

Do sada je snimljeno 12 takvih filmova. Prvi u nizu je dobitnik nagrade „Rajner Verner Fazbinder” na festivalu u Manhajmu i dobitnik „Gran pri nagrade” na Festivalu autorskog filma – *Zemlja istine, ljubavi i slobode* (2000) Milutina Petrovića. Trebalo je više od deset godina da se ovakav odnos prema stvaranju prelije na druge autore i da rezultira stvaranjem značajne grupe dela: *Connections* (2003) Jelene Marković, *Jug-jugoistok* (2005) Milutina Petrovića, *Narcis i Eho* (2011) Saše Radojčića, *Poljupci* (2004) Saše Radojčića, *Ljuljaška* (2012) Tamare Drakulić. Na FEST-u 2015. godine prikazani su i *Okean* Tamare Drakulić, *Unutra* Jelene Marković i Mirka Abrlića, *Petlja* Milutina Petrovića i *Žigosana* Saše Radojevića.

I pored vrlo sličnog senzibiliteta, ovi filmovi nose snažan pečat autorstva, a kao zajednički imenitelj možemo uzeti: pristup i izbor tema, apsolutnu stvaralačku slobodu, bavljenje metafilmom, pojavljivanje autora u glumačkim rolama, prigušenu ekspresiju glume, složenu naraciju, preplitanje fikcije i tradicionalnih žanrova, kao i korišćenje kućnih filmova u strukturi naracije. Istraživanje filmske forme, kao i autorefleksija i estetska nepredvidivost, takođe spadaju u objedinjujuće faktore ove filmske grupe.

Definisanje Garažnog filma prepuštamo zato autorima jer su oni svako na svoj način odredili suštinu: Tamara Drakulić smatra da „Garažni film određuje stav, a ne estetika. Istraživanje filmske forme unutar datih okolnosti i ličnih mogućnosti pri čemu, prilagođavajući im se, sve prednosti i mane istih okrećeš u svoju korist”², dok Saša Radojević misli da je „Garažni film mogućnost da se izgradi ’privatni Holivud’. To je i šansa da se na filmu prikažu različite tačke na socijalnoj lestevici, te odbačeni i zaboravljeni ljudi i ambijenti. I misteriozni osmesi, pre svega”³

² Bajac, *Before after, Premijera: Okean*, posećeno u decembru 2017. na <https://www.beforeafter.rs/kultura/okean-tamara-drakulic/>

³ Wikipedija, *Garažni film*, posećeno u decembru 2017 na https://sh.wikipedia.org/wiki/Gara%C5%BEni_film

LITERATURA

Anić, Klaić, Domović (1981): Šime Anić, Nikola Klaić, Želimir Domović, *Rječnik stranih riječi*, Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica.

Petrović (2002): Miroslav Petrović, *Alternativni film kao eksperiment višeg reda*, u: Nikola Lorencin (prir.), *Eksperimentalni film i alternativna opredeljenja*, Beograd: Kaligraf.

Renan (1967): Sheldon Renan, *An Introduction to the American Underground Film*, E. P. Dutton & Co. Inc.

Vorhol (2016): Endi Vorhol, *Filozofija Endija Vorhola*, Beograd: Službeni glasnik.

Ђurkovic (2016): Ana Ђurković, *Poetika i sintaksa 'kratkog metra' na primeru stvaralaštva Dejana Ђurkovića*, doktorski rad, Beograd.

INTERNET IZVORI

http://www.imdb.com/name/nm0678283/?ref_=fn_al_nm_1

http://www.imdb.com/name/nm4363179/?ref_=fn_al_nm_2

http://www.imdb.com/name/nm0705757/?ref_=fn_al_nm_1

http://www.imdb.com/name/nm5412202/?ref_=fn_al_nm_1

http://www.imdb.com/name/nm5891924/?ref_=fn_al_nm_1

<http://www.fest.rs/Vesti/2104/Garazni-film-na-FESTu.shtml>

<http://www.beforeafter.rs/kultura/okean-tamara-drakulic/>

https://sh.wikipedia.org/wiki/Gara%C5%BEni_film

Ana D. Ђurković

Public Media Institution

Radio Television of Serbia

Belgrade

ALTERNATIVE ART EXPRESSED WITH FILM LANGUAGE

Summary: The universal language of film constantly experiences profound changes tending to break social, censorship, racial, gender and other barriers. What neoliberalism hates in democracy is art, because it is driven by ideas that do not correspond with the world economy discourse. For this reason, film often questions the ways in which economic and political disorientation affect people's lives. This is the essential purpose of alternative film. Alternative or avant-garde art from the end of the last century and in the first years of the new one can, in fact, be thought of as a permanent research and attempt to present authors' ideas and aesthetics through the conquest of new technologies in hyper-space - the fourth dimension, by setting program tasks to authors and their audience. Time will show how successful this kind of film was.

Key words: film, alternative, author, spectator, „garage movie”, Dejan Ђurković.

Vladislava V. Erdeljan
LSA Language Services Associates USA
Capita Translations & Interpreting,
Clear voice – Migrant Helpline UK

УДК 7.037/.038
316.723

KUDA IDE ALTERNATIVA DANAS, ILI: DALEKO OD AVANGARDE

Апстракт: Rad ispituje alternativne aspekte savremenih umetničkih stremljenja, te mogućnost da se, u postojećim kulturnim okvirima, ostvari iskorak ka avangardi. Kako gotova rešenja u umetnosti ne postoje, cilj je otvoriti prava pitanja za razmišljanje i istraživanje. Mora li umetnost da ima opravdanje? Može li se i u kom obliku umetnost danas posmatrati u okvirima avangarde? Koliko je važna avangarda u umetnosti? Smemo li očekivati da, u sadašnjem istorijskom kontekstu, umetnost ima vodeću ulogu iskoraka ka revolucionarnim društvenim promenama? Koliko se umetnost, u postojećim istorijskim okvirima, osmišljava ili obezvređuje? Je li opravdana tvrdnja da komercijalizam masovne kulture ubija avangardne težnje u umetnosti? Kroz pojedine žanrovski različite primere ukazuje se na uspešne alternativne pokušaje u okviru postojećih umetničkih formi.

Кључне речи: alternativa, avangarda, umetnički izraz, revolucionarna promena, komercijalizam, Marina Abramović (Marina Abramovic), Metju Born (Mathew Bourne).

Moja namera nije da dam odgovore na već postavljena pitanja. Moja namera jeste da postavim pitanja – pitanja koja će, nadam se, podstaći na razmišljanje. No, nije li upravo to pravi zadatak umetnosti – da ostane trajno zapitana, ne da daje odgovore nego da otvori puteve u nove neispitane predele duha, materije, bića, postojanja...?

Dugo već razmišljam o problemu avangarde u umetnosti. Avangarda je oduvek bila i trajno ostala tema kojom sam se bavila i kojoj sam se vraćala još od davnih studentskih i postdiplomskih radova i spisa. Mada ovom problemu nisam analitički prilazila već duže vreme, ostajem, do dana današnjeg, pred ovim zapitana.

ALERNATIVA DANAS

Priznajem da jesam ne samo poštovalac, nego i zaljubljenik u period tzv. međuratne umetnosti. Činjenica jeste da, kada se o avangardi govori, upravo se na taj

period u umetnosti i misli. Toliko plodan, inovativan i ponuđenim umetničkim rešenjima revolucionaran, uzdiže se iznad vremena kome istorijski pripada, pa i prednjači, u poređenju sa onim što, u istorijskom poretku, mnogo kasnije sledi. To je, tvrdim, do danas neprevaziđen period svojevrsnog sadejstva umetničke kreacije i medijske prezentacije istog. Takav spoj teorije i prakse u primeni nije se, a bojim se da se i neće u istoriji kulture i umetnosti ponoviti.

Istovremeno, treba se zapitati na koji način i u kojoj meri je umetnost međuratnog perioda zaista bila primenjena. Neosporno stoji činjenica da je primenjenost avangardne umetnosti ostvarivana sadejstvom umetnika različitih umetničkih grana sa neumetničkim – onim tako reći proizvodnim i upravo realizatorskim stvaralocima, koji svoje delovanje i svoju kreativnost, moguće je, čak i ne doživljavaju kao umetnost. Upravo je ta udružena snaga u zajedničkom delovanju umetnički i ne strogo umetnički orijentisanih stvaralaca, koje povezuje ista kreativna misao, dala primenjiva, a opet ne manje umetnička rešenja.

Posmatrajući široko polje umetničkog stvaralaštva danas, jer ono se ne sužava već se grana i umnožava, razvijajući nove mogućnosti umetničkog izraza, ključno pitanje za mene jeste: *Postoji li danas umetnička avangarda?*

Da li ona, dakle, zaista postoji ili mi danas avangardom nazivamo ono što je od nje preostalo, ono što na nju teži da liči, ono što joj se priklanja, ono što bi htelo da bude, ali zapravo nije avangarda. Postoji li danas u umetnosti pokretačka snaga koja je spremna da menja svet? Ima li u savremenoj umetnosti prave kreativne energije, takve koja izaziva zapitanost u svom otporu tekućim kretanjima i ponuđenim rešenjima? Otpor je neophodan da bi se stremilo napred, ali samim odbacivanjem starog ruha ne stiže se namah novo; tek u sprezi sa kreativnom stvaralačkom energijom, koja je inovativna koliko i nova i drugačija, ide se put avangarde.

Uprkos upornom fokusu na zapadnoevropske kulture i avangardne umetnike onih pravaca koji su se na ovom području razvili, a čija je slava i danas nepomućena, ni dadaizam, ni nadrealizam, ni kubizam, niti svi ostali „izmi” nisu ponudili umetnosti ono što joj je dao ruski konstruktivizam. Samo su ruski stvaraloci, iz perioda neposredno posle Oktobarske revolucije, živeli kulturnu revoluciju, dok je njihovim saborcima na Zapadu, i pored kreativnih napora da veštački izazovu revoluciju u umetnosti, nedostajala stvarna snaga za odlučujući iskorak iz kuloarskog konformizma. Pripadnici konstruktivizma u Rusiji su neposredno i aktivno učestvovali u promenama i zaista menjali postojeću sliku sveta.

Umetnički stvaraloci u službi revolucije umetnički su menjali svet. A on jeste promenjen, tu sumnje nema. Avangardna umetnost dovela je do izmenjenog računanja vremena u sagledavanju razvoja i istorijskih promena u umetnosti.



Slika 1. Novi Polis, Estetika, Plakat iz 1929. Lili Brik: „Čitaj knjige”

Ako se fokusiramo na situaciju koju danas imamo sa masovnom kulturom, masovnom produkcijom u kulturi i umetnosti, kako god da ovom problemu priđemo, estetička merila padaju nisko. Uvek i uporno ću braniti gledište da umetnost treba da bude istaknuta, da prednjači, vodi i dominira, ne nikako masovnošću, nego vizionarstvom.

Problem avangarde danas je problem opstanka umetnosti. Ukoliko nije zvezda vodilja, umetnost danas i nije živa! Ona je ili revolucionarna ili je nema! Suštinski, umetnost teži da bude revolucionarna. Umetnost jeste tu da pomera granice razumevanja. U periodu nastajanja avangardne umetnosti, revolucionarnost je umetnosti bila imanentna.

Iz svega prethodno rečenog, nameće se pitanje: *Da li je avangardna umetnost revolucionarna?* U tom smislu, dakle revolucionarnosti umetnosti, šta bi danas bila avangarda?

U svetu masovnih komunikacija, u potrošačkom svetu u kome živimo, gde konzumerizam sve guta, da li se kao avangarda razume isključivo neprofitna, ne-konzumerski orijentisana produkcija? Ovde se kao problem otvara pitanje orijentacije i namene umetničkog materijala, koji se javno izlaže i traži svoju publiku. U situaciji kada je, sredstvima masovne komunikacije, iz pozicije mogućnosti pristupa širokom auditorijumu potencijalnih konzumenata, bez jasnih ograničenja i pravih provera, moguće ponuditi materijal sa etiketom „umetničkog”, moguće je da se kao umetnost, a samim tim i avangardna umetnost, razume praktično sve što odabere da se tako imenuje.

Novi i sasvim realni savremeni problem masovne kulture, i umetnosti u njoj, nije strogo svrstavanje umetnosti u avangardne ili mejnstrim tokove, nego je to suštinski problem opstanka inovativnih kreacija. Ukoliko se umetnost, e da bi ostala verna avangardnim ciljevima, a zarad otpora sveprisutnom konzumerizmu, zadržava samo na marginama kulturnih tokova, onda ona u tom slučaju postaje nepristupačna – marginalizovana. Takvim aktom, umetnost avangarde neminovno samu sebe marginalizuje, jer se zadržava van svima dostupnih kanala, to jest, ostaje na samim ivicama dostupnosti, u današnjem svetu u kome je, bar prividno, sve relevantno lako dostupno.

Ne sme se zaboraviti da je interaktivna moć jedna od osnovnih karakteristika umetnosti, ma kom umetničkom izrazu da ona pripada. Umetnik stvara za javnost, umetnost traži publiku, obraća se auditorijumu, od koga očekuje reakciju. Ma u kakvom sukobu da se umetnik nalazi sa sredinom u kojoj stvara, sa režimom koji ga sputava, sa samim sobom, u procesu stvaranja, umetnik/ca svojim delom ostvaruje tako neophodnu komunikaciju, čak i ako od nje zazire.

U ovoj nužnosti da se pristupi publici i nađe priznanje za stvaralački napor ne sme ležati opravdanje za komercijalni greh, koji gotovo neminovno vodi u kič. Težnja je svakog umetnika da ga čuju, vide i prepoznaju, zbog samo njemu svojstvenih karakteristika, ali ova težnja ne sme da nadraste delo i umetnika.

Znači li to da je komercijala ta koja ubija avangardu? Moje sledeće pitanje je, razume se: *Da li je umetnost avangardna ako je nekomercijalna?*

Ne mora sve što postiže publicitet neminovno imati sramni pečat komercijalnog proizvoda, koji umetnika udaljava od umetnosti i približava komercijali. Ne bi li to, zapravo, značilo da se pod zaklonom avangarde kriju nedovoljno atraktivni, te nekomercijalni umetnici? Na kraju krajeva, mora se priznati da su estetska merila, pa tako i ideal lepote i prihvatljivosti u umetnosti odavno pomereni, te je teško braniti gledište da je umetnik neprihvaćen iz razloga nezadovoljavanja propisanih estetskih merila.

Direktno nasuprot tome, gledano kroz prizmu priznanja, notornosti i uspeha, može li se umetnik i delo diskvalifikovati kao neavangardno ukoliko umetnik ima tu sreću da je prihvaćen, da su mu/joj dela, još za života, na ceni? Sa stanoviše današnje sveprisutne potrebe da se doživi priznanje i popularnost, treba li osuđivati umetnost koja je proslavila svoje umetnike? Da li priznanja stižu samo na adrese komercijalnih umetnika?

Pitanje relevantnosti umetnosti, rekla bih, usko je vezano za trgovinsku vrednost umetničkog proizvoda. Da bi moglo da ostvari prodajnu vrednost, delo mora da ispunjava prostore konzumenata, da ih fascinira, opčinjava, ne toliko svojim estetskim vrednostima, koliko svojim vanumetničkim karakteristikama. Za konzumente masovne kulture, biti u posedu umetnosti je iznad svih drugih neprodajnih vrednosti dela.

Šta će delo i umetnika učiniti relevantnim u određenim vremenskim okvirima? Da li će se savremeni umetnici za svoju besmrtnost izboriti neprikosnovenom individualnošću? Da li ih izbor za nezavisnost i besomučna težnja za nepripadanjem čuva od pada u ambis komercijale? Sve se ovo postavlja kao problem sagledavanja savremenih umetničkih stremljenja.

Da li će umetnost biti relevantna ako uspeva da šokira?

Može li se pretpostaviti da je to receptura avangardne umetnosti – šokirati javnost po svaku cenu? Ukoliko je to pravac kome se u umetnosti danas teži, onda se svakako treba zapitati šta danas jeste šokantno. Kako i šta šokira današnju publiku, koja ima ulogu umetničkog konzumenta?

Nije sasvim lako izazvati reakcije publike koja pretpostavlja da je sve već doživela, a ipak uporno očekuje uvek neobične, nove i drugačije doživljaje. Da li je uopšte moguće šokirati anestetisanu masu, kojoj ništa nije strano, ali je se ništa i ne dotiče? Nikako do sasvim radikalnim metodama, podrazumeva se.

Kako se i na koji način danas pomeraju granice u umetnosti?

Ako se pomere granice prihvatljivosti, razumevanja, realnosti, to će, smatra se, nužno dovesti i do pomeranja granica u umetnosti. To će onda za posledicu imati promenjen način gledanja, a samim tim i razumevanja umetničkih sadržaja. Ako je vizura umetnika pomerena van očekivanih okvira, onda percepcija umetničkog sadržaja mora biti drugačija.

Kakvim se delovanjem u umetnosti granice zaista osetno pomeriti?

Je li umetnost performansa na pravom putu? Stavljeno u takav kontekst, *koliko bi bilo ispravno umetnost performansa posmatrati kao jedinu pravu avangardu?*

Teško je osporiti inovativne mogućnosti izraza koje performans pruža. Performans zaista omogućava istraživački pristup umetnosti, koji drugi umetnici izrazi teško iznalaze. Lično nisam fascinirana performansom, ali sam naučila da, u umetnosti, poštujem i ono što nužno ne odobravam ili što mi po senzibilitetu ne odgovara. Verujem da performans daje otklon standardnim umetničkim predstavama, koje druge umetničke kategorije ni uz velike napore ne mogu da ostvare.

Svakako, danas je nemoguće govoriti o performansu, a ne pomenuti najveću živu umetnicu performansa – Marinu Abramović. No, moja je namera ne samo da je pomenem, već i da ukažem na revolucionarne umetničke korake koje ona pravi, u pravcu u kome se, svojim umetničkim radom, potpuno nezavisno kreće.

Podsećam na performans u njujorškom Muzeju savremene umetnosti MoMA 2010. godine. Indikativnog naziva „The Artist is Present”, ovaj performans je idejno usmeren na svojevrstan pokušaj očovečenja dehumanizovanog društva u kakvom se danas živi. Umetnica je, nesumnjivo, bila prisutna tokom čitava dva i po meseca, svakodnevno, u trajanju od ukupno 700 sati, u kom vremenu je nepokretno sedela naspram pojedinaca iz okupljene mase, sa kojima se u tišini svakodnevno sučeljavala.

Интеракција је том приликом, гледано са стране, настajала ни из чега. Како је уобичајено у просторима у којима се излажу уметничка дела, са једне стране увек се налазе уметник и дело, са друге публика, а у овом случају, између, на отвореном позорју, није било ничега до чисте емоције. Без и једне проговорене речи, без и једног покрета, до интеракције између публике и уметнице долазило је управо из стања неделанја, непокретности, неактивности...

Није ли то управо фасцинантно да у овом свету непрекинуте комуникације, непрекидне размене информација, када је и размена емоција сведена на размену информација, дође до тако неочекивано суptилне размене емоција током уметничког акта интеракције погледом? Овакв перформанс, који задире у срж отуђења, представља истовремено и отпор и креацију – отпор ђутанјем, неделанјем, где уметничка креација настаје из привидне потпуне неактивности. Дирљиво је било видети какве емоције у људима буди тренутак сведене дубоке комуникације, без размене и једне једине информације.



Слика 2. *The Artist Is Present* (2010). Photographs by Marco Anelli.

Кoliko је и да ли могуће померити границе у правцу авангарде, само у оквиру уметничког израза?

Кoliko је исправно алтернативне уметничке изразе, у оквиру постојећих уметничких форми, посматрати као безбедно, пре него ли револуционарно – авангардно кретање? Различити уметнички изрази траже различите облике презентације. Погледајмо, стога, где се данас налазе опера и балет који, мада поседују предност сценског приказивања, остају трајно заробљени у непроменљивој форми. Їинјеница је заправо

da, mada umrtvljeni u formi, i opera i balet uspevaju da opstanu vekovima, upravo zahvaljujući specifičnom senzibilitetu. Duboko sam uverena da tajna opstanka ovih realno anahronih umetničkih formi leži u potencijalu umetničkih sredstava koja se koriste. Način prenošenja emotivne poruke muzikom i igrom transformiše sadržaj i preoblikuje ideju u sistem znakova, razumljiv i prihvaćen u svim kulturama. Emocija oblikovana zvukom i pokretom nepogrešivo nalazi svoju vernu publiku.

No i pored ove naizgled nemoguće situacije, gde je umetnička ideja osakaćena u mrtvoj formi, te hrama na začelju iza drugih, za inovaciju daleko zahvalnijih umetničkih izraza, prostor za alternativu uvek postoji. Dokaz za to je primer britanskog baletskog koreografa Metjua Borna (Mathew Bourne), koji se bavi istraživačkim radom na polju baletske koreografije već više od dvadeset godina. Trupa, koju je osnovao početkom novog milenijuma, nosi naziv Nove Avanture (New Adventures), a u imenu je, rekla bih, ključ za razumevanje suštine njegovih težnji i kreativnih promena u koreografiji klasičnih baletskih predstava.

U okviru zadate forme, zadržavajući klasične okvire baletskog izraza, ovaj stvaralac razvija inovativne oblike prezentacije, ne remeteći sadržaj i čuvajući poruku koju delo ovog tipa prenosi. Publika ništa ne gubi, naprotiv, dobija novi pogled kroz jedan na drugu stranu otvoren prozor u svet baletske igre.

Mada pokazuje sklonost ka eksperimentu, delo ovog koreografa ne bi bilo vredno pažnje da je sproveden samo eksperiment, u vidu neuspelog izleta ka modernizaciji klasičnog dela, sa zamenjenim vodećim ulogama, jer treba imati u vidu da njegovu trupu čine većinom igrači, a ne primabalerine. Već ova činjenica bila bi možda dovoljna da se u pojedinim podnebljima na ovakve baletske postavke gleda sa podozrenjem, pa čak i negodovanjem. Ne zaboravimo, ipak, da se suštinski radi ne samo o tehnički izvanredno obrađenoj scenskoj prezentaciji, nego, daleko značajnije, o uspešnoj transformaciji energije kroz igru, koja rezultira potpunim katartičkim doživljajem.

U prilog slikovitosti rečenog, iznosim nekoliko primera:

„Uspavana lepotica” postavljena je sa viktorijanskim elementima gotičke horor priče, gde je ubod u prst zamenjen vampirskim ujedom. Ovakvo izmeštanje omogućava da vremenski i prostorno pomerena priča dobije nove koreografske oblike, sa izmenjenom kostimografijom i drugačijim scenografskim rešenjima, čime je ostvareno novo prepoznavanje popularnog klasičnog baleta.

Nekad je, pak, reč o drugoj vrsti alternacije, te je tako u „Labudovom jezeru”, obrnutom postavkom glavnih protagonista, sa gotovo celokupnom muškom postavom, koreografija, iz baletske cipelice, neočekivano čvrstim koracima uronila u novo jezero Čajkovskog. Počevši od ideje da labud nije naročito graciozna, već veoma opasna i čak agresivna ptica, koreograf, po sopstvenom svedočenju, koristeći muške igrače, približava kretanje i ponašanje labuda, vernije pravoj slici prirode.



Слика 3. [new-adventures.net/swan lake](http://new-adventures.net/swan-lake) (images)

Nema nikakve sumnje da se ovde ne radi o travestiji bilo kog tipa. Pojava koreografa sa ovako alternativnim idejama, koje su uspešno sprovedene u delo, nimalo ne remeti uživanje u svetu klasičnog baleta, naprotiv, paraleleno sa uobičajenim, pruža mogućnost uživanja u drugačijem gledanju na istu umetnost.

Koliko slobodna u svojim nastojanjima alternativa može da bude, a da ne izneveri umetničku ideju i smisao alternacije? Ovaj problem je oduvek vidno prisutan, može se slobodno reći da je sa tim problemom avangarda bila prinuđena da se nosi još od samih početaka.

Imajući u vidu postojeću situaciju sa masovnom kulturom i alternativnim vidovima prezentacije dela, mišljenja sam da su vizuelne umetnosti u nenadmašivoj prednosti u odnosu na pisane. Knjiga prolazi trnovit put surove selekcije, od ideje na radnom stolu pisca, do štampanog dela u knjižarama i na tom putu ne nailazi ni na kakve olakšice. Sve što se, uslovno rečeno, stavlja na papir, automatski nailazi na veliki broj problema da, bez stranputica, dođe do svoje publike, odnosno potencijalnih čitalaca.

Postojeći medijski, pa dakle i kulturni trendovi, jasno je, unižavaju i uništavaju potencijal pisane reči. U umetnosti nema goreg usuda od pesničkog, u to sam apsolutno sigurna. Ne bezrazložno, postavlja se pitanje opstanka pisane reči kao takve.

Dok ostali oblici umetničkog izraza, čak i netendenciozno, nalaze ipak, kako-tako, put do publike, pisana reč je, u izvesnom smislu, zaboravljena. Ne samo da je knjiga zamenjena novim, svakako alternativnim, ali žalosno isprazno

konzumentskim oblicima zabave i kulturnog užitka, nego je i pisanje zamenjeno alternativnim oblicima komunikacije, sporazumevanja i razmene misli uopšte. Ljudi se više ne hvataju olovke, ako na to nisu prinuđeni, a knjige se ostavljaju praktično još u osnovnoj školi, pošto se savlada čitanje. Niko više ne čita, a knjige se, žalosno je reći, pišu mnogo, a štampaju i previše, jer takvom se štampom ne podstiče ljubav za lepu reč.

Mada se čini da samu sebe osporavam kad kažem da je previše naštampanih dela i premnogo objavljenih autora, jasno je da ovde imam u vidu novonastali auditorijum, koji ne čine ostrašćeni čitaoci poezije, klasične literature, pa ni literature uopšte. Književna hiperprodukcija u direktnom je raskoraku sa... ovde moram da zaustavim misao i zapitam se: sa čime u raskoraku, zapravo? Da li sa potrebama čitalačke publike, da li sa potrebama novonastalog tržišta? Ko ima prednost i nad kim?

Moramo se zapitati koje su stvarne potrebe savremenog čitaoca. *Može li se reći da tržišni uslovi diktiraju, bolje reći stvaraju čitalačke navike i potrebe takvih čitalaca?*

U susret opštim trendovima, da li narodu treba dati ono što narod želi? I šta je to što se zaista želi, ako se sve posmatra kroz prizmu zarade i uspeha na tržištu?

Na kraju, smemo li da dozvolimo sebi luksuz da odustanemo od borbe za kulturu? Možemo li da dozvolimo da se priklonimo zakonu jačeg, a u ovom slučaju suprotstavljamo se bezobzirnijem protivniku.

LITERATURA

Gray (1962): Camilla Gray, *The Russian Experiment in Art 1863–1922*, London: Thames and Hudson.

Clarke, Crisp (1981): Mary Clarke, Clement Crisp, *The Ballet Goers' Guide*, London: Michael Joseph Ltd.

Shead (1989): Richard Shead, *Ballet Russes*, London: Quatro Publishing.

Moris (1980): Nado Moris, *Istorija nadrealizma*, Beograd: BIGZ.

Vučković (1984): Radovan Vučković, *Moderni pravci u književnosti*, Beograd: Prosveta, Nolit, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.

DOKUMENTARNI FILMOVI

Marina Abramovic The Artist is Present, a Documentary on Her Life (2012), directed by Matthew Akers, Jeff Dupre, 1h 46min.

The Entertainer: Matthew Bourne (2002), BBC 4 Documentary, presented by David Benedict.

Vladislava V. Erdeljan

LSA Language Services Associates USA

Capita Translations & Interpreting,

Clear voice – Migrant Helpline UK

WHERE IS THE ALTERNATIVE ART TODAY,
OR: FAR AWAY FROM AVANT-GARDE

Summary: This paper analyses the alternative aspects of modern artistic views and the possibilities of taking a first step towards the avant-garde within the existent cultural circumstances. Since there are no ready-made solutions in the field of arts, the aim of the paper is to develop the right research questions. Does the art need a justification? Is it possible nowadays to consider any form of art as being avant-garde? How important the avant-garde is in arts? In the current historical context, is it realistic to expect from art to take a leading role in revolutionary social changes? To what extent is the art estimated or underestimated in today`s world? Is it justified to say that commercialism of mass culture kills avant-garde character of art? In this paper we have offered some examples of successful alternative creations within the existing artistic forms.

Key words: alternative, avant-garde, artistic expression, revolutionary, commercialism, Marina Abramovic, Matthew Bourne.

Dinko A. Gruhonjić
Univerzitet u Novom Sadu
Filozofski fakultet
Odsek za medijske studije

УДК 32.019.52:654.19(497.11)

MEDIJI CIVILNOG DRUŠTVA KAO ALTERNATIVA MEDIJSKOM MEJNSTRIMU

Apstrakt: U Srbiji već više od petnaest godina traju pokušaji da se medijska scena reformiše, pre svega na način da se uspostavi medijsko tržište i da se ukloni štetan uticaj države na medije. Jedan od modela koji je u pokušajima medijskih reformi zanemaren jesu mediji civilnog društva. Iako i zakonodavstvo u Srbiji suštinski stimuliše osnivanje ovakvih medija, oni su ostali na margini interesovanja i unutar same medijske i novinarske zajednice. U radu se razmatra pitanje iz kojih razloga ovaj model nije zaživeo kada je jasno da su upravo mediji civilnog društva oni mediji koji bi trebalo da budu najbliži građanima. Odnosno, da upravo mediji civilnog društva na najbolji način mogu da uspostave međusobnu komunikaciju između novinarstva i građana, a to jeste nužan preduslov da ovaj medijski model zaživi.

Кључне речи: непрофитни медији, медији цивилног друштва, медији заједнице, демократија, владавина права, цензура, утицај, грађани, партиципација, слобода изражавања.

KRATAK ISTORIJAT MEDIJA CIVILNOG DRUŠTVA

Mediji civilnog društva nastali su u svetu u pokušaju da se pronađe način za izbegavanje kontrole uređivačke politike, odnosno cenzure. U takvim – neprofitnim – medijima, kontrola nije u rukama vlade ili biznisa, već pre svega u rukama samoorganizovanih novinara, građana ili organizacija.

Globalno, češće je u upotrebi naziv *mediji zajednice* (community media). Za medije trećeg sektora, kako se često nazivaju, postoje i druga različita imena: neprofitni, grassroots mediji, alternativni, mediji civilnog društva, građanski mediji, ali i radikalni i gerila mediji (Atton 2015; Fuller 2007). Medije zajednice UNESCO (UNESCO) definiše kao one čija je osnovna karakteristika odgovornost prema zajednicama kojima služe. Mediji zajednice često nastaju kao rezultat rada važnih i popularnih društvenih pokreta, koji nastoje da otvore prostor za sudelovanje građana, bez političkog ili komercijalnog uplitanja. Oni su nezavisni, u vlasništvu su određene zajednice, koja i upravlja njima. Mediji zajednice su ključni deo svake pluralne „medijske ekologije” (UNESCO 2011: 7).

Kao alternativa javnim i komercijalnim medijima, oni zauzimaju važan prostor u participaciji građana, o čemu svedoče brojni primeri u svetu. Takođe, nema sumnje da mediji zajednice imaju važan društveni uticaj, od primera na Fidžiju gde „femLINK” igra važnu ulogu u osnaživanju ženskih ljudskih prava, preko indonežanskog ARNet-a¹, koji je pomagao u rehabilitaciji i rekonstrukciji nakon katastrofalnog cunamija iz 2004. godine, do senegalskog radija Ndef Leng, koji je bio primer kako uključiti manjinske grupe u društvo.

Primeri širom sveta svedoče o tome da mediji zajednice mogu imati društveni uticaj, ukoliko postoji političko okruženje koje to omogućava, kao i model samoodrživosti koji može da garantuje njihovu nezavisnost i efikasnost. Takođe, kako ističe UNESCO, zakonski i regulatorni okviri i dalje ostaju najveća prepreka za održivost medija zajednice (UNESCO 2011: 5).

UNESCO medije zajednice razumeva kao nezavisne medije, koji su bazirani na civilnom društvu, koji rade za opštu društvenu korist i koji nisu profitni (UNESCO 2011: 7). Oni su prisutni u celom svetu, kao izraz želje društvenih pokreta i lokalnih organizacija da izraze svoje stavove, brige, kulturne i jezičke potrebe. Oni omogućavaju marginalizovanim zajednicama pristup informacijama, mogućnost da se čuje njihov glas, da učestvuju u javnoj debati i donošenju odluka u zajednicama. Pojava medija zajednice često je u vezi sa širim političkim promenama, naročito sa jačanjem demokratije i civilnog društva.

Prvi mediji zajednice nastali su četrdesetih godina 20. veka, poput radija u rudarskim zajednicama u Boliviji, u Kolumbiji kao edukativni katolički radio, kao i u SAD – kao nekomercijalni FM radio.

UNESCO navodi da su mediji zajednice u Evropi mlađi. I dok štampani mediji zajednice na Starom kontinentu imaju dužu tradiciju, prvi elektronski medij zajednice je najverovatnije bio Radio Student iz Slovenije, studentska radio-stanica koja je formirana 1967. godine (UNESCO 2011: 7). Italija je 1977. godine otvorila svoje frekvencije nakon što je Vrhovni sud proglasio nelegalnim državni monopol u toj sferi. Francuska je sledila Italiju 1983. godine, a danas većina zapadnih zemalja ima poseban regulatorni okvir za emitovanje programa medija zajednice. Istovremeno, samo neke od zemalja istočne Evrope, uprkos značajnim političkim promenama tokom devedesetih godina 20. veka, imaju značajnije prisutne elektronske medije civilnog društva. Danas su u tim zemljama oni najprisutniji na internetu.

U Africi je državni monopol na emitovanje programa ostao na snazi do početka devedesetih godina prošloga veka. Lideri promena u ovoj oblasti bili su u tom periodu Mali i Južnoafrička Republika. U Maliju je državni monopol ukinut nakon revolucije iz 1991. godine, nakon čega je osnovano na stotine ruralnih radija zajednice. Nakon pada aparthejda u Južnoafričkoj Republici, radio zajednice

1 Aceh Nias Reconstruction Radio Network.

je takođe bio shvaćen kao mogućnost za uključivanje u društvo do tada isključene većine stanovništva, pa je tako nastalo više od 100 radija zajednice u toj državi.

U Australiji, Radio 5UV je 1972. godine bio prvi radio zajednice, dok je drugde u azijsko-pacifičkom regionu takav radio počeo da nastaje od 1991. godine, na Filipinima, do današnjih stotina i stotina radija zajednice u Indoneziji i na Tajlandu.

Radio Sagarmatha u Nepalju bio je 1997. godine prvi nezavisni emiter iz sfere medija zajednice, dok je Indija usvojila odgovarajuću medijsku politiku tek 2006. godine, koja je omogućila rad medija zajednice.

Pojavom interneta kao medijske platforme, stvorene su mogućnosti za distribuciju medijskog sadržaja bez potrebe za korišćenjem frekvencije. Internet je omogućio Radio AlBaladu (nekadašnjem AmmanNet Community radiju) da započne rad kao veb i satelitski emiter u Jordanu, pre nego što je dobio FM frekvenciju, nakon izmene zakonodavstva. Pre Paraolimpijskih igara 2008. godine u Pekingu, u Kini je nastala veb platforma za emitovanje programa namenjenog osobama sa invaliditetom, koju je osnovala organizacija „One Plus One”.

Uprkos rastućem globalnom trendu prepoznavanja medija zajednice i njihovog prava na postojanje, ostalo je još veoma mnogo toga da se uradi u mnogim zemljama kako bi se uspostavile politike, zakoni i regulativa koji će omogućiti i ohrabriti osnivanje i razvoj medija zajednice. Mediji zajednice se susreću sa brojnim problemima, naročito u društvima koja nemaju razvijenu demokratiju i vladavinu prava i u kojima se ne poštuju ljudska prava, uključujući i pravo na slobodu izražavanja.

AMARC² je izradio 14 principa dobre prakse za demokratsko zakonodavstvo za emitovanje programa medija zajednice (AMARC-ALC 2008), koji počivaju na tri ključne karakteristike: prepoznavanje, pristup i podrška. Prema tim karakteristikama, mediji zajednice ne bi smeli biti pokretani zbog sticanja profita, već iz razloga društvene koristi i koristi zajednice; trebalo bi da budu u vlasništvu i odgovorni prema zajednici kojoj žele da služe; i trebalo bi da obezbede učešće zajednice u kreiranju i upravljanju sadržajem. Zatim, potreban je pravni i regulatorni sistem koji osigurava jasne i transparentne procese za pristup radio-spektru i distribucijskim platformama potrebnim za delovanje medija zajednice. Tim procesom bi trebalo da upravlja telo koje je nezavisno od političkih uticaja. Pristup spektru ili naknade za licence trebalo bi da budu ili besplatni ili ti troškovi ne bi smeli da isključe zajednice s nedovoljnim resursima. Pomoć medijima zajednice bi takođe trebalo da bude osigurana putem javnih mehanizama finansiranja, kojima bi se takođe upravljalo nezavisno od političkih uticaja, a za šta postoje brojni različiti primeri u svetu.³ Međutim, ono što treba posebno naglasiti jeste

2 AMARC je svetska asocijacija emitera radija zajednice (World Association of Community Radio Broadcasters).

3 Na primer, u Francuskoj, potporni fond za nekomercijalne lokalne radio-stanice je baziran

činjenica da nije dovoljno imati dobre politike, zakone i propise ukoliko se oni efikasno ne sprovode, što je veliki problem u državama poput Srbije. Takođe, podsticajno okruženje za medije civilnog društva podrazumeva i postojanje društvenih grupa za zagovaranje civilnog društva i udruženja koja zagovaraju razvoj medija zajednice.

Istraživanje „Treći medijski sektor iz perspektive demokratski angažiranih publika” pokazalo je da neprofitne medije koristi oko 26% ispitanika u Hrvatskoj. Oko 74% ispitanika ne koristi neprofitne medije, a kao najčešće razloge naveli su to da nisu čuli za njih (45%), ne zanimaju ih (31%) ili imaju naviku da se informišu iz drugih medija (23%) (Vozab, Peruško, Čuvalo 2017: 119).

Isto istraživanje pokazalo je da publike neprofitnih medija imaju jači politički interes od publika mejnstrim medija, kao i da se više informišu od publika mejnstrim medija. Primetno je i da publike neprofitnih medija više prate informativne i dokumentarne programe na televiziji, kao i umetničku fikciju. Istraživanje je pokazalo da publike mejnstrim medija imaju jači osećaj unutrašnje političke delotvornosti od publika mejnstrim medija. „Drugim rečima, osobe koje se osećaju sposobnijima utjecati na politiku i političke procese vjerovatnije su i one koje će pratiti neprofitne medije” (Vozab, Peruško, Čuvalo 2017: 122).

Sve u svemu, uloga medija civilnog društva razlikuje se u različitim društvima i medijskim sistemima. U SAD se javljaju kao nadopuna komercijalnim medijima, a u evropskim sistemima sa jakim javnim medijskim servisima pružaju alternativne diskurse, dok u zemljama u razvoju služe za demokratizaciju i transformaciju društva (Doliwa, Ranković 2014: 21). U Evropskoj uniji oni su važni za podsticanje medijskog pluralizma i aktivnog građanstva i samim tim i za dalju demokratizaciju društva (Coyer, Hintz 2010). U postsocijalističkim društvima sa slabijim civilnim društvom i slabijim poistovećivanjem građana s demokratskim procesima i procedurama neprofitni mediji mogu služiti kao doprinos za aktivno građanstvo, što je veoma važno. Hrvatska medijska politika bi „poticanjem neprofitnih medija uz ostvarivanje medijskog pluralizma i raznolikosti jačala demokratski potencijal građana” (Vozab, Peruško, Čuvalo 2017: 127).

MEDIJI CIVILNOG DRUŠTVA U SRBIJI

Uprkos često restriktivnim modelima regulacije, mediji zajednice opstaju. S jedne strane nalazi se želja za slobodom izražavanja koja je neuništiva, a sa druge strane živimo u vremenu interneta, odnosno platforme koja je prirodni saveznik medija zajednice, pošto im pruža mogućnost da ih prate publike bez obzira na

na taksu za komercijalne emitere. Južnoafrička Agencija za razvoj medija i različitosti ima mešoviti model, koji uključuje doprinose privatnih i javnih emitera fondu namenjenom za podršku medijima zajednice i malim komercijalnim medijima.

ograničenja nacionalnih zakonodavstava i bez obzira na granice među državama. Zato ne čudi što su mediji civilnog društva i u Srbiji najprisutniji na internetu.

Učešće publike u kreiranju sadržaja, ali i u upravljanju i finansiranju medija zajednice jeste jedna od osnovnih njihovih karakteristika. Dakle, mediji treba da zadovolje potrebu savremene publike za kraudsorsingom (crowdsourcing), odnosno za uključivanjem publike u proizvodnju sadržaja. Na taj način, mediji zajednice zadovoljavaju potrebu publike za participacijom ne samo u slobodi konzumiranja medijskih sadržaja, već i u njihovoj proizvodnji.

Mediji zajednice možda mogu da predstavljaju i adekvatan odgovor novinara na sve veću tabloidizaciju medija, senzacionalizam, klikbejt (clickbait) naslove, „alternativne činjenice“, lažne vesti (fake news), cenzuru, autocenzuru, niska primanja, negativan uticaj političara i oglašivača na uređivačke politike... „Novinari su, dakle, došli do prelomnog momenta kada treba da odluče da li žele da održe živim odgovorno novinarstvo i da otkriju šta je njihova *terra nova* ili nova platforma” (Gruhonjić 2016: 16a).

Medijske reforme u Srbiji traju već više od 15 godina, ali na medijskom tržištu još uvek vlada haos. „Što se više trudimo da povećamo medijski pluralizam, on je sve krhkiji. Što se više borimo za javni interes u sferi javnog informisanja, njega je sve manje. I što više ukazujemo na potrebu da građani budu u centru pažnje, to je sve veća medijska zastupljenost predstavnika izvršne vlasti. Dok zakoni pokušavamo, godinama, da uklonimo državu iz medijske sfere, njen uticaj postaje sve snažniji i presudniji. I što više upozoravamo medijske poslanike da je potrebno tražiti nove, alternativne modele rada, to je više onih koji bi da budu u poziciji državnog službenika zalutalog u vremenu” (Sejdinović 2016: 5).

Iako se većina medijskih stručnjaka slaže u oceni da u Srbiji postoji relativno dobar zakonski okvir, činjenice govore da model medija civilnog društva nije zaživeo u većoj meri. A nakon dva talasa kontroverznih privatizacija medija, nakon retrogradnih procesa na javnim medijskim servisima i uzimajući u obzir činjenicu da većina komercijalnih medija i ne pokušava da informiše u javnom interesu, postaje potpuno jasno da mediji civilnog društva „mogu da popune praznine u javnom informisanju na lokalnom i regionalnom nivou koje su, između ostalog, i posledica gašenja ili najavljenih gašenja pojedinih medija” (Sejdinović 2016: 6).

Iako nedovoljno upotrebljeni u medijskoj praksi, već je sada potpuno jasno da mediji civilnog društva u ovom trenutku predstavljaju jednu od najvažnijih alternativa mejnstrim medijima. U medijima poput Balkanske istraživačke mreže (BIRN), Mreže za istraživanje kriminala i korupcije (KRIK), Centra za istraživačko novinarstvo Srbije (CINS), Vojvođanskog istraživačko-analitičkog centra (VOICE) i njima sličnim, gotovo po pravilu ćemo pronaći istraživačko i analitičko novinarstvo, koje na ozbiljan način istražuje društvenu svakodnevicu. Zajedničko svim ovim medijima jeste da je reč o internetskim platformama. Zajedničko im je

i da su neprofitni, odnosno da se finansiraju putem projekata i donacija građana.

„Kritika sadržaja mejnstrim medija, objavljivanje alternativnih stavova i iskustava, otvaranje tabuiziranih tema, analitičko i istraživačko novinarstvo – obavezne su teme kojima se bave mediji civilnog sektora, suočavajući građane sa društvenom stvarnošću u kojoj žive, a koja se često ne može videti u mejnstrim medijima. Takvi mediji, za razliku od komercijalnih i stranačkih medija, imaju agendu koja je posvećena javnom interesu u sferi javnog informisanja, što je jedna od ključnih stvari za proces demokratizacije zemlje, ali i za očuvanje osnovnih vrednosti novinarstva kao profesije” (Gruhonjić 2016a).

Jedini pravni akt u Srbiji koji decidno pominje medije civilnog društva u Srbiji jeste Zakon o elektronskim medijima, pa u svom članu 72. navodi da su audio-vizuelne medijske usluge civilnog sektora one koje se pružaju radi „zadovoljavanja specifičnih interesa pojedinih društvenih grupa (nacionalne manjine, omladina, stari, osobe sa invaliditetom itd.) i organizacija građana, a ne radi sticanja dobiti”, da ih može pružati samo neprofitna organizacija, da se ta usluga može pružati samo u okviru lokalne ili regionalne zone pokrivanja, kao i da se na te usluge primenjuju odredbe zakona koji uređuje obaveze pružaoca medijske usluge javnog servisa u ostvarivanju opšteg interesa (Stojković 2016).

Kada je u pitanju osnivanje elektronskih medija civilnog sektora, Zakon o elektronskim medijima navodi da privredni subjekti ne mogu biti osnivači takvih medija, „pa se može zaključiti da samo neprofitne organizacije mogu da osnivaju ovakve medije. Što se tiče drugih formi medija civilnog sektora (štampani i onlajn), nema izričite zabrane da privredna društva budu izdavači takvih medija, ali priroda i funkcija medija civilnog sektora suštinski isključuje mogućnost da ih osnivaju privredna društva (i uopšte privredni subjekti), pa je moguće izvući analogiju sa ograničenjima koja postoje za elektronske medije. U tom smislu, pri osnivanju izdavača, treba ipak koristiti neku od formi neprofitnih organizacija, i to udruženje ili fondaciju” (Stojković 2016: 24).

Kada je finansiranje medija civilnog sektora u pitanju, u Zakonu o elektronskim medijima se nabrajaju mogući izvori finansiranja: javna sredstva namenjena projektnom sufinansiranju javnog interesa u sferi javnog informisanja, donacije, prilozi građana, sponzorstva i drugi izvori prihoda. Ovakav način finansiranja primenljiv je i na ostale vrste medija civilnog sektora, a ne samo na elektronske. Drugo je pitanje koliko je i da li je u praksi moguće doći do tih sredstava, kao i da li su ta sredstva dovoljna za finansiranje i opstanak medija civilnog sektora.

Elektronski mediji civilnog sektora su zakonski oslobođeni obaveze plaćanja naknade Regulatornom telu za elektronske medije (REM), te se može reći da su donekle i privilegovani u odnosu na ostale elektronske medije. Naknada organizacijama koje se bave zaštitom autorskih prava, poput SOKOJ-a i OFPS/PI-a takođe je za 50% niža za medije civilnog sektora nego li za ostale elektronske medije. Sa druge strane, i SOKOJ i OFPS/PI predviđaju „neprimereno visoke naknade za

veb radio i TV, što značajno može da utiče na finansijsku održivost medija civilnog sektora koji odluče da se distribuiraju na ovaj način” (Stojković 2016: 31).

PRIMERI IZ PRAKSE

Među retkim televizijama civilnog sektora u Srbiji je televizija „Forum” iz Prijepolja, koju je 2008. godine osnovalo udruženje „Forum žena” iz tog grada. Reč je o regionalnoj TV stanici, čiji se program može gledati na području jugozapadne Srbije i u delu centralne Srbije. Njihove programske sadržaje publika može pratiti i na društvenim mrežama, kao i na sajtovim. Jedna od osnivačica ovog medija, Mileva Malešić, u više navrata je napomenula da je najveći izazov za osnivanje televizije bio da se obezbede sredstva za nabavku skupe televizijske tehničke opreme.

Prema njenim navodima, televizija „Forum” se u najvećem procentu izdržava putem projektnog sufinansiranja, a u manjem delu od marketinga. Najčešće se bave temama koje su u vezi sa ženskim ljudskim pravima, ali se bave i ostalim manjinskim i marginalizovanim grupama, kao i aktuelnostima iz lokalne zajednice. „Imamo deset zaposlenih. Isti tim radi na projektnim aktivnostima i programskim sadržajima TV stanice, a brine i o portalu i društvenim mrežama. Razlog su finansije. Svi u timu znaju svoju ulogu u obezbeđivanju funkcionisanja medija, posvećeni su i znaju da jedino tako možemo opstati. U timu imamo spoj iskustva i mladosti, a znanje i obrazovanje, kao i želja za daljim usavršavanjem preduslovi su za ulazak u našu redakciju. Profesionalni odnos i poštovanje etičkog kodeksa novinara su na prvom mestu”, ispričala je Mileva Malešić (Leđenac 2016: 137).

Kada je reč o participaciji građana, TV „Forum” često saraduje sa raznim društvenim grupama po principu volonterizma, pa je tako kroz televiziju prošlo mnogo volontera, mahom srednjoškolaca i mladih studenata. Većina koja je sada zaposlena na toj televiziji prvo je na njoj volontirala. Osnivačice televizije naglašavaju da je jedna od najvažnijih stvari neprestana obuka, treninzi, seminari i edukacije, jer je to najvažniji preduslov i za kvalitetan novinarski rad, ali i za dobro poslovanje. „Sugrađani nas podržavaju, gledaju i doživljavaju kao svoj medij. To nije slučaj i sa lokalnom vlašću. Ali to tako valjda treba da bude, ako smo njihovi stvarni kontrolori i korektori a ne poslušnici”, ispričala je Mileva Malešić (Leđenac 2016: 137).

Ilustrativno je da je, prema podacima iz REM-ovog Registra medijskih usluga u Srbiji, registrovano 13 elektronskih medija koji su označeni kao mediji civilnog društva, tri čiji su osnivači fondacije i 18 čiji su osnivači crkve i verske zajednice (Stojković 2016). Ti podaci svakako upućuju na zaključak da mediji civilnog društva nisu dovoljno iskorišćeni kao mogućnost u Srbiji. Kao što je prethodno

napomenuto, stručnjaci za ovu tematiku smatraju da je glavni razlog za to suštinsko neprepoznavanje značaja ovakvih medija. Svakako, prisutan je i strah novinara prilikom osnivanja takvih medija, jer nisu sigurni u njihovu održivost i načine finansiranja. „Neka rešenja je moguće naći u okviru postojeće regulative (na primer raspisivanje posebnih konkursa za projektno sufinansiranje medija civilnog sektora...)” (Stojković 2016: 32), ili je moguće – kao što predlažu pojedini stručnjaci – formirati poseban fond iz kog bi se, putem projekata, finansirali isključivo mediji civilnog sektora, za šta postoje primeri u Evropi, poput Francuske, Švedske, Danske, Holandije, Velike Britanije, Austrije.

U SAD „čak 40-50% prihoda pojedinih medija civilnog sektora dolazi od donacija samih građana. U ovom trenutku, u Srbiji je moguće primeniti dva načina finansiranja – iz donacija i ostvarenih prihoda, dok su prilozi građana i kompanija kao treći način finansiranja nedovoljno prepoznati” (Milošević 2016: 93).

Kada je reč o donacijama građana, govorimo pre svega o kraudfandingu (crowdfunding). To je „proces u kome finansijske donacije kroz onlajn zajednice omogućavaju da već osmišljeni medijski projekti dođu do tržišta i publike. Publika u procesu crowdfunding ne može uticati na sam projekat, ne može ga oblikovati, menjati, ali može uticati na sadržaj koji želi da gleda, sluša, čita, direktno podržavajući one projekte koji joj se dopadaju i koji će, u idealnom slučaju, obogatiti, unaprediti zajednicu. *Crowdfunding* u fokus vraća angažman, relevantnost, aktivizam, ali i emocionalnu vezu koja se ostvaruje na relaciji publika–producenti–medijski sadržaj” (Dragičević Šešić, Martinoli 2016: 63).

Internetski radio „Daško i Mlađa” (www.daskoimladja.com) jedan je od retkih uspešnih primera kraudfandinga u Srbiji. Onlajn radio osnovali su radijski voditelji iz Novog Sada Daško Milinović i Mladen Urdarević, i to praktično u iznudici i kao neku vrstu eksperimenta na kraudfandingu. Ova dvojica radijskih voditelja prethodno su popularnost stekli na regionalnom Radiju „As” iz Novog Sada, a nakon nesporazuma sa privatnim vlasnikom prešli su na „Radio B92”, gde su – kao i na „Asu” – vodili popularni jutarnji program. Kada je B92 transformisan u „Plej” (Play) radio, Daško i Mlađa su prešli na omladinski „O radio” Radio-televizije Vojvodine, gde su proveli godinu dana, nakon čega rukovodstvo pokrajinskog javnog servisa nije želelo s njima da produži saradnju. U sva tri slučaja, prema navodima Milinovića i Urdarevića, razlozi za prekid saradnje bili su pre svega političko-cenzorske prirode, pošto je njihov rad ocenjen kao „isuviše politički provokativan”.

Nakon toga, odlučili su da pokušaju da pokrenu internetski radio. Pozvali su publiku u pomoć, organizovali kampanju kraudfandinga i od slušalaca su dobili sva potrebna sredstva za opremanje radijskog studija. Potom su pokrenuli i kampanju stalne mesečne pretplate, na koju su se takođe slušaoci odazvali. Internetski radio „Daško i Mlađa” funkcioniše od 29. novembra 2016. godine, a, prema njihovim rečima, sredstva koja dobijaju putem mesečnog kraudfandinga dovoljna su i

za održavanje radija i za njihove honorare.

„Ovo ne bi bilo moguće da nema vas koji nas podržavate. Zapravo, ne bi bilo moguće bez nas, ali i vi ste jako važni! Trudićemo se da svako jutro učinimo manje groznim, a onima koji nas prate na podcastu, jer imaju bolji život, bez jutarnjeg ustajanja, da ulepšamo dan ili noć. Bez cenzure, bez ičijih pritisaka. Odgovaramo samo sopstvenoj savesti, ukusu i vama. Radio kakav smo oduvek želeli. Sa ambicijom da ovo mesto na netu postane stecište svih slobodnomislećih ljudi koji imaju šta da kažu. Kad na programu nije ALARM, ovde će uvek biti dobre muzike, a nadamo se i još sadržaja. Ne oklevajte da nam pišete i javljate nam sve što imate, nešto će sigurno biti i važno i pametno!”, navode Daško i Mlađa na svom sajtu.

Mreža za istraživanje kriminala i korupcije (KRIK) iz Beograda, koja se bavi istraživačkim novinarstvom i velikim delom se još uvek finansira kroz projekte, takođe je uvela princip kraudfandinga, uz napomenu da je reč o principu kojem teže u budućnosti. Glavni urednik KRIK-a, Stevan Dojčinović, više puta je u javnosti govorio o tome da treba raditi na uspostavljanju savezništva između medija civilnog sektora i građana, kao i na izgrađivanju svesti o tome, i kod građana i kod medija. On je dodao da je cilj KRIK-a da kroz koju godinu dostigne nivo da 50% novca potrebnog za održavanje portala predstavljaju donacije građana, kao i „komercijalni prihodi”, pod kojima podrazumeva prihode koje KRIK stiže kroz organizovanje obuka i edukacija. U 2017. godini, prema njegovim rečima, ta sredstva su činila oko 15% godišnjeg budžeta KRIK-a, dok su ostatak pribavljali kroz „klasičan fandrejzing” (fundraising), odnosno kroz projektno sufinansiranje sadržaja.

„Skupljanje donacija od građana je kompleksno polje kojem se mora ozbiljno posvetiti bar jedna osoba iz medija. Potrebno je pokrenuti kampanju, koja će uključivati i edukaciju građana o tome zašto je bitno da doniraju i konstantno ih podsećati na tu mogućnost. Veliku ulogu u ovom segmentu igraju društvene mreže, u koje takođe treba uložiti vreme i novac, kako bi se doprlo do velikog broja ljudi. Osim toga, potrebno im je jasno pokazati na šta će njihov novac biti utrošen, a zatim im isporučiti i rezultate” (Leđenac 2016: 141).

Mediji civilnog društva u Srbiji ponekad kraudfanding kampanje koriste i da bi od publike zatražili pomoć kada se nalaze u finansijskim problemima. Tako je portal „Autonomija” iz Novog Sada u maju prošle godine kreirao uspešnu kampanju tokom koje je od čitalaca uspeo da u roku od nedelju dana prikupi više od 400.000 dinara, kako bi mogao da isplati sudsku presudu.

„Vaša i naša 'Autonomija' je sada već pod žestokom baražnom vatrom režima u Srbiji i prinuđeni smo da od svih vas, naših čitalaca u Vojvodini, Srbiji i u inostranstvu, zatražimo i finansijsku pomoć, jer ćemo – sada je to više nego očigledno – jedino na taj način opstati. Pored pretnji smrću koje neprestano dobijamo i koje su orkestrirane sa izjavama pojedinih visokih funkcionera režima, pored činjenice da niti jedna od pretnji – doslovno nikada – nije procesuirana, pored neprestanih tabloidnih laži i uvreda zahvaljujući kojima su naši urednici

i novinari dobili 'status' državnih neprijatelja, pored mnogobrojnih drugih problema sa kojima se svakodnevno susrećemo u radu i životu – sada smo skandaloznom i više nego očigledno politički motivisanom presudom Apelacionog suda u Beogradu osuđeni da platimo nešto manje od 400.000 dinara po jednoj besmislenoj privatnoj tužbi (...). 'Autonomija', kojoj je izdavač Nezavisno društvo novinara Vojvodine, medij je civilnog sektora i finansira se isključivo putem namenskih projekata sa namenskim troškovima. Drugim rečima, 'Autonomija' nema sredstava da plati drakonsku kaznu koja nam je razrezana, a ukupan iznos sredstava treba da plati najkasnije do 30. maja. Pozivamo vas zato da iskažete solidarnost i da nam finansijski pomognete...”, napisala je „Autonomija” u pozivu za kampanju.

Boris Džinić, urednik za društvene mreže na tom portalu koji je osnovalo Nezavisno društvo novinara Vojvodine, rekao je da u ovakvim kampanjama veliku pomoć mogu da pruže društvene mreže, zbog čega je za medije civilnog društva od izuzetne važnosti da ulažu sredstva u obuku za rukovanje promocijama medijskih sadržaja na društvenim mrežama, pre svega na Fejsbuku (Facebook) i Tviteru (Twitter). „Sve u svemu, mediji civilnog društva treba da kreativno koriste mogućnosti koje im pružaju nove tehnologije kako bi došli do publike, kako bi sa njom uspostavili što bliži kontakt, kako bi pronalazali modele održivosti i, na kraju, ostvarivali svoje ciljeve” (Leđenac 2016: 141).

ZAKLJUČAK

Mediji civilnog društva koji postoje u Srbiji u najvećem broju slučajeva predstavljaju stvarnu i istinsku alternativu mejnstrim medijima. Oni predstavljaju i suštinsku alternativu senzacionalizmu i tabloidizaciji medija, kao i odgovor novinarske zajednice na pokušaje „sophisticirane” cenzure od strane vlasti, odnosno sprege političke i ekonomske moći i ucena koje s te strane dolaze prema medijima. „Sophisticirana cenzura” je zapravo „cinična sintagma kojom se opisuje sinergija biznismena i političara, s ciljem uspostavljanja potpune kontrole nad medijima. Recept je suštinski veoma jednostavan: vlasnici najvećih marketinških agencija obavezno su bliski sa političkom partijom koja je u tom momentu najmoćnija u Srbiji. Oni od medija avansno otkupljuju termine i prostor za oglašavanje, a potom kroz ulogu posrednika usmeravaju oglase velikih i ostalih kompanija u medije. Mehanizam je razrađen, a 'jedan poziv menja sve'. Dakle, bez obzira na činjenicu što je (svojevremeno) emisija 'Insajder', zahvaljujući razotkrivanju primera korupcije, privrednog kriminala i sprege pojedinih biznismena i političara, povećala i gledanost i uticaj TV B92, to – suprotno tržišnoj logici – nije privuklo i više oglašivača, već upravo suprotno! Poruka upućena ovom mediju je jasna: odustanite od 'Insajdera', nemojte se baviti istraživačkim novinarstvom!” (Gruhonjić 2016b: 123).

U takvim okolnostima i na tako neuređenom medijskom tržištu, što je problem kojem su posvećena brojna istraživanja iz oblasti struke i nauke a među najzanimljivijima su ona koja je sproveo Savet za borbu protiv korupcije Vlade Srbije i objavio ih 2011. i 2015. godine, opstanak na tržištu uz obezbeđivanje nezavisnosti uređivačke politike je praktično „nemoguća misija” bez pravljenja kompromisa koji na kraju vode najčešće ka autocenzuri, a koja je u stvari usko povezana sa „sostificiranom cenzurom” o kojoj je bilo reči.

Zbog takvih okolnosti, mediji civilnog društva u Srbiji zapravo predstavljaju priliku za novinare da u njima pronadu tu „novu zemlju” u kojoj je moguće sačuvati se od finansijsko-političkih pritisaka i nastaviti se baviti novinarstvom u punom smislu reči, dakle i onim „dubljim”, analitičkim i istraživačkim novinarskim formama.

Kao što je navedeno, osnivanje medija civilnog društva u Srbiji je posao koji formalno nije komplikovan, ali je njihovo održavanje i opstajavanje veoma složen proces na kojem se mora neprestano raditi. Uprkos činjenici da stepen medijskih sloboda, prema relevantnim domaćim i stranim istraživanjima, u Srbiji iz godine u godinu opada, kod nas mediji civilnog društva još uvek nisu zaživeli u dovoljnoj meri. Razlozi za to leže pre svega u činjenici da ti mediji „trećeg puta”, koji nisu niti komercijalni niti javni, još uvek nisu dovoljno prepoznati od strane novinarske zajednice. Sledeći razlog je svakako zebnja novinara da se upuste u poduhvat osnivanja i održavanja medija civilnog sektora. Treći razlog je svakako nedovoljno razvijeno demokratsko društvo, pa često ni mediji ni organizacije civilnog društva ne shvataju da su upućeni jedni na druge ukoliko zaista žele da predstavljaju čvrst četvrti stub demokratije.

Svakako, jedan od najvažnijih razloga zašto u Srbiji još uvek imamo tako malo medija civilnog društva leži u činjenici da nije uspostavljen savez između medijski pismenih građana i samih medija. Za to sasvim izvesno nisu krivi samo građani, već i mediji koji im se ne obraćaju u dovoljnoj meri, ne samo da bi zatražili finansijsku potporu od njih, već da bi ih – zauzvrat – pozvali da učestvuju u kreiranju medijskih sadržaja. Jer, ništa nije prirodnije od toga da u eri participacije građana upravo mediji civilnog društva, to jest mediji zajednice, budu oni koji treba da budu najbliži građanima, odnosno zajednici. I to ne samo građanima koji žive u Srbiji, nego i građanima koji su se privremeno ili za stalno odselili iz Srbije, a koji su takođe zainteresovani za dešavanja u društvu u Srbiji. Ukoliko, pak, mediji civilnog društva ne uspostave komunikaciju sa građanima, male su šanse da će oni ikada u Srbiji uspeti da zažive a još teže – da prežive.

LITERATURA

AMARC-ALC (2008): *Principles for a Democratic Legislation on Community Broadcasting*, http://amarcwiki.amarc.org/upload/documents/Principles_Community_Broadcasting_Legislation.pdf

Aton (2015): Chris Atton, *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*, Oxford, New York: Routledge.

Autonomija, informativno-politički portal, posećen tokom decembra 2017, www.autonomija.info

Bejli, Kamerts, Karpentier (2008): Olga Guedes Bailey, Bart Cammaerts, Nico Carpentier, *Understanding Alternative Media*, Open University Press.

Balkanska istraživačka mreža, portal, posećen tokom decembra 2017, birnsrbija.rs

Bakli, Duer, Mendel, Osiokru (2008): Steve Buckley, Kreszentia Duer, Toby Mendel, Sean O'Siochru, *Broadcasting, Voice and Accountability: A public interest approach to policies, laws and regulations*, Ann Arbor: University of Michigan Press.

Karpentier, Li, Serves (2007): Nico Carpentier, Rico Lie, Jan Servaes, Multitheoretical Approaches to Community Media: Capturing Specificity and Diversity, in: L. K. Fuller (Ed.), *Community Media. International Perspectives*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Centar za istraživačko novinarstvo Srbije, portal, posećen tokom decembra 2017, www.cins.rs

Kojer, Hinc (2010): Kate Coyer, Arne Hintz, Developing the "Third sector": Community Media Policies in Europe, in: B. Klimkiewicz (Ed.), *Media Freedom and Pluralism*, Budapest and New York: Central European University Press.

Daško i Mlađa, internetski radio, posećeno u decembru 2017. na www.daskoimladja.com

Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue (Adopted by the Committee of Ministers on 11 February 2009, at the 1048th meeting of the Ministers' Deputies), Council of Europe.

Doliva, Ranković (2014): Urszula Doliwa, Larisa Ranković, Time for community media in Central and Eastern Europe, *Central European Journal of Communication*, 7, 18–33.

Dragičević Šešić, Martinoli (2016): Milena Dragičević Šešić, Ana Martinoli, Upravljanje medijima civilnog društva, u: N. Sejdinović (ur.), *Mediji civilnog društva – uputstvo za upotrebu*, Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine, 47–90.

Dauning (2011): John D. H. Downing, *Encyclopedia of Social Movement Media*, Sage. *femLINK*, posećeno u decembru 2017, <http://www.femlinkpacific.org.fj>

Fuler (2007): Linda K. Fuller, *Community Media. International Perspectives*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Gruhonjić (2016a): Dinko Gruhonjić, Mediji civilnog društva (mediji zajednice) – iskustva razvijenih zemalja, u: N. Sejdinović (ur.), *Mediji civilnog društva – uputstvo za upotrebu*, Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine, 7–18.

Gruhonjić (2016b): Dinko Gruhonjić, *Odnos novinarskih žanrova na tradicionalnom radiju i radiju na internetu*, doktorska disertacija, Beograd: Fakultet političkih nauka.

Habermas (1989): Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Izveštaj o finansiranju medija iz budžeta lokalnih samouprava (2012), posećen u decembru 2017, http://www.ndnv.org/wp-content/uploads/2012/09/Medijaska-koalicija_

Ksiazek, Malthaus, Webster (2010): Thomas B. Ksiazek, Edward C. Malthouse, James G. Webster, News-seekers and Avoiders: Exploring Patterns of Total News Consumption Across Media and the Relationship to Civic Participation, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, (54) 4, 551-568.

Leđenac (2016): Maja Leđenac, *Mediji civilnog društva – iskustva iz zemlje i regiona*, u: N. Sejdinović (ur.), *Mediji civilnog društva – uputstvo za upotrebu*, Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine, 135-144.

Milošević (2016): Snežana Milošević, *Kako do novca za medije civilnog društva?*, u: N. Sejdinović (ur.), *Mediji civilnog društva – uputstvo za upotrebu*, Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine, 91-102.

Mreža za istraživanje kriminala i korupcije KRIK, portal, posećen u decembru 2017, www.krik.rs

Peruško (2008): Zrinjka Peruško, *Mediji, kultura i civilno društvo*, Zagreb: Jesenski & Turk. *Podzakonska akta koja usvaja Regulatorno telo za elektronske medije (REM), a koji se tiču ostvarivanja zakonskih obaveza elektronskih medija.*

Pravilnik o dokumentaciji koja se prilaže u postupku registracije medija u Registar medija, *Službeni glasnik RS*, 126/2014 i 61/2015.

Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja i medijima, *Službeni glasnik RS*, 16/2016.

Recommendation CM/Rec.2007.2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content (Adopted by the Committee of Ministers on 31 January 2007 at the 985th meeting of the Ministers' Deputies), Council of Europe

Savet za borbu protiv korupcije (2011): *Izveštaj o pritiscima i kontroli medija u Srbiji*, posećen u decembru 2017, <http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/izvestaj%20mediji%2026%2002.pdf>

Savet za borbu protiv korupcije (2015): *Izveštaj o vlasničkoj strukturi i kontroli medija u Srbiji*, posećen u decembru 2017, <http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/izvestaj%20mediji%2026%2002.pdf>

Sejdinović et al. (2016): *Mediji civilnog društva – uputstvo za upotrebu*, Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine.

Stojković (2016): Miloš Stojković, *Pravni okvir za medije civilnog sektora*, u: N. Sejdinović (ur.), *Mediji civilnog društva – uputstvo za upotrebu*, Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine, 19-34.

Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine, posećeno u decembru 2017, <http://www.kultura.gov.rs/lat/strategija-razvoja-sistema-javnog-informisanja-u-republici-srbiji-do-2016-godine-0>

The State of Community Media in the European Union, Policy Department, Structural and Cohesion Policies. Culture and Education, European Parliament, IP/B/CULT/FWC/2006-169/Lot03/C01 27/09/2007.

UNESCO (2011): *Community media: a good practice handbook*, posećeno u decembru 2017, <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/community-media-a-good-practice-handbook/>

Vozab, Peruško, Čuvalo (2017): Dina Vozab, Zrinjka Peruško, Antonija Čuvalo, Treći medijski sektori za perspektive demokratski angažiranih publika, *Politička misao: časopis za politologiju*, Vol. 54 No3, Zagreb: Fakultet političkih znanosti, 108-131.

Zakon o elektronskim medijima, *Službeni glasnik RS*, 83/14 i 6/2016.

Zakon o javnom informisanju i medijima, *Službeni glasnik RS*, 83/2014 i 58/2015.

Zakon o javnim medijskim servisima, *Službeni glasnik RS*, 83/2014 i 103/2015.

Zakon o oglašavanju, *Službeni glasnik RS*, 6/2016.

Zakon o privrednim društvima, *Službeni glasnik RS*, 36/2011, 5/2015.

Zakon o udruženjima, *Službeni glasnik RS*, 51/2009 i 99/2011.

Zakon o zadužbinama i fondacijama, *Službeni glasnik RS*, 88/2010.

Dinko A. Gruhonjić

University of Novi Sad

Faculty of Philosophy

Department for Media Studies

CIVIL SOCIETY MEDIA AS AN ALTERNATIVE TO MAINSTREAM MEDIA

Summary: Civil society media in Serbia are mostly the real and true alternative to mainstream media. They represent the essential alternative to the sensationalism and tabloidism of media, and are also seen as a response of the journalistic community to the Government's constant attempts of "sophisticated censorship", which is, actually, a coupling of political and economic power which includes blackmailing the media. "Sophisticated censorship" is, actually, "a cynical syntagm used to describe the synergy of businessmen and politicians, with their goal being the absolute control of media. The recipe is, essentially, quite simple: the owners of the biggest marketing companies are always close to the political party currently holding power in Serbia. They buy advertising time slots in advance and then, acting as a mediator, direct the companies' advertisements to the media. This mechanism is well developed, and "one call can change everything". Therefore, in spite of the fact that (once) the program "Insider", thanks to its' disclosure of many different examples of corruption, economic crime and coupling of businessmen and politicians, helped TV B92 achieve a higher rating and to have more influence on its-viewing audience, all this – in spite of market logic – did not attract far more advertisers, but, instead, attracted far less! The message being sent to this media is clear: give up on "Insider", stop doing investigative journalism! (Gruhonjić 2016b: 123).

The chaotic media market in Serbia is a problem dealt with in many research studies; one of the most interesting is the one carried out by the Anti-Corruption Council of the Government of Serbia, published in 2011 and 2015. Under the present turbulent circumstances, it is almost impossible for media to survive without having to make compromises usually leading to self-censorship, which is closely connected to the previously mentioned "sophisticated censorship".

As a result, civil society media in Serbia are an opportunity for journalists to find the “new land” where they can be free from financial and political pressure and where they can continue working on “deeper”, analytical and investigative journalistic forms.

As stated above, establishing civil society media in Serbia is not a complicated task, but maintaining them and surviving the pressure is a very complex process which requires constant work. Despite the fact that the freedom of the press, according to both Serbian and foreign research studies, is decreasing year by year, civil society media in our country have not developed enough. The reason behind this is, primarily, the fact that these “third way” media, which are neither commercial nor public, have not been recognized enough by the journalistic society. The second reason is, most certainly, the journalists’ fear of establishing and maintaining media in the civil sector. The third reason is the insufficiently developed democratic society, leading to a situation where neither the media nor the civil society organizations realize that their cooperation is necessary if they truly want to represent the fourth pillar of democracy.

Surely, one of the main reasons why the number of civil society media is quite low is the fact that there is no communication between media literate citizens and the media themselves. The citizens are not the only ones to blame, though, as the media do not communicate with them, not just in order to ask for financial support, but also to invite citizens to participate in creating media content, as a way of returning the favor. In an era where citizen participation is encouraged, it is completely natural that the community media are those who should be closest to citizens and not only to citizens residing in Serbia, but also to citizens who are temporarily or permanently living in other countries. If civil society media do not establish communication with citizens, chances are small that they will ever be able to come to life in Serbia, and even smaller that they will survive in such a surrounding.

Key words: non-profit media, civil society media, community media, democracy, rule of law, censorship, influence, citizens, participation, freedom of expression.

Ivana S. Ignjatov Popović
Visoka škola strukovnih studija
za obrazovanje vaspitača
Novi Sad

УДК 37.036-053.2
316.774:004]:159.9

DRAMSKA UMETNOST U DEČJEM UČENJU I RAZVOJU KAO ALTERNATIVA ELEKTRONSKIM MEDIJIMA

Apstrakt: Poznato je da deca stiču najviše veština i osnovnih znanja do dvanaeste godine života. Vreme u kome živimo, kada elektronski mediji zauzimaju primat u životu čoveka, donosi sa sobom problem otuđenosti pojedinca, a kod dece (zbog izloženosti nasilnim sadržajima kojima obiluju kako crtani filmovi, tako i video-igrice) manjak empatije i kreativnosti, ali i ozbiljan problem pri razvoju motorike. Ako znamo da deca najlakše uče kroz igru, dramska umetnost se pojavljuje kao jedno od dobrih rešenja za prevazilaženje spomenutih problema. Spajanjem igre i umetnosti kroz dramu, deci stvaramo polje na kome mogu da eksperimentišu i koriste maštu na putu do ostvarenja cilja – konačne predstave. Nebitno je koji oblik dramske umetnosti deca koriste u svojoj igri – i klasična i lutkarska predstava podstiču razvoj estetskih osećanja, emocija, empatije, kritičkog rasuđivanja, ali su odlični i za razvoj fine motorike i koordinacije pokreta. Pored ovoga – rad na predstavi podstiče timski duh unutar grupe, ali i samopouzdanje pojedinca (deteta).

Ključne reči: deca, drama, učenje, igra, psihomotorni razvoj.

„Pozorište može publiku da natera na suze ili smeh,
da uzbudi maštu, da nas 'izvuče iz nas samih' u jedan širi,
zajednički doživljaj.” (Harvud)

„... još uvek verujem da je pravo na igru osnovno za ljudsku psihu
te da će ljudi nastaviti da stvaraju pozorište iz potrebe da razumeju bolje
i menjaju svoje svetove.” (Prentki)

Zabrinjavajuć je odnos (nezainteresovanost) naučne zajednice, ali i društva uopšte, prema dečijem učenju i razvoju. Ova se opaska prvenstveno odnosi na one koji nemaju direktnog kontakta s problematikom predškolskog i obrazovanja u nižim razredima osnovne škole. Primetna je tendencija da se ovaj period obrazovanja smatra manje bitnim od onog koji dolazi kasnije.¹ Zaboravlja se činjenica da, ukoliko postavimo zdrave osnove u najranijem periodu, možemo izbeći

¹ Što donekle utiče i na to da se često za profesiju vaspitača ili učitelja opredeljuju oni pojedinci koji bi se, možda, bolje istakli u nekoj drugoj profesiji.

mnoge probleme koji se javljaju tokom odrastanja nekih pojedinaca, a приметни су у њиховом односу према вршњацима, али и околини уопште. Става смо да корен многих проблема лежи управо у неадекватном односу друштва према најранијем учењу (менталном и физичком развоју појединца), а што се све манифестује кроз деције понашање – како у најранијем узрасту, тако и у каснијем животном добу.

Деца данас одрастају уз електронске медије, занемарујући писану реч (песме и прозу), али и позориште. То умногосте утиче на развој креативности, етике, емпатије, али и укуса. Ово је наглашено јер се кроз писану реч отвара непознати свет под чијим утицајем, а на основу сопствене креативности и имажинације, појединац самостално ствара слике, док је у позоришту остварена жива веза између пошљаоца поруке (глумца) и примаоца (гледаоца) – што значи да се ствара топла, људска интеракција.² С друге стране, електронски медији продукују већ готову слику, увлачећи особу у испрокувану илузију. Осим илузије коју за појединца ствара неко други (што га неминовно отупљује, јер му је ускраћен подстицај да самостално креира), проблем је и у томе што се секвенце брзо сменјују што, првенствено код данашње деце али и код одраслих, доводи до попуштања пажње, јер су навикнути на брзу промену слика. Управо та брзина промене и неизграђен критички суд доводе до тога да свака информација поприма облик сензације.

Сензационализам је постао насушни хлеб просечног (мало)грађанина, али, на жалост, од њега нису спасена ни деца. Непостојање критичког расуђивања или његова недovoljna изграђеност доводе до асимилације појединца у гомилу. Управо то гомиланје доводи до лажног осећаја јаћине и експанзије егоизма, при чему се емпатија потискује и занемарује, а свако одударање од гомиле води, у најбољем случају, изопштаванју. О моћи гомиле (руље) говорио је и К. Г. Јунг (Carl Gustav Jung):

„Kada se mnogi ljudi sastanu i ujedine u jednom zajedničkom stanju duše, iz grupe nastaje ukupna duša, koja stoji ispod nivoa pojedinca. Kada je grupa veoma velika, nastaje neka vrsta zajedničke životinjske duše. Neizbežno je da se psihologija gomilanja ljudi snižava do psihologije rulje. Potrebno je da se samo nešto desi, jedan predlog, koji cela masa preuzima, pa da čovek učestvuje i onda kada je predlog nemoralan. U masi se ne oseća nikakva odgovornost. Ali takođe ni bilo kakav strah” (Jung 2003: 131).

² Креативно ослобађање појединца и освећивање његове личности и самосвојности уз „употребу” литературе и драмског израза на леп начин је приказано у филму *Друштво мртвих песника* (*Dead Poets Society*, 1989) Питера Вира (Peter Weir).

Овде ћемо направити дигресију и споменути филм новјег датума *На дистанци* (*Detachment*, 2011) Тонија Кеја (Tony Kaye) који (за разлику од *Друштва мртвих песника*, филма који пружа романтичарски осврт на образовање и наставнички позив) представља сурово и реално данашње стање у образовању, подвлачећи чињеницу да савремено друштво без емпатије нема више потребу за духовношћу и знанјем, а сам васпитачки и наставнички позив се обесмишљава.



U savremenim rečnicima pod pojmom 'senzacionalizam' uglavnom se navode informacije koje su na šokantan ili uzbudljiv način prenele novine, televizija itd. (obično se koristi kao jeftin trik za povećanje prodaje tiraža ili gledanosti emisije). Međutim, ako izuzmemo medije koje danas poznajemo i pod senzacionalizam podvedemo sve predstavljeno što konzumenta šokira, uzbuđuje ili iznenađuje, doći ćemo do zaključka da naše vreme ni po čemu ne odskaje od nekog drugog u istoriji, jedino se mediji ispoljavanja senzacionalizma razlikuju. Primere za iznetu tvrdnju možemo pronaći u knjizi G. R. Tamarina *Teorija groteske*. Naime, u njoj Tamarin iznosi zanimljiv stav da „nikada plač nije izraz tako intenzivnog bola, razornog potresa, kao smeh” (Tamarin 1962: 118). Svoju tvrdnju on ilustruje žrvovanjem boga-totema koje u primitivnoj zajednici prati okupljena gomila, koja iskrivljenom grimasom (on je naziva „zarazni smeh”) imitira bolne grimase totem žrtve koja umire u strašnim mukama. Nastavljajući obrazlaganje porekla zaraznog smeha (mi ga možemo podvesti pod asimilovanje pojedinaca u rulju), Tamarin zaključuje da posmatranje jezivih prizora deluje tragično tek na intelektualno-etički razvijenog čoveka, a ne na primitivca u kojem prevladavaju surovi, gotovo animalni nagoni uživanja u mučenju, ekstaza sadističke sladostrasti učestvovanja u ubistvu. Upravo tragove te „krvave religiozne svečanosti”, tokom koje je totem (u isto vreme i svet i proklet, božanstvo koje rulja obožava, ali ga se i plaši i mrzi ga) ubijen, a često i divljački raskomadani i pojedeni, Tamarin vidi i u hrišćanskom pogubljenju božjeg sina (čije se telo i krv primaju tokom pričešća), ali i u karnevalima koji su prethodili ili sledili dugom odricanju i postu, kada se narod predavao raskalašnom, divljem veselju. Dodajmo da slede kroz vekove primeri gladijatorskih borbi u arena, javna spaljivanja na lomačama (jeretika, veštica, naučnika...) ili giljotiniranja na trgovima – sve sa ciljem da bi se rulja ili zadovoljila ili zaplašila. Osim ovoga, za široke narodne mase bila je namenjena i najniža komika prepuna vulgarnosti, falusnih simbola i tuča, upražnjavana po trgovima u obliku „uličnog teatra”. U svemu do sada navedenom izdvaja se samo zlatno doba atinske kulture tokom V veka pre nove ere – uobičajeno kroz izuzetna dramska dela (Eshila, Sofokla, Euripida – kao pisaca tragedija i Aristofana kao pisca komedija), ali i ono je trajalo samo toliko koliko je Atina imala materijalnu prevlast u odnosu na ostale grčke gradove-države.

Gledanja svih navedenih, senzacionalističkih događaja nisu bila pošteđena deca. Tek s nastupanjem XVIII veka, tačnije njegovom sredinom, počinje se drugačije gledati na dete, prvenstveno zbog učvršćivanja srednjeg (građanskog) staleža, ali i pod uticajem novih obrazovnih teorija i poboljšavanjem izdavačke delatnosti. U drugoj polovini XVIII veka, kako navodi M. O. Grinbi (Matthew Orville Grenby) u svom tekstu *Poreklo dečje književnosti*, po prvi put je bilo moguće da autori žive od pisanja isključivo za decu i da budu prepoznatljivi po tome. Do

pojave dramskog teksta pisanog za decu i njegovog izvođenja na sceni proći će još sto godina. Tek polovinom XIX veka pojavljuju se prve predstave pisane isključivo za decu, oslobođene grubosti i vulgarnosti prisutnih u predstavama namenjenim odraslima. Neposredno pre toga, prvenstveno u Engleskoj, menja se stav o eksploataciji dece u tekstilnoj industriji, pa je donet Zakon o fabrikama (1833)³ u kome je naznačeno da fabrike koje se bave proizvodnjom tekstila moraju obezbediti svojim radnicima mlađim od trinaest godina dva sata obrazovanja dnevno. Napomenimo da je početkom XIX veka formalno obrazovanje imala samo manjina i to uglavnom iz bogate vladajuće klase. Tek krajem XIX veka ustanovljeno je da deca moraju ići u školu umesto na posao.

Upravo u poslednje dve decenije XIX veka, profesori i nastavnici u industrijski razvijenim zemljama (Amerika i Zapadna Evropa), shvatajući sve dobre, ali i loše strane ubrzane industrijalizacije, počinju govoriti o drami kao idealnom mediju koji donosi duhovno isceljenje i humanizaciju društva ogrezlog u industrijalizaciji. Tada se počinje pričati i o primenjivanju drame u obrazovanju i isticati drama kao instrument za moralni razvoj deteta i njegovo upućivanje u demokratske vrednosti (opširnije u: Gallagher et al. 2016).

* * *

Kao što je prelaz iz XVIII u XIX vek doneo industrijalizaciju, tako je prelazak iz XX u XXI vek doneo tehnologizaciju društva – što je dovelo do lake i brze dostupnosti mnoštva informacija, ali i lake dostupnosti pojedinca sadržajima koji utiču na njegov intelektualno-etički razvoj – projektujući iluziju življenja i neprijetno diktirajući način razmišljanja. Napomenimo da se sve ovo javlja kao ozbiljan globalni problem.

Jedan od načina suprotstavljanja ovom problemu jeste pružiti detetu alternativu od najranijeg uzrasta, omogućiti mu da sagleda i da nauči da postoje i drugi i drugačiji sistemi delovanja od onih koji se „serviraju”, prvenstveno preko elektronskih medija. Dramska umetnost jeste jedna od alternativa. Edvard Bond (Edward Bond), engleski dramski pisac, ističe da drama nije zabava – srce drame je beskompromisni vapaj za ljudskošću.

Upotrebljavajući dramu u dečjem učenju, uključujući decu u proces stvaranja predstave ili samo koristeći taj oblik kao igru – omogućavamo im da dođu do samospoznaje, ali i da upoznaju svet oko sebe i svoju poziciju u njemu. To je ujedno i način na koji se oni osposobljavaju da prihvataju odgovornost za svoje postupke. Ovo ima korene u antičkoj Grčkoj, gde su postavljene osnove demokratije i teatra kao mesta na kome čovek spoznaje sebe. Teatar je ostao još jedino mesto gde postoji živa interakcija među ljudima (glumcima i gledaocima). Svet sa scene postaje svet publike.

³ Zanimljiva je činjenica da je Britanska imperija ukinula ropstvo 1833/4. godine.

Promišljajući ulogu dramske igre uopšte, poznati britanski dramaturg Ronald Harvud istakao je da čovek u pozorištu

„izvodi i zabavlja druge, pravi se važan i zabavlja sebe, a opet – ono je jedan od najmoćnijih instrumenata za istraživanje i pokušaj da shvati samog sebe, svet u kome živi, i svoje mesto u tom svetu” (Harvud 1998: 15).

Dakle, svaka pozorišna predstava jeste oblik igre. A ako pokušamo da spoznamo kada se prvi put čovek počinje igrati, dolazimo do njegovog najranijeg perioda. Prvi oblik dečjeg komuniciranja sa spoljašnjim svetom i sa samim sobom jeste upravo igra. Kroz igru dete angažuje sve svoje mogućnosti. Igrajući se ono istražuje, otkriva i upoznaje svet oko sebe, komunicira i rešava eventualne probleme. Zbog toga igra ima „specifičnu ulogu u humanoј ontogenezi” (Duran 2003: 23). A ako igri damo ozbiljniji oblik, ona postaje dramska igra koju možemo smatrati odrazom

„cjelokupnog ljudskog repertoara za prijenos poruka: riječi, gestikulacije, izraza lica, držanja tijela, brzog, teškog i lakog disanja, stiliziranih pokreta, propisane šutnje itd. [...] možemo reći da ovde susrećemo spoj verbalnih i neverbalnih simboličkih radnji” (Duran 2003: 127).

Dramska umetnost pruža detetu mogućnost ostvarivanja dramske igre zasnovane na ideji – ispričati/prikazati priču (već postojeću ili osmišljenu za određeno izvođenje). Upravo zbog aktiviranja kako mentalnih tako i fizičkih funkcija deteta, dramska igra se pojavljuje kao složena, multifunkcionalna aktivnost. Kroz ovaj tip igre angažuju se motoričke, senzorne, afektivne, socijalne, kognitivne i konativne mogućnosti deteta.

Ono što još moramo podvući jeste sama priroda glume i uživljavanja u ulogu. Dakle, drama u pojedincu koji je uključen u proces stvaranja predstave razvija pojam o dva nivoa – simboličkom i realnom. Upravo uživljavanje u neku ulogu, hipotetičko proživljavanje nečijih osećanja, reakcija, stavova daje deci mogućnost da razumeju ponašanje drugih. Učeći kako da rade i donose odluke simbolički (u dramskom ostvarenju), osposobljavaju se da to isto rade i u stvarnom životu.

„Stavljajući decu u pozicije određenih likova, pružamo im mogućnost da postanu svesniji kompleksnosti nekih situacija i odnosa među ljudima, da počnu da postavljaju pitanja i savlađuju predrasude” (McGregor et al. 1991: 31).

Osim razvijanja društvenih odnosa, dramska umetnost je na prvom mestu umetnost reči i izgovorenog. No, pored razvoja jezika, kroz dramu se razvija i osećaj za intonaciju izgovorenog. Odnosno – razvija se osećaj za glasovno

nijansiranje pri ekspresiji osećanja i stavova, što se kroz praksu pokazalo kao bitan činilac pri skretanju pažnje na ono što se govorom želi istaći.

* * *

Pored verbalnog izražavanja svojih stavova kroz dramu, dete postaje svesnije svojih fizičkih sposobnosti i uči kako da ih kontroliše i upotrebljava u neverbalnoj komunikaciji. Postepenim savladavanjem pokreta dete stiče samopouzdanje i postaje samostalnije. Fizički aspekt ličnosti posebno se razvija animiranjem različitih scenskih lutaka, što kod deteta razvija spoznaju funkcionisanja različitih sklopova mišića u njegovom telu, ali ga postepeno uvodi i u ovladavanje istim. S druge strane, dete se upućuje u prostorne odnose – položaj pojedinca i lutke u prostoru koji ih okružuje.

Edi Majaron u svojoj knjizi *Vera u lutku* naglašava da igre pokreta (npr. igre loptom ili igre u vodi) često kod vršnjaka izazivaju takmičarski duh, što kod neke dece može izazvati stres i sumnju u sebe zbog eventualnog neuspeha. S druge strane, animiranje scenske lutke kod dece podstiče kreativnost i timski duh, jer svi imaju isti cilj – izvesti predstavu.

„Za pedagoga je značajna činjenica ta što suština lutkarske animacije zahteva od lutkara da svoj ego pogledom, dodirom i pokretom 'preseli' u predmet – lutku. Na taj način pažnju gledaoca preusmerava od egocentrične ose 'glumca' na predmet, koji je izvan te ose, i 'lutkara' nenamerno postavlja u drugi plan gledaočeve pažnje. Time smo postigli dve stvari: uzdržanoj deci smo omogućili saradnju, a 'važnima' smo oduzeli nešto od njihove važnosti, jer u prvi plan mora da stupi lutka, a ne njen animator” (Majaron 2014: 173).

Kada je reč o fizičkom razvoju deteta, lutkarska, kao i klasična predstava pokreće kod deteta – animatora lutke ili glumca – veliki broj mišića u telu. Od upotrebe najjednostavnijih lutaka na prstićima, preko mimičkih lutaka (najjednostavnije lutke napravljene od kartonske kese ili čarape) i ginjola, te lutaka na štapovima, plošnih lutaka za pozorište senki i marioneta – deca aktiviraju mišiće i zglobove, od prstiju (pri čemu se razvija fina motorika) pa preko ramenog pojasa, ali i celog tela. Uz marionetu dete savladava i koordinaciju kretanja tela zahvaljujući šetnji uz lutku.

Ginjol lutke, kao i lutke na štapu ili plošne lutke za pozorište senki, kod kojih dete-animator stoji iza paravana ili platna, pogodne su za oslobađanje dece koja imaju problem pri istupanju pred većim auditorijumom, ali i one koja imaju problem sa govorom, jer ih upravo ta prepreka između njih i publike primorava da se trude da pravilno artikulišu izgovoreno kako bi rečeno bilo razumljivo. Pri izradi lutaka, značajno i podsticajno je da dete samo stvori lutku. Na taj način ona

postaje samo njegova – zamišljena dečijom maštom, stvorena dečjom rukom i oživljena dečjom energijom i osećanjima, lutka dobija posebnu vrednost za mladog animatora. Samostalnom izradom lutke dete razvija samopouzdanje, jer mu je poveren ozbiljan zadatak izrade nekog lika. Svako dete koje je samo izradilo lutku biće svesno koliko je truda uložilo u njeno oblikovanje. Na taj način ono će biti spremnije da prihvati i poštuje kreativnost svojih vršnjaka, a da ne obraća isključivo pažnju na „lepotu” određene lutke. Dakle, lutka nema samo estetsku vrednost, već i emotivnu.

Sama izrada lutke kod deteta razvija motoriku, ali je i idealan podstrek za razvoj kreativnosti. Osim manuelnih veština, kod deteta se razvija osećaj za oblik (da li je nešto okruglo, ovalno, šiljato, kockasto...), boju (izražavanje emocija kroz upotrebu toplih i hladnih boja), materijal (mekano, tvrdo, glatko, šuštavo...).

* * *

Kada je reč o klasičnoj predstavi (upotrebili smo ovaj termin za predstavu u kojoj se deca pojavljuju na sceni – igraju uloge „uživo”), Edi Majaron ističe da je kod ovakvog oblika dramskog uobličjenja u prvom planu ego glumca, jer nema lutke kojoj taj ego mora biti podređen. Zbog toga, smatra on, klasična predstava pogoduje deci koja imaju izraženu potrebu da budu glavna, vođe grupe, a potiskuju se deca koja su povučeniija.

U realizaciji klasične predstave presudna je uloga vaspitača koji bi trebalo da proceni ko je sposoban za određenu ulogu i da podstakne povučeniju decu da se izraze na sceni i daju predstavi svoj doprinos. Pri odabiru glumca, vaspitač ne sme da se postavi kao osoba koja primorava dete da nešto odglumi. Mada, u većini slučajeva, deca će ipak želeti da se pojave na sceni prvenstveno zbog osećaja da će ostvariti specifičan odnos s publikom, bilo da su to vršnjaci ili roditelji. Sam čin izvođenja veliki je doživljaj za mlade glumce.

Kada je reč o fizičkom razvoju, klasična predstava je idealna za poimanje prostornih odnosa, razvoj pokreta, gestikulaciju i mimiku koje – za razliku od lutkarske predstave, u ovom obliku predstave dolaze do punog izražaja. Na taj način deca ovladavaju veštinama neverbalne komunikacije.

* * *

Svi oblici dramske umetnosti podstiču dečiju kreativnost. Nije bitno da li je za predstavu odabran neki već poznati tekst, ili su ga deca sama osmislila za svoju predstavu, oni kroz sam taj proces razvijaju govor, bogate rečnik, ali i razvijaju osećaj za gestovno i mimičko izražavanje. Dakle – kroz dramsku umetnost deca usvajaju i razvijaju jezik verbalne i neverbalne komunikacije. Omogućava se učenje i podučavanje estetike, ali i etike – jer se kroz dramsku igru prihvataju uočene

različitosti, razvija se moć tumačenja i vrednovanja onoga što je viđeno. Korist dramskih izvođenja za razvoj motoričke sposobnosti kod dece je izvesna, ali ono što je najbitnije jeste razvoj empatije i kolektivnog duha (društvene saradnje), jer predstave nema bez zajedničkog zalaganja svih njenih učesnika. A u tom kolektivu svaki pojedinac je bitan, pa se ujedno razvija i samopouzdanje pojedinca.

Od svega navedenog, posebno treba istaći moć dramske umetnosti za razvoj kreativnosti i osveščivanja pojedinca. U procesu stvaranja predstave aktiviraju se intelektualni potencijali pojedinca – razmišljanje i mašta. I dok danas svi oblici elektronskih medija pružaju određenu gotovu sliku, dramska umetnost pokreće mentalne potencijale pojedinca u procesu – stvoriti nešto sopstvenim intelektualnim i kreativnim zalaganjem. Pogotovo je to bitno razvijati od najranijeg uzrasta, jer na taj način osposobljavamo dete da kada postane odrastao pojedinac može da sagledava sebe i svet oko sebe, razmišlja, postavlja pitanja, traži odgovore, teži za nekim ciljevima i prevazilazi eventualne prepreke koje se pred njega postavljaju. Dakle, dramska umetnost je jedna od alternativa koju bi detetu trebalo predstaviti i pružiti kako bismo ga uputili na činjenicu da postoje i drugi svetovi i druge istine od onih produkovanih u elektronskim medijima.

Želja za istinom, kulturom, lepotom, suživotom s prirodom – može se razviti kod osveščenog, samosvojnog pojedinca koji nije samo puki broj u demografskom spisku.

LITERATURA

Duran (2003): Mirjana Duran, *Dijete i igra*, Jastrebarsko: Naklada Slap.

Gallagher, Rhoades, Bie, Cardwell (2017): Kathleen Gallagher, Rachel Rhoades, Sherry Bie, Nancy Cardwell, *Drama in Education and Applied Theater, from Morality and Socialization to Play and Postcolonialism*, *Oxford Research Encyclopedia*. Retrieved in August 2017. from <http://education.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780190264093.001.0001/acrefore-9780190264093-e-34>

Granby(2014): Mathew O. Granby, *The origins of children's literature*. Retrieved in August 2017. from <https://www.bl.uk/romantics-and-victorians/articles/the-origins-of-childrens-literature>

Hamre (2010): Ida Hamre, Estetski i socijalni potencijali pozorišta animacije (Pozorište animacije: šire shvaćeno pozorište lutaka), *Pozorište za decu – umetnički fenomen* (zbornik radova), Knj. 1, Novi Sad: Pozorišni muzej Vojvodine; Subotica: Međunarodni festival pozorišta za decu: Otvoreni univerzitet, 30–36.

Harvud (1998): Ronald Harvud, *Istorija pozorišta*, Beograd: Clio.

Jung (2003): Karl Gustav Jung, O ponovnom rođenju: Identifikacija sa grupom, u: *Izabrana dela Karla Gustava Junga, Arhetipovi i kolektivno nesvesno*, tom V, knj. IV, Beograd: Atos.

Majaron (2014): Edi Majaron, *Vera u lutku*, Novi Sad: Pozorišni muzej Vojvodine; Subotica: Međunarodni festival pozorišta za decu: Otvoreni univerzitet.

McGregor, Tate, Robinson (1991): Lynn McGregor, Maggie Tate, Ken Robinson, *Learning through drama*, Newcastle upon Tyne: Athenaeum Press Ltd.

Prentki (2014): Tim Prentki, *Otporom do razvoja, Scena: časopis za pozorišnu umetnost*, godina L, br. 4, Novi Sad: Sterijino pozorje, 97–100.

Tamarin (1962): Georg R. Tamarin, *Teorija groteske*, Sarajevo: Svjetlost.

Ivana S. Ignjatov Popović
Preschool Teachers Training College
Novi Sad

CHILDREN'S LEARNING AND DEVELOPMENT THROUGH DRAMATIC ARTS AS AN ALTERNATIVE TO THE ELECTRONIC MEDIA

Summary: Children acquire most skills and fundamental knowledges until the age of twelve. The time in which we live, where electronic media take primacy in people's lives, brings with it the alienation of an individual and, in case of children (due to exposure to violent contents in which cartoons and video-games abound), lack of empathy and creativity, but also serious difficulties in the development of motor skills. A well-known fact is that the easiest way for children to learn is through play; therefore, using drama in teaching is one of the best solutions to overcome the problems that we mentioned. Combining games and art through drama, we offer children an opportunity to experiment and use their imagination in order to achieve the main goal – final performance. It does not matter which form of dramatic art children use in their games – both classical drama and puppetry encourage the development of aesthetic sense, emotions, empathy, critical thinking, but also the development of fine motor skills and motor coordination. Working on a play encourages children's team spirit within the group, as well as their self-esteem.

Key words: children, drama, learning, play, psychomotor development.

Иван Б. Јеремић
ОШ „Змај Јова Јовановић”
Вождовац, Београд

УДК 32.019.51:654.19

АЛТЕРНАТИВА У МЕДИЈСКИ ПОСРЕДОВАНОМ ДРУШТВУ

Ајсџракт: Дигитализована слика света посредована је медијски, без права на субјективни доживљај. Екстензијом чула, тело бива дислоцирано у односу на догађај. Хибридизација сликовне меморије човека новим медијима приморава га на додатни напор. Капитализам, у потреби да оплоди себе, „пере руке” у медијској слици. Конструисана Химера - глобални човек, углавном, у западноевропској култури аутоматски реагује на медијске теме као што су председник САД или тероризам. Ови мотиви дубоко су утемељени у слици и углавном обојени емотивним стањима узнемирености. Овако конструисан медијски опијум изазива шок код реципијента. Злоупотребе спреге новца и нових медија многобројне су.

Борба за права човека да у медијском јавном простору конзумира објективну слику огледа се у медијском описмењавању као алтернативи тренутном стању. Уметност, у својој естетичкој вредности, пружа неопходан простор медијској писмености.

Кључне речи: медији, алтернатива, глобални човек, уметност, дигитална слика.

Посредована медијска стварност у својој галопирајућој технолошкој прогресији допире до наметања мишљења. Информацији се умањују могућности алтернативе. Она тешко може бити видљива јавно, осим у дигиталном формату.

Симулакрум оваквих информација ствара виртуелно искуство уз помоћ технологије, измештајући човека из природног станишта и стављајући га у позицију елемената машине за умрежавање највећег села икада виђеног у историји цивилизација, „глобалног села” чији је становник „глобални човек”.

Глобалној човека у Србији карактерише чињеница да добар део дана, пет сати и седамнаест минута, проведе уз неки од нових медија. На основу истраживања које је обавио *Nielson Audience Measurment Serbia*, последњих година просечна дневна задржавања уз телевизију су у константном порасту, због чега је Србија на самом врху европског и светског просека по гледаности телевизије. У 2016. години, другу годину за редом, забележен је знатан раст дневног задржавања уз ТВ. У 2016. остварено је рекордно дневно

задржавање уз телевизију од када се мери гледаност у Србији, од пет сати и седамнаест минута.

Сазнања глобалног човека о свету ограничена су медијском сликом. Он подржава нове хибридне форме ратовања и саучествује у њима гледајући одабране сцене рата, постајући један од нових облика „војника”. Доживљај западноевропског човека који види себе као човечанство или глобално село као свет мора се довести у питање. Овакво наметање мишљења кроз „објектив као цео свет” више је него ограничено. Штавише, изражавамо бојазан да садржи елементе фашизма управо кроз идеју да је технолошка форма, која је доминантна у овом делу планете, виши облик цивилизације. Технолошки развој може се тумачити као степен цивилизације, али само уколико је технолошка сврха хумана, а не војни отпад. У сталној, наметнутој трци са хладноратовским амбијентом, потрошачка култура плива у тежњи за још једним гигабајтом РАМ меморије, који ће им покренути виртуелни свет бекства од стварности. Поред нових медија, и комуникационе технологије су, како наводи ауторка дела *Филозофија медија 3* Дивна Вуксановић, допринеле порасту осећаја различитих облика човекове отуђености, као и опадању мотивисаности за ону врсту активности која би водила до конкретних друштвених промена, поготову оних које би се тицале потенцијалних интервенција и/или корених измена постојеће социолошке стварности изведених у домену колективитета (Вуксановић 2007: 109).

Осећај надмоћи због кретања кроз виртуелно као виши ступањ цивилизације нема у себи ничег хуманог, па самим тим и није виши ступањ. Он је сигурно нематеријалан, а и уколико је посредован технологијом, он сигурно није производ војне индустрије. Медијска слика као основно средство технолошке апокалипсе хипнотише милионе медијски неписмених људи.

Ауторка Вуксановић даље наводи да су мас-медији у XX веку често оптуживани за ратно хушкање, говор мржње, па чак и пресудни утицај на генерисање војних конфликта и ратова ширих размера, њихова улога у промовисању насиља и покретању сукоба никад није систематски преиспитана, нити пак може бити у потпуности јасно сагледана, евидентирана и доказана. С друге стране, оно што засигурно ваља уочити када је реч о систематском деловању мас-медија у нашој непосредној прошлости јесте њихов несумњиви утицај на пасивизацију публике, како у погледу делимичне или потпуне суспензије критичког мишљења, тако и с обзиром на појаве изазивања апатије, чулне анихилације и емоционалне равнодушности (Вуксановић 2017: 109).

Интернет и нови медији данас покушавају да привуку што више активних корисника и да постану део њихове хуманизоване стварности.

Већ поменути војни отпад у рукама капиталистичког корпоративног пословања јесте АЛАРМ за одбрану хуманистичких вредности, као и потрага за алтернативом.

Глобално село, допинговано посредованом медијском сликом, производи емотивна стања. Глобални човек је бесан, тужан, срећан у оном тренутку кад његов мозак добије довољно изрежираних сцена, рецимо насиља, док у реципијенту не настане стање угрожености као жељени циљ креатора медијске слике.

Угроженост, као један од производа глобалног медијског апарата, ставља нас у позицију могућих жртви било кад и било где, те нам је за то психичко стање опет медијски понуђен и одговор, односно кривац. Лов на кривца такође оправдава жртве, чак и дечје, у циљу борбе за нови свет у форми *свекџакла*.

Уколико бисмо узели у обзир неке друге податке (нпр. колико људи дневно убије дуванска индустрија; колико убистава се деси у глобалном селу у току једног дана због пљачке, или једноставно криминала, то јест криминалаца) и тиме испунили медијски простор, схватили бисмо да тероризам не предњачи у својој проблематици.

Све ово, како наводи и ауторка дела *Филозофија медија* Д. Вуксановић, као и нарастајућа потреба за фундаменталнијим, критички делотворнијим, односно комплекснијим промишљањем света медија у погледу његовог настанка, улоге и значаја, развојних перспектива, као и свих осталих традиционалних филозофских питања, проблема и ставова који се могу довести у везу са садржајима и опсегом „медијске културе”, води до идеје о конципирању једне свеобухватне филозофске теорије (с интердисциплинарним предзнаком), која би напоредо са преиспитивањем својих приципа и метода мишљења испитивала и токове кретања медијске културе, као оног комплекса феномена данашњице који је доминанта кретања процеса што се догађају унутар сфере глобалних социјалних односа. Интересантно је да ова „потреба” за утемељењем савремене филозофије медија коинцидира са појавом тзв. нових, дигиталних, интерактивних и социјалних медија, пошто се, наводно, показало да „старе” теорије филозофије и културе не могу бити механички (некритички) примењиване на предмету који је посве нов и тек у настајању, односно у окружењу брзих и интензивних промена (Вуксановић 2017: 27).

„Модерни тероризам је”, тврде аутори књиге *Амнезија јавности*, „ипак скројен тако да буде прилагођен медијима и савременим средствима комуникације” (Барбуловић и др. 2004: 232).

Осећај угрожености са циљем обједињавања милитаризованих акција у форму спектакла – „глобалну медијску слику” користи као средство ратовања. Медијска слика у наведеним случајевима кореспондира са страхом од смрти, а касније и тугом, затим бесом и мржњом, након поентирања медијског концепта сценама чији су елементи жртве. Незаинтересованост према оваквим сликама је немогућа, тако да се и реципијент претвара у жртву.

Однос телевизије и реалности, који се успоставља преко појма савремености, укључује и „стилску” карактеристику реализма популарних ТВ жанрова, третира се у електронским медијима кроз визуелне форме, које одају утисак једноставне разумљивости (Fiske 1987: 21).

Добијеном сликом ствара се осећај присуства на незамисливим раздаљинама. Екстензија хибридује чула у ново стање. Слика као прастаро средство комуникације преносила је искуство живота руком уметника у цртеж, а потом у знак. Вредност таквих пиктографских записа, рецимо античких, не огледа се само у фонетском тумачењу, већ и у томе како смо га дефинисали од периода барока и у естетском смислу. Филозофија времена уметничко дело чини вишеслојним и у себи крије далеко већи број података о периоду у којем настаје. Другачији филозофски погледи на тумачење слике нуде могућност алтернативних употреба визуелне комуникације и у дигиталној култури.

Античка визуелна заоставштина је, свакако, у већој мери била под утицајем природних него технолошких сила. Доживљај тадашње технологије као „примитивне” такође бисмо могли подвести под субјективност.

Специфичност времена, које бележи утицај нових медија, као и трансхуманих експеримената, ставља човека XXI века у положај жртве војнотехнолошког отпада који се користи у сврхе перфидног поробљавања човечанства у форми Хакслијевог *Врлој новој свећи*, преображавајући човека у роба, тј. глобалног човека.

Несагледиви потенцијал нових медија у масовној комуникацији је инструментализован искључиво у функцији новца и политичке моћи.

У том смислу, занимљиво је истаћи да је филмска индустрија, примера ради, деценијама уназад систематски контролисала медијске стереотипије (и аутостереотипије) тзв. „добрих” и „лоших” момака, везујући их за читаве народе, одређена географска подручја и културе, при чему је актуелна подела извршена не више на темељу раздвајања доминантних „вредности” које се реализују испред и иза тзв. „гвоздене завесе”, већ на основу поларизовања света на тзв. „цивилизоване”, „демократске” и „правичне” снаге на једној и „фундаменталисте”, „верске фанатике”, „терористе” и „примитивце” на другој страни. Некадашње хладноратовске идеолошке поделе данас су превазиђене, односно супституисане оним репрезентацијама Другог које се више, у начелу, не успостављају политичким, већ медијским средствима, о чему сведоче многобројне савремене идеолошке студије: данас је, наиме, све чешће реч о асиметричним представама о злу, транспонованим у релацију с агресивним, активним и „примитивним” Другим, које су проузроковале „више зла него било шта друго. Настојање да се победе измишљена и стварна зла изазвало је далеко више зла него тежња да се чини зло” (Свенсен 2006: 123).

Релативност као најпласиранији и најприхваћенији појам о времену западноевропског човека и те како кореспондира са последицама нових медија који у свом посредовању слике и бесомучних репризирања сцена релативизују време, као и остале елементе реалности, рецимо простор, морал, рат... преносећи их у медијско поље.

„Пошто свако присуство није присуство на даљину”, како своју основну онтолошку хипотезу елаборира Вирилио, „ТЕЛЕПРИСУСТВО ере мондијализације размене могло би да се уведе само на огромној удаљености. Удаљености која сеже до антипода на Земљиној кугли, с једне на другу страну постојеће реалности, али метафизичке реалности која строго уређује телеконтиненте виртуелне реалности, која присваја главне садржаје економских активности нација и, према томе, дезинтегрише културе које су прецизно смештене у простору физике глобуса” (Вирилио 2000: 14).

На основу тога можемо закључити да је у питању хибридни облик фашизма. Дисперзија логора на хелије са мониторима и глобалним човеком, што негде и јесте премиса корена проблема – и дотицање везе фашизма и новца попут хидре која кроз своје медијске пипке делује у интересу оплодне себе, што се може подвести, протумачити као врхунски облик инцеста, где рефлексивна мрачна људске стране општи кроз свој одраз у медијској слици.

Глобални човек, као производ, уз помоћ медија постаје део рата.

Људско око није савршен орган. Оно је на неком еволутивном ступњу и последица је разних утицаја. Ипак, количина пиксела људског ока, како су то успели да измере научници, далеко је већа од количине пиксела коју данас користимо путем дигиталне камере. Сам доживљај реалности не може се мерити с виртуелном сликом мада, свакако, представља изазов за научнике. Оваква идеја нема хумани карактер, већ представља инструментализацију и каналисање доживљаја живота ка корпорацијском глобалном интересу.

Инверзност медијске слике асоцира на рефлексивну, *нејавну*, привид који испуњава сликовну меморију реципијента из којег несвесно делује. Маклуан (McLuhan) је у овом контексту разматрања, које се тиче питања саме могућности медијске етике, незаобилазан као мислилац, а посебно када је реч о хипотези да медији, попут образовања или религиозних убеђења, формулишу једну врсту друштвеног „фолклора”, формирајући тиме његова веровања, обичаје и вредности (Meggs 2002: X).

Меморија човека бива допуњена новим ритмом слика које нису својствене очном апарату, а ипак се складиште у људском мозгу као искуство. Овакве слике морају имати предзнак са којим их људски мозак може прихватити без последица.

Медијска писменост је предуслов конзумирања медијске слике.

ЗАКЉУЧАК

Глобални човек је суштински мртав. Његова животна енергија формално трепери одајући последње знаке живота. Његови нагони каналисани су у свет потрошачког друштва капитализма. Његова спознаја света посредована је монитором. Глобални човек постоји у вертикалној смрти. Отупелих чула, глобални човек нема више потребу да помогне у невољи, већ да је сними. Андроидна протеза усмрћује, унесрећује, компромитује, скандализује, медијски сахрањује индивидуе као своје жртве, хранећи мрежу света медија поплавом фотографија, снимака, медијском сликом истргнутом из контекста реалног и премештену у посредовани, виртуелни свет машине за продужавање, оплодњу новца.

Притисак који медији праве над својим радницима, „јавним личностима”, од њих у реалности углавном ствара особе које не могу бити социјализоване због медијске неписмености, хистеричних реакција глобалног човека. То јест, за њих нема места у реалности, јер они и нису реалност.

„Селфи култура” и друштвене мреже прошириле су поље могућности за сваку личност да постане јавна. Ова појава посебно је важна и представља изазов за психологију и нове медије. Неретки су случајеви јавног насиља на мрежи са трагичним исходима, обично у пубертетском периоду.

Медијски посредован догађај, па чак и онај који иде „уживо”, директно, отвара питање тумачења, али и лоцирања препрека као етичког или моралног проблема – екстензије чула.

Како мозак доживљава посредовану слику уколико тело није присутно на утакмици? Такође, сви углови које покрива камера, успорени снимци, детаљи, гримасе спортиста, зној, повреде, крв, хибридују оно на шта је мозак навикао као природну могућност. Когнитивни део мозга је због тога у сукобу са новим медијима.

Екстензија као привид у кадровима ратних сукоба или терористичких напада недвосмислено дели нашу пажњу, поистовећујући нас са жртвом, док у истом тренутку тело зна да се налази у безбедној фотељи. Након бесомучних репризирања, тело осећа последице узнемирености, а и даље се налази у безбедној фотељи. На крају схватимо да фотеља више није безбедна.

Нови медији удаљавају човека од његове природе. Еволуција човека у кибернетичком облику нема другу сврху сем фашистичке. Идеја о технолошком окружењу које има за циљ освешћивање људске деструкције у колективно несвесном не постоји у медијском садржају. Сукоби, локализовани ратови и конфликти присутни су са глобалним човеком као арбитром.

Уметност као сведок филозофије свих периода забележених траговима људских цивилизација, у својој гетоизираној форми данас нуди алтернативу мишљења. Галеријски, уметнички простори јесу спас кризи капитализма.

Уметност у својој пост-постмодерној форми базираној на критици медијски посредоване реалности и одбрани хуманистичких вредности тренутно преузима место највеће учитељице медијске писмености. Недостатак медијског описмењавања у образовном систему свих узраста одржава стање амнезије глобалног човека. Медијска хегемонија технологијом одлаже своју смрт или је ставља у стање у коме чека нову технолошку трансформацију. Медијска „мека дипломатија” додворава се трансхуманим облицима живота правећи увертиру трансформацији Човека у киборга. У том оквиру духовно осиромашеног јавног простора, уметност нуди непосредовану свест као алтернативу и највећи „спектакл” за човека удаљеног од реалности.

ЛИТЕРАТУРА

- Барбуловић, Јевтовић, Поповић, Лакићевић (2004): Саша Барбуловић, Зоран Јевтовић, Миодраг Поповић, Радан Лакићевић, Тероризам је позориште, у: *Амнезија јавности: Од њироајанде до њероризма*, Београд: аутори.
- Вирилио (2000): Пол Вирилио, *Информатичка домба*, Нови Сад: Светови.
- Вуксановић (2007): Дивна Вуксановић, *Филозофија медија 1: онџолоџија, естетџика, криџика*, Београд: Чигоја штампа.
- Вуксановић (2011): Дивна Вуксановић, *Филозофија медија 2: онџолоџија, естетџика, криџика*, Београд: Чигоја штампа.
- Вуксановић (2017): Дивна Вуксановић, *Филозофија медија 3: онџолоџија, естетџика, криџика*, Београд: Чигоја штампа.
- Fiske (1987): Jon Fiske, *Television Culture*, London and New York: Routledge.
- Meggs (2002): Philip B. Meggs, *Introduction to the Fiftieth Anniversary Edition* (Marshall McLuhan, *The Mechanical Bride, Folklore of Industrial Man*), Berkley: Ginko Press.
- Свенсен (2006): Лаш Фр. Х. Свенсен, *Филозофија зла*, Београд: Геопоетика.

Ivan B. Jeremić

Primary school "Zmaj Jova Jovanović"

Voždovac, Belgrade

THE ALTERNATIVE IN MEDIA-MEDIATED SOCIETY

Summary: The digitized image of the world is mediated by the media and does not offer any possibility for personal experience. The senses are being extended and subsequently the body becomes dislocated in relation to the event. The hybridization of visual memory caused by the media requires an additional effort. The capitalism has a need to survive and uses the media to disclaim responsibility. The created Chimera – global man, mostly in western European culture, automatically reacts to media issues such as the US president or terrorism. These motives are deeply implemented in the digitized picture and mostly colored by emotional states of anxiety. Such media-created opium has a shocking effect on the recipient. The examples of financial and media abuse are numerous.

The struggle for the human right to consume an objective image in the public media space is reflected by enhancing media literacy as an alternative to the current state. The aesthetic value of art can provide an opportunity for developing media literacy. Based on these facts, it can be concluded that the media scope represents a hybrid form of fascism. The global man as a product becomes part of the war with the help of the media.

Key words: media, alternative, global man, art, digitized picture.

Jelena Ž. Maksimović
Jelena S. Osmanović
Univerzitet u Nišu
Filozofski fakultet
Departman za pedagogiju

УДК 37:316.774
371:004

ZNAČAJ MEDIJSKE KULTURE ZA ALTERNATIVNO OBRAZOVANJE

Apstrakt: Masovna kultura, širena tehničkim sredstvima masovne komunikacije, utiče na društvo u kojem živimo. Masovni mediji su izražajno sredstvo upućeno populaciji, a ne uzorku populacije ili pojedincu. Zahvaljujući sredstvima masovnog komuniciranja informacije su beskrajno umnožene i standardizovane, veoma lako se dolazi do njih, a još lakše ih je razumeti, jer se medijska kultura širi putem medija. Upravo zbog ovoga, poruka koju nosi dovoljno je jednostavna, pojmovno jasna i jednoznačna, javna i brzo prenosiva. Autorke u istraživanju definišu medijsku kulturu, kao i značaj medijske kulture za alternativno obrazovanje. Putem skale procene Likertovog tipa ispitivane su refleksije nastavnika o značaju medijske kulture za alternativno obrazovanje. Istraživanje je pokazalo da je medijska kultura i pismenost od izuzetnog značaja za svaki aspekt doživotnog učenja. Takođe, istraživanje je pokazalo da nastavnici smatraju da je internet nezamenljiv medij koji omogućava široki domet i utemeljenje masovne kulture.

Ključne reči: medijska kultura, alternativno obrazovanje, nastavnici, doživotno učenje.

UVOD

Nastavnik je veoma značajan učesnik u nastavi. Od njegovih brojnih uloga zavisi kvalitet nastave. Vaspitno-obrazovna uloga nastavnika u savremenoj nastavi je sve složenija i značajnija, jer on ima obavezu da unosi promene u cilju unapređivanja i osavremenjivanja prakse i aktivnosti učenika. Nastavnici više nisu jedini izvor znanja, već njihova uloga postaje više organizatorska, a učenici dobijaju veću samostalnost u radu. Imajući u vidu da je u savremenoj školi prisutan širok krug izvora znanja za koja se koriste određena tehnička pomagala, povećava se kvantitet znanja, a primenom obrazovne tehnologije povećava se kvalitet znanja. Da bi se postigao što bolji kvalitet znanja, neophodno je koristiti savremenu obrazovnu tehnologiju. Glavni cilj ovog rada je modernizacija i inovacija obrazovnog procesa u osnovnom i srednjem obrazovnom sistemu. Brži razvoj nauke, tehnike

и технологије uslovio је многе промене у садржају образовања. Nova концепција nastave izaziva многе промене у теорији и пракси. Nastavnikovu predavačku ulogu све више потискују нове улоге и задаци за које се наставници морају осposобити. Zначајно би било да се усавршавају организација и технологија образовања nastavnika. Nova технологија utiče на усавршавање система образовања, као и на промене nastavnih садржаја. Све то доприноси квалитету nastave.

Vaspitno-obrazovni sistem prati промене у друштвеном систему, а једна од њих је свакако модернизација и све већа примена информационо-комуникационих средстава. У школама се уводи употреба компјутера као обавезна и информатичка писменост ученика и наставника. Savremena nastavna средства од којих се пре свега користе компјутери, smart телефони, tableti и pametne table, umnogome доприносе развоју nastave и образовања. Ученицима постаје занимљивије и више су мотивисани за рад у школи применом savremenih nastavnih средстава. Inovacije у образованју су допринеle развоју и пре свега се односе на savremena друштва и на друштва у развоју.

Modernizација образовања omogućila је употребу savremenih medijskih средстава у nastavi и образованју. Pod savremenim medijima се пре свега misli на масовне медије који обухватају велике масе људи. У nastavi су најчешће прихваћени телевизија, штампа и интернет. Putem мас-медиа ученици се упознају са значајним информацијама. Применом свих inovacija и информационо-комуникационих средстава, отвара се и простор за бројне злоупотребе, тако да се мора водити рачуна о опасностима и могућем негативном uticaju. У томе се огледа значај и улога nastavnika који ће organizovati nastavу и применити savremena nastavna средства.

Istraživanje је sprovedeno кроз анализу различитих гледишта nastavnika на ову проблематику, чиме се указује на значај модернизације и inovacije у nastavном процесу.

MODERNIZACIJA NASTAVE I INOVACIJE U OBRAZOVANJU

У savremenom друштву последњих година konstantно се govori о reformи образовања и променама које она neminovno donosi. Образовање је postalo кључ развоја друштва и побољшања животног стандарда. У оквиру образовања desile су се велике промене које су rezultirale другачијим statusом образовања у svakodnevном животу. Savremene zemlje су увиделе да образовање obezbeđuje највећу моћ и представља будућност. Modernizација образовања nakon 19. века започела је ubrzано да се шири. Modernizацију образовања možemo povezati са променама у друштву које су се dogodile. Образовно-vaspiti sistem је deo друштвеног система и prati njegove промене. Svaki napredak nauке и технологије utiče на образовање и njegove karakteristike. Последњих година највећи uticaj на образованје imale су управо inovacije из области технологије и развој savremene tehnике.

Употреба информационо-комуникационих средстава у области образовања довела је до великих промена које су модернизовале поглед на образовање и сам начин образовања (Koković 2012: 1–10). Inovacija može biti ideja, način, stvar i slično. U obrazovanju inovacija predstavlja unošenje nečeg novog u vaspitno-obrazovni sistem i pedagošku praksu (Lane & McAndrew 2010: 952–962). Inovacije u obrazovanju mogu biti usmerene na ciljeve obrazovanja i na obrazovne metode i tehnike (Vilotijević 2007). U odnosu na to šta se želi postići, inovacije mogu biti različite i mogu biti inicirane iz različitih izvora. To podrazumeva da se inovacije mogu sprovesti na mikro i makro planu. Na mikroplanu inovacije mogu voditi nastavnici, stručni saradnici i direktori škola, koji u konkretnim uslovima žele da unaprede sistem vaspitanja i obrazovanja. Na mikronivou, Ministarstvo prosvete uvodi inovacije kada želi da unapredi celokupni sistem vaspitanja i obrazovanja u zemlji.

Modernizacija obrazovanja uslovljena je modernizacijom društva. Modernizacija obrazovanja danas podrazumeva odbacivanje tradicionalnih shvaćanja i načina rada. Modernizacija nudi kvalitativno drugačiji pristup obrazovanju i prihvatanje aktivnog položaja aktera obrazovanja. Fokus obrazovanja se premešta na učenike i njihove potrebe i interesovanja (Milijević 2009: 869–884; Trifunović 2010).

Savremena nastavna sredstva uglavnom podrazumevaju informaciono-komunikacionu tehnologiju i različite tehnološke uređaje koji se prilagođavaju uzrastu učenika u školi. Primena savremenih nastavnih sredstava poželjna je i potrebna u većini školskih predmeta. Ona omogućava učenicima da nastava bude očigledna i dinamična. Kada učenici koriste savremena nastavna sredstva oni su aktivni učesnici nastavnog procesa i tada im je nastava znatno zanimljivija nego kada su samo pasivni posmatrači nastavnikovog izlaganja. Jedno od najčešćih savremenih nastavnih sredstava je svakako kompjuter. Kompjuter ima veoma široku primenu u mnogim školskim predmetima. Upotrebom kompjutera u nastavi učenici su u mogućnosti da koriste internet koji predstavlja još jedan izvor informacija. Pored svih prednosti savremenih nastavnih sredstava, nikako ne smemo odbaciti ključnu ulogu nastavnika u nastavi (Mandić, Ristić 2005; Delić 2008). Upotrebom interneta učenici mogu doći do različitih informacija, ali je uloga nastavnika da osposobi učenike da kritički preispituju sve informacije do kojih su došli.

Употреба медија у васпитању и образовању обухвата различите позитивне утицаје на ученике. Visoka tehnologija i multimedijalni pristup omogućavaju drugačije planiranje i realizaciju vaspitanja i obrazovanja učenika. Putem korišćenja masovnih medija postoji mogućnost da se isprave greške u tradicionalnom vaspitanju i obrazovanju dece (Mandić 2003).

Kada govorimo o primeni kompjutera u nastavi, pre svega možemo reći da se sprovodi kroz predmet Informatika i računarstvo. Poslednjih godina se svi više govori o ovom predmetu, njegovom značaju, kao i o neophodnosti informatičke pismenosti učenika. U našim školama se veća pažnja pridaje upotrebi savremenih

informativnih sredstava u nastavi, a kompjuter je jedno od najčešćih. Naše škole se poslednjih godina opremaju savremenim nastavnim sredstvima, pre svega kompjuterima i prave se multimedijalne učionice (Mandić, Ristić 2005; Pavlović 2013). Zagovornici informativnih tehnologija ističu da je poželjno uvesti kompjuter što ranije u obrazovanje, čak i od predškolskog obrazovanja, jer deca putem igre uče najbolje, a kompjuter pruža velike mogućnosti. Kompjuter ima veliku primenu u nastavnim i vannastavnim aktivnostima, a može se koristiti i u nastavi, u organizaciji i istraživačkom radu. Brojne su prednosti nastave u kojoj se koristi kompjuter – samostalnost učenika u radu, povećana aktivnost učenika i misaona mobilnost u radu. Putem računara učenici se mogu upoznati sa pojavama i događajima koji su udaljeni ili opasni za učenike i do kojih ne mogu doći u realnom svetu (Cekić Jovanović 2015). Audio-vizuelni sadržaji podstiču zainteresovanost učenika za rad, doprinose trajnijem pamćenju naučenog, kao i efikasnijoj primeni usvojenih znanja (Wang 2011: 83–85).

Korišćenje interneta u vaspitanju učenika može razvijati kod njih samoinicijativu za razvoj kreativnih sposobnosti. U vaspitno-obrazovnim institucijama, kao što je na primer škola, ne može se izostaviti vaspitanje učenika. Škola ima za cilj, pored sticanja znanja učenika, i njihovo vaspitanje i uvođenje u društveni život. Da bi škole bile spremne da prate promene koje se dešavaju u društvu, moraju biti otvorene prema ostalim institucijama i spremne na razmenu informacija i saradnju sa njima, kao i saradnju u okviru institucije. Kao što smo istakli da upotreba interneta ima svoje prednosti, da pruža nova iskustva i proširuje vidike, tako moramo navesti da može imati i negativan uticaj. Upotrebom interneta korisnici prelaze u prostor globalne mreže. Ulaskom u prostor globalne mreže interneta može doći do promena u međuljudskim odnosima. Takvim promenama su najčešće podložna deca, mladi i nezrele ličnosti koje još uvek izgrađuju svoj identitet (Marković-Krstić, Milošević-Radulović 2014: 525–545).

Internet je najzastupljenije sredstvo u vaspitno-obrazovnim institucijama i van njih. Njegovom upotrebom omogućava se praćenje najnovijih promena koje se svakodnevno dešavaju u savremenom svetu. Neophodno je ukazivati učenicima i na negativne strane upotrebe interneta kako bi stvarali kritički odnos prema ponuđenim informacijama. Proces modernizacije obrazovanja u institucijama vaspitno-obrazovnog sistema prati razvoj društva i potreba ljudi u skladu sa promenama. Uključivanje mas-medija u nastavu mora da upotpuni nedostatke tradicionalne nastave.

ОБУЧАВАЊЕ НАСТАВНИКА ТЕХНОЛОШКИМ ИНОВАЦИЈАМА

Informatizacija vaspitno-obrazovnog sistema podrazumeva korišćenje novih i savremenih komunikacionih sredstava. Uvođenje savremenih komunikacionih

sredstava u vaspitno-obrazovni sistem ima pedagoški cilj u razvijanju obrazovanja. Pedagoška profesija uvođenjem savremenih komunikacionih sredstava utiče na razvoj sopstvene prakse. Da bi nastavnici bili informatički pismeni neophodno je da poseduju veliki broj profesionalnih osobina koje prethode (Grujić 2012). Pre svega, nastavnici moraju da budu spremni da prihvate promene u svom radu. Pored toga, nastavnici moraju da poznaju strani jezik, rad na računaru i osnove komunikacije.

Uvođenje informaciono-komunikacionih tehnologija u obrazovanje predstavlja veliki pomak i razvoj. Veoma je važno informacionu tehnologiju iskoristiti na pravi način, što podrazumeva promenu organizacije celokupnog obrazovanja i uvođenje novih izvora znanja. Informaciona tehnologija i njena primena u nastavi podrazumeva informatičku pismenost i osposobljenost svih učesnika vaspitno-obrazovnog procesa. Informatička pismenost podrazumeva i osposobljenost za primenu savremenih informaciono-komunikacionih sredstava u obrazovanju od strane i učenika i nastavnika. Jedan od problema je što su pojedini učenici upućeniji u korišćenje informacionih tehnologija od nastavnika. Mlađe generacije nastavnika su se upoznale sa informacionim tehnologijama u okviru školovanja. Međutim, starije generacije nastavnika ranije nisu koristile sredstva savremene komunikacije i oni se sada susreću sa nepoznatim stvarima, a od njih se očekuje da ih primenjuju u radu. Iz tih razloga, postoje različite obuke ili seminari koji omogućavaju nastavnicima da steknu informatičku pismenost (Miljević 2009: 869–884). Primena savremenih informacionih sredstava je pre svega novina za nastavnike koji u savremenom obrazovanju moraju da budu spremni na promene (Aracki, Petković 2015; Dinevski, Brodник 2005: 135–144; Wang 2011: 83–85).

Prvi korak u obučavanju nastavnika za korišćenje informacionih tehnologija je motivisanost za primenu inovacija u radu. Nastavnici moraju da se osposobe da primenjuju informaciono-komunikaciona sredstva, da na najbolji način iskoriste nove informacije do kojih dolaze i da nastavu učine očiglednom. Tokom obučavanja nastavnici moraju da se osposobe za primenu interneta u radu. Ukoliko nastavnici znaju da pronađu informacije na internetu, već je dobar deo posla obavljen (Avramović 2015). U obučavanju nastavnika ne sme se stati na upotrebi interneta, to je samo početni korak koji omogućava dalju obradu informacija. Obučavanje nastavnika mora započeti na fakultetu, u sklopu studija, da bi se što pre upoznali sa značajem informaciono-komunikacionih sredstava (Pavlović 2013). Obuka nastavnika za korišćenje savremene tehnologije odnosi se i na razumevanje značaja njihove primene, na uviđanje prednosti i pozitivnog uticaja na dečiji razvoj i razvoj samog obrazovanja (Gesser 2007; Lane, McAndrew 2010: 952–962; Wang 2011: 83–85).

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U današnjem vremenu se sve više povećavaju zahtevi za modernizacijom i inovacijom u procesu obrazovanja. Prema tome, da bi bili u skladu sa postojećom modernizacijom i inovacijom, nastavnici se moraju permanentno usavršavati i tako pripremiti za nove promene u nastavi. U skladu sa tim, problem ovog istraživanja je: *Kako modernizacija i inovacije u nastavi doprinose menjanju položaja i funkcije nastavnika u procesu nastave?* U skladu sa navedenim problemom istraživanja, predmet istraživanja je: *Uloga modernizacije i inovacije obrazovanja kao faktor menjanja položaja i funkcije nastavnika i pedagoga u procesu nastave.* Ovim istraživanjem želimo da ispitamo stavove nastavnika o prihvatanju raznih savremenih nastavnih sredstava u vaspitno-obrazovnom procesu i da ukažemo na značaj modernizacije i inovacije obrazovanja u nastavnom procesu. Iz prethodno formulisanih ciljeva proizlaze sledeći zadaci istraživanja: 1. Ispitati stavove nastavnika o njihovoj motivisanosti za uvođenje inovacija u nastavi; 2. Ispitati stavove nastavnika o doprinosu savremenih sredstava u procesu nastave; 3. Ispitati stavove nastavnika o primeni kompjutera i mas-medija u procesu nastave; 4. Ispitati stavove nastavnika o uticaju savremenih nastavnih sredstava na postignuća učenika. Zavisnu varijablu čine tvrdnje koje se odnose na stavove nastavnika o primeni savremenih sredstava u procesu nastave. Mesto rada, kao nezavisnu varijablu, uzimamo kao adekvatnu jer pretpostavljamo da nastavnici koji rade u gradovima imaju više znanja i iskustva o savremenim nastavnim sredstvima.

U teorijskom delu korišćena je *metoda teorijske analize*. Druga metoda koja je korišćena u istraživanju je *deskriptivna metoda*. Tehnika koja je korišćena u istraživanju je skaliranje, dok je za prikupljanje podataka korišćen istraživački instrument *skala procene Likertovog tipa (MAO)*, koja se sastoji od niza tvrdnji koje se odnose na problematiku iznetih istraživačkih zadataka.

Uzorak uzet za ovo istraživanje obuhvata nastavnike osnovnih škola. Istraživanjem je obuhvaćeno 100 nastavnika na prostoru južne Srbije. Istraživanje je započeto u junu, a završeno u avgustu 2017. godine.

ANALIZA I INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

Pod uticajem informacionih tehnologija postepeno se napušta tradicionalna nastava. Uloga informacionog okruženja postaje sve bitnija i značajnija, a škola će biti modernija i uspešnija ukoliko nastavnici pre i potpunije shvate tu činjenicu. Da bismo išli u korak s vremenom, neophodno je u vaspitno-obrazovnu delatnost uneti inovacije koje su usmerene ka podizanju nivoa i kvaliteta vaspitno-obrazovnog rada, uz racionalno korišćenje kadrova, vremena i kreativnosti nastavnika i učenika. Uloga nastavnika se menja, odnosno nastavnik nije isključivo predavač

već organizator nastave i partner u neposrednoj komunikaciji. Motivisanost nastavnika predstavlja prvi uslov za uspešno uvođenje promena i njihovo održavanje u nastavi.

Tabela 1: Razlike u stavovima nastavnika o njihovoj motivaciji za uvođenje inovacija u nastavnom procesu s obzirom na mesto rada.

		N	M	Sd	t-test	df	p																																																								
Preferiram korišćenje udžbenika u nastavi u odnosu na savremenu tehnologiju.	Grad	51	3,00	1,11	-4,12	98	0,30																																																								
	Selo	49	3,10	1,36				Nastavnici koji se prilagođavaju inovacijama efikasniji su u radu.	Grad	51	3,98	0,91	-6,44	98	0,35	Selo	49	4,10	0,98	Često pohađam seminare i dodatna usavršavanja koja mi pomažu da napredujem u skladu sa inovacijama u vaspitanju i obrazovanju.	Grad	51	3,92	0,99	-4,46	98	0,00	Selo	49	4,00	0,74	Brzo prihvatanje promena je uslov za razvoj škole.	Grad	51	3,88	1,05	-2,29	98	0,27	Selo	49	4,31	0,76	Primenom inovacija u nastavi povećava se motivacija učenika u učenju.	Grad	51	4,20	0,83	0,08	98	0,66	Selo	49	4,18	0,73	Inovacije u nastavnom procesu olakšavaju proces učenja.	Grad	15	4,22	0,81	-7,37	98	0,35
Nastavnici koji se prilagođavaju inovacijama efikasniji su u radu.	Grad	51	3,98	0,91	-6,44	98	0,35																																																								
	Selo	49	4,10	0,98				Često pohađam seminare i dodatna usavršavanja koja mi pomažu da napredujem u skladu sa inovacijama u vaspitanju i obrazovanju.	Grad	51	3,92	0,99	-4,46	98	0,00	Selo	49	4,00	0,74	Brzo prihvatanje promena je uslov za razvoj škole.	Grad	51	3,88	1,05	-2,29	98	0,27	Selo	49	4,31	0,76	Primenom inovacija u nastavi povećava se motivacija učenika u učenju.	Grad	51	4,20	0,83	0,08	98	0,66	Selo	49	4,18	0,73	Inovacije u nastavnom procesu olakšavaju proces učenja.	Grad	15	4,22	0,81	-7,37	98	0,35	Selo	49	4,33	0,68								
Često pohađam seminare i dodatna usavršavanja koja mi pomažu da napredujem u skladu sa inovacijama u vaspitanju i obrazovanju.	Grad	51	3,92	0,99	-4,46	98	0,00																																																								
	Selo	49	4,00	0,74				Brzo prihvatanje promena je uslov za razvoj škole.	Grad	51	3,88	1,05	-2,29	98	0,27	Selo	49	4,31	0,76	Primenom inovacija u nastavi povećava se motivacija učenika u učenju.	Grad	51	4,20	0,83	0,08	98	0,66	Selo	49	4,18	0,73	Inovacije u nastavnom procesu olakšavaju proces učenja.	Grad	15	4,22	0,81	-7,37	98	0,35	Selo	49	4,33	0,68																				
Brzo prihvatanje promena je uslov za razvoj škole.	Grad	51	3,88	1,05	-2,29	98	0,27																																																								
	Selo	49	4,31	0,76				Primenom inovacija u nastavi povećava se motivacija učenika u učenju.	Grad	51	4,20	0,83	0,08	98	0,66	Selo	49	4,18	0,73	Inovacije u nastavnom procesu olakšavaju proces učenja.	Grad	15	4,22	0,81	-7,37	98	0,35	Selo	49	4,33	0,68																																
Primenom inovacija u nastavi povećava se motivacija učenika u učenju.	Grad	51	4,20	0,83	0,08	98	0,66																																																								
	Selo	49	4,18	0,73				Inovacije u nastavnom procesu olakšavaju proces učenja.	Grad	15	4,22	0,81	-7,37	98	0,35	Selo	49	4,33	0,68																																												
Inovacije u nastavnom procesu olakšavaju proces učenja.	Grad	15	4,22	0,81	-7,37	98	0,35																																																								
	Selo	49	4,33	0,68																																																											

U Tabeli 1 vidimo da postoji statistički značajna razlika na nivou značajnosti $p < 0,05$ kod tvrdnje „Često pohađam seminare i dodatna usavršavanja koja mi pomažu da napredujem u skladu sa inovacijama u vaspitanju i obrazovanju” i ona iznosi $p = 0,00$. Ovu tvrdnju više vrednuju nastavnici koji rade na selu ($M = 4,00$). Kod ostalih ajtema prikazanih u Tabeli 1 nema statistički značajnih razlika u odgovorima ispitanika u odnosu na varijablu selo/grad, $p > 0,05$. Iz svega navedenog zaključujemo da mesto rada ne utiče bitno na stavove nastavnika o njihovoj motivaciji za uvođenje inovacija u proces nastave.

Razvoj tehnike i tehnologije nameće potrebu za unapređenjem tehnologije obrazovanja na svim nivoima. Pojava računara i drugih novih nastavnih sredstava uzrokuje promene koje idu ka povećanju kvaliteta nastavnog procesa. Ceo proces osavremenjavanja nastave uslovljen je posedovanjem i korišćenjem odgovarajućih sredstava, opreme i uređaja. Danas se znanje uvećava velikom brzinom, pa je neophodno prihvatiti i uvoditi nove oblike, metode i sredstva učenja. Nastava u kojoj se koriste samo klasična tabla i kreda više nije zadovoljavajuća.

Da bi nastava bila efikasnija potrebna su nova multimedijalna nastavna sredstva, koja zadovoljavaju i savremene didaktičko-metodičke principe realizacije nastave.

Tabela 2: Razlike u stavovima nastavnika o doprinosu savremenih sredstava s obzirom na mesto rada.

		N	M	Sd	t-test	df	p
Savremena nastavna sredstva doprinose da se brže modernizuju oblici, metode i postupci u nastavi.	Grad	51	4,33	0,65	1,79	98	0,09
	Selo	49	4,06	0,85			
Pomoću nastavnih sredstava nastavnik će lakše prilagoditi nastavu učeniku.	Grad	51	4,27	0,77	-0,82	98	0,27
	Selo	49	4,28	0,57			
Savremena sredstva podstiču samostalnost kod učenika.	Grad	51	4,11	0,76	0,36	98	0,55
	Selo	49	4,06	0,77			
Primenom savremenih sredstava znanja učenika postaju efikasnija i trajnija.	Grad	51	4,06	0,76	0,25	98	0,93
	Selo	49	4,02	0,80			
Savremena nastavna sredstva čine nastavni proces dinamičnijim, atraktivnijim i uspešnijim.	Grad	51	4,18	0,59	-6,56	98	0,26
	Selo	49	4,26	0,75			
Savremena nastavna sredstva ispoljavaju veći stepen kreativnosti u nastavi.	Grad	51	4,43	0,75	1,97	98	0,60
	Selo	49	4,12	0,81			
Savremena nastavna sredstva olakšavaju nastavniku rad na pripremanju nastave, oslobađaju ga suvišnog izlaganja materije.	Grad	51	4,16	0,81	-5,63	98	0,46
	Selo	49	4,24	0,75			

U Tabeli 2 vidimo da ne postoji statistički značajna razlika ni na jednoj tvrdnji, na nivou značajnosti $p > 0,05$, između aritmetičkih sredina stavova nastavnika o doprinosu savremenih nastavnih sredstava, što znači da mesto rada ne utiče na stavove nastavnika o tome da li savremena nastavna sredstva doprinose nastavnom procesu. Odgovori su homogeni među našim ispitanicima.

Savremena nastava kojom se žele prevazići nedostaci tradicionalne nastave podrazumeva uvođenje inovativnih modela realizovanja nastavnih ciljeva i zadataka, kao i korišćenje savremenih nastavnih sredstava u vidu medija kojima bi se olakšao i učinio efikasnijim proces komuniciranja u nastavi. Trofaktorska nastava, koju čine nastavnik, učenik i nastavni sadržaj, mora doživeti transformaciju i

postati četvorofaktorska u kojoj će četvrti faktor biti nastavno sredstvo. Digitalni mediji čine svakodnevicu i prirodno okruženje ljudima savremenog doba. Nove generacije dece, u velikoj meri pre samog polaska u školu, umeju da koriste savremene medije i da pomoću njih u neformalnom obliku uče. Polaskom u školu i dolaskom u klasične, tradicionalne učionice neopremljene savremenim medijima, oni se stavljaju u njima neprirodan položaj u kome se očekuje da uče kroz frontalni oblik rada, iz nastavnikovog usmenog izlaganja, uz minimalno sopstveno angažovanje za vreme nastave (Starčević 2013). Takva nastava ubrzo postaje deci dosadna, odbojna i njen rezultat je nedovoljna efikasnost jer su zapostavljene potrebe deteta za aktivnim pristupom u procesu učenja. Nastavnike moramo upoznati sa mogućnostima i prednostima savremenih medija i ulogom nastavnih sredstava kako bi se omogućilo njihovo intenzivnije uključivanje u nastavni proces i postizanje lakše i efikasnije neposredne komunikacije kao osnove učenja i poučavanja.

Tabela 3: Razlike u stavovima nastavnika o primeni kompjutera i mas-medija u procesu nastave s obzirom na mesto rada.

		N	M	Sd	t-test	df	p																																																																				
Koristim internet kako bih učenicima na neki način približio gradivo.	Grad	51	3,80	1,04	-3,24	98	0,98																																																																				
	Selo	49	4,39	0,73				Koristim različite kompjuterske programe u procesu nastave.	Grad	51	3,33	1,11	-4,15	98	0,12	Selo	49	4,18	0,93	Smatram da mas-mediji negativno utiču na obrazovanje učenika.	Grad	51	3,70	1,02	-2,12	98	0,04	Selo	49	4,10	0,82	Učenici više vole učenje putem štampanog materijala.	Grad	51	3,66	1,11	-2,01	98	0,08	Selo	49	4,06	0,83	Korišćenjem kompjutera dolazi se brže do neophodnih informacija.	Grad	51	4,43	6,68	0,14	98	0,86	Selo	49	4,41	0,78	Motivacija učenika za rad je veća uz korišćenje kompjutera.	Grad	51	4,16	0,73	-0,91	98	0,79	Selo	49	4,28	0,67	Korišćenjem kompjutera u nastavi stvaraju se uslovi za kvalitetnije inoviranje obrazovne tehnologije.	Grad	51	4,31	0,81	-0,50	98	0,59
Koristim različite kompjuterske programe u procesu nastave.	Grad	51	3,33	1,11	-4,15	98	0,12																																																																				
	Selo	49	4,18	0,93				Smatram da mas-mediji negativno utiču na obrazovanje učenika.	Grad	51	3,70	1,02	-2,12	98	0,04	Selo	49	4,10	0,82	Učenici više vole učenje putem štampanog materijala.	Grad	51	3,66	1,11	-2,01	98	0,08	Selo	49	4,06	0,83	Korišćenjem kompjutera dolazi se brže do neophodnih informacija.	Grad	51	4,43	6,68	0,14	98	0,86	Selo	49	4,41	0,78	Motivacija učenika za rad je veća uz korišćenje kompjutera.	Grad	51	4,16	0,73	-0,91	98	0,79	Selo	49	4,28	0,67	Korišćenjem kompjutera u nastavi stvaraju se uslovi za kvalitetnije inoviranje obrazovne tehnologije.	Grad	51	4,31	0,81	-0,50	98	0,59	Selo	49	4,38	0,64								
Smatram da mas-mediji negativno utiču na obrazovanje učenika.	Grad	51	3,70	1,02	-2,12	98	0,04																																																																				
	Selo	49	4,10	0,82				Učenici više vole učenje putem štampanog materijala.	Grad	51	3,66	1,11	-2,01	98	0,08	Selo	49	4,06	0,83	Korišćenjem kompjutera dolazi se brže do neophodnih informacija.	Grad	51	4,43	6,68	0,14	98	0,86	Selo	49	4,41	0,78	Motivacija učenika za rad je veća uz korišćenje kompjutera.	Grad	51	4,16	0,73	-0,91	98	0,79	Selo	49	4,28	0,67	Korišćenjem kompjutera u nastavi stvaraju se uslovi za kvalitetnije inoviranje obrazovne tehnologije.	Grad	51	4,31	0,81	-0,50	98	0,59	Selo	49	4,38	0,64																				
Učenici više vole učenje putem štampanog materijala.	Grad	51	3,66	1,11	-2,01	98	0,08																																																																				
	Selo	49	4,06	0,83				Korišćenjem kompjutera dolazi se brže do neophodnih informacija.	Grad	51	4,43	6,68	0,14	98	0,86	Selo	49	4,41	0,78	Motivacija učenika za rad je veća uz korišćenje kompjutera.	Grad	51	4,16	0,73	-0,91	98	0,79	Selo	49	4,28	0,67	Korišćenjem kompjutera u nastavi stvaraju se uslovi za kvalitetnije inoviranje obrazovne tehnologije.	Grad	51	4,31	0,81	-0,50	98	0,59	Selo	49	4,38	0,64																																
Korišćenjem kompjutera dolazi se brže do neophodnih informacija.	Grad	51	4,43	6,68	0,14	98	0,86																																																																				
	Selo	49	4,41	0,78				Motivacija učenika za rad je veća uz korišćenje kompjutera.	Grad	51	4,16	0,73	-0,91	98	0,79	Selo	49	4,28	0,67	Korišćenjem kompjutera u nastavi stvaraju se uslovi za kvalitetnije inoviranje obrazovne tehnologije.	Grad	51	4,31	0,81	-0,50	98	0,59	Selo	49	4,38	0,64																																												
Motivacija učenika za rad je veća uz korišćenje kompjutera.	Grad	51	4,16	0,73	-0,91	98	0,79																																																																				
	Selo	49	4,28	0,67				Korišćenjem kompjutera u nastavi stvaraju se uslovi za kvalitetnije inoviranje obrazovne tehnologije.	Grad	51	4,31	0,81	-0,50	98	0,59	Selo	49	4,38	0,64																																																								
Korišćenjem kompjutera u nastavi stvaraju se uslovi za kvalitetnije inoviranje obrazovne tehnologije.	Grad	51	4,31	0,81	-0,50	98	0,59																																																																				
	Selo	49	4,38	0,64																																																																							

У Табели 3 видимо да постоји статистички значајна разлика на нивоу значајности код тврдне „Сматрам да мас-медији негативно утичу на образовање ученика”, коју више вреднују наставници који раде на селу ($M=4,10$). На осталим испитаним појавима није уочена разлика у одговорима наставника који раде у селу и граду, доминира хомогеност одговора испитаника. Можемо да закључимо да не постоји разлика у ставовима наставника о примени компјутера и мас-медија у процесу наставе када је у питању место рада ($p>0,05$).

Савремена наставна средства у данашње време налазе велику примену у настави и учењу. Наčin извођења наставе из свих предмета у основној школи временом је менјан и прилагођаван савременом концепту стицања знања и развијања способности код ученика, услед технолошких унапређења и иновација. Савремени уређаји и опрема у образовним установама резултат су брзог техничко-технолошког развоја.

Табела 4: Разлике у ставовима наставника о утицају савремених наставних средстава на постигнућа ученика с обзиром на место рада.

		N	M	Sd	t-test	df	p
Знања ученика су квалитетнија применом савремених наставних средстава у настави.	Град	51	4,12	0,74	-0,96	98	0,07
	Село	49	4,26	0,78			
Ученици се могу упознати са свим врстама наставних средстава и користити их током школовања.	Град	51	4,24	0,62	-1,37	98	0,26
	Село	49	4,41	0,64			
Савремена наставна средства утичу на мобилност и самосталност ученика.	Град	51	4,16	0,67	-1,61	98	0,33
	Село	49	4,37	0,64			
Применом савремених средстава ученици теоријска знања могу практично применити.	Град	51	4,18	0,86	-0,21	98	0,25
	Село	49	4,14	0,71			
Ученици више уче увиђањем, истраживањем и решавањем проблема.	Град	51	4,39	0,69	-0,71	98	0,57
	Село	49	4,49	0,68			

У Табели 4 видимо да не постоји статистички значајна разлика ни на једној тврди, на нивоу значајности $p>0,05$, између аритметичких средина ставова наставника о утицају савремених наставних средстава на постигнућа ученика с обзиром на место рада. Без обзира на то да ли наставници наставу реализују на селу или у граду, сматрају да иновације у настави и примена мас-медија у настави могу значајно помоћи и допринети школским постигнућима ученика.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Da bi današnja škola i nastava mogle da prate savremeni društveni razvoj i savremena naučna dostignuća, škola mora da se potruđi i uvede nove metode, postupke, sredstva, nove koncepcije i realizacije udžbenika, nove nastavne sadržaje i nastavne programe, nove vaspitne mere, jednom rečju: da osavremeni i unapredi vaspitno-obrazovni rad. Budući da je obrazovanje veoma složena delatnost, nemoguće je vršiti modernizaciju i inovaciju u jednoj sferi, a zapostaviti druge sfere u obrazovanju. Inovacije u obrazovanju moraju se shvatiti kao dinamičan proces koji je stalno u kretanju. Škola kojoj težimo je škola u kojoj moramo da pronalazimo, istražujemo, kritički se osvrćemo na informacije, a ne škola u kojoj ćemo samo prenositi informacije.

Poslednjih godina se veoma mnogo govori o primeni računara u nastavi. Računari, internet i multimediji predstavljaju sastavni deo obrazovnog procesa. Da bi promene u oblasti nauke i tehnologije bile uspešne, mora se raditi na modernizaciji obrazovno-vaspitaog sistema. Obrazovni sistem mora se prilagođavati inovacijama, a samim tim i nastavnici koji preuzimaju nove i odgovorne ciljeve i zadatke. Poznavanje i korišćenje informacionih tehnologija u savremenom svetu predstavlja jedan od osnovnih elemenata pismenosti i kulture čoveka. Opremanje škola savremenom računarskom opremom i informatičko opismenjavanje predstavlja jedan od prioriteta reforme obrazovnog sistema. Svaki učenik bi trebalo da izađe iz škole kao informatički pismena osoba. To podrazumeva da učenik zna da uči. Tada je učenik pripremljen za celoživotno učenje jer uvek može pronaći potrebne informacije za bilo koji zadatak ili odluku sa kojima se sretne. Nastavnici takođe to podržavaju, ali da bi učenici bili medijski pismeni za korišćenje, na primer, nastavnih sadržaja, sam nastavnik mora biti medijski obrazovan. Razlika ne postoji na nivou statističke značajnosti. Iako su svuda aritmetičke sredine malo veće u odgovorima nastavnika koji rade u gradskim sredinama u odnosu na nastavnike koji rade na selu, uvek je tu medijsko obrazovanje kao alternativa obrazovanju nastavnika.

Što se saznajnog cilja tiče, saznali smo da su nastavnici svesni koliki je zapravo značaj inovacija u nastavnom procesu. Kompjuteri olakšavaju način rada, nastavnici nisu samo oni koji prenose znanje, mnogo informacija učenici mogu steći putem interneta, mas-medija, pa možemo i konstatovati da njihova znanja mogu biti trajnija i efikasnija, te da učenici mogu postati samostaljniji u radu.

Ovim istraživanjem smo ukazali na to da je modernizacija i inovacija neophodna u nastavnom procesu. Pored toga što mas-mediji mogu negativno uticati, ipak postoje i velike prednosti, a te prednosti je najvažnije implementirati u nastavni proces.

LITERATURA

Avramović (2015): Zoran Avramović, *Implementacija inovacija u obrazovanju i vaspitanju*, Beograd: Učiteljski fakultet.

Aracki, Petković (2014): Z. Aracki, V. Petković, *Uloga medija u osavremenjavanju i modernizaciji sistema obrazovanja*, Niš: Centar za sociološka istraživanja.

Cekić Jovanović (2015): Olivera Cekić Jovanović, *Efikasnost primene multimedijalnih sadržaja u nastavi prirode i društva*, Novi Sad: Filozofski fakultet.

Delić (2008): N. Delić, *Informaciono-komunikacione tehnologije u obrazovanju*, Banja Luka: Fakultet poslovne informatike.

Dinevski, Brodник (2005): Dejan Dinevski, Andrej Brodник, Lifelong learning technology innovations for efficient adult education, in: J. Florjančič, B. W. Paape (eds.), *Personnel and management: selected topics*, Frankfurt am Main: P. Lang, 135–144.

Đorđević (2012): Jovan Đorđević, Shvatanja o pedagoškim inovacijama – teorija i praksa, *Srpska akademija obrazovanja*, 1–11.

Gesser (2007): G. Gesser (ed.), *Open Educational Practices and Resources*, Salzburg, Austria: "Open e-Learning Content Observatory Services" project.

Grujić (2012) Lj. Grujić, *Nastavnik i profesionalno usavršavanje*, Niš: Filozofski fakultet.

Koković (2012): Dragan Koković, Društvene promene i obrazovne inovacije, *Srpska akademija obrazovanja*, 1–10.

Lane, McAndrew (2010): Andy Lane, Patrick McAndrew, Are open educational resources systematic or systemic change agents for teaching practice?, *British Journal of Educational Technology*, 41, 6, 952–962.

Milijević (2009): S. Milijević, Inovacijska škola – nosilac promena i razvoja, *Srpska akademija obrazovanja*, 869–884.

Mandić, Ristić (2005): Danimir Mandić, Miroslava Ristić, *Informacione tehnologije*, Beograd: Mediagraf.

Mandić (2003): Danimir Mandić, *Didaktičko-informatičke inovacije u obrazovanju*, Beograd: Medioagraf.

Marković Krstić, Milošević Radulović (2014): S. Marković Krstić, L. Milošević Radulović, Vaspitanje i obrazovanje u funkciji bezbednog korišćenja novih tehnologija u procesu globalizacije, *Zbornik radova: Savremene paradigme u nauci i naučnoj fantastici*, 525–545.

Vilotijević (2007): Mladen Vilotijević, *Didaktika*, Beograd: Školska knjiga.

Starčević (2013): Nataša Starčević, *Medijsko obrazovanje – putokaz u svetu zasićenom medijima*, Novi Sad: Filozofski fakultet.

Pavlović (2013): Ana Pavlović, *Značaj i primena računara u obrazovanju učenika u osnovnoj školi*, Čačak: Fakultet tehničkih nauka.

Trifunović (2010): Vesna Trifunović, *Kultura mira i obrazovanje za medije*, Niš: Institut za sociologiju.

Wang (2011): Q. Wang, Application of Practice of Teaching Reform of Open Educational Resources in Environmental Science Specialty, *2011 International Conference on Economic, Education and Management (icem 2011)*, II, 83–85.

Jelena Ž. Maksimović
Jelena S. Osmanović
University of Niš
Faculty of Philosophy
Department for Pedagogy

THE IMPORTANCE OF MEDIA CULTURE FOR ALTERNATIVE EDUCATION

Summary: Mass culture, disseminated by technical means of mass communication, influences the society in which we live. The mass media represent a means of expression addressed to the population in total, not to the sample population or to an individual. Due to means of mass communication, information is being infinitely multiplied and standardized, very easily accessible, much easier to understand, because media culture is spreading through the media. For that reason, the conveyed message has to be simple enough, clear and unambiguous, public and quickly transferable. The authors of the research define media culture, as well as its importance for alternative education. A Likert-type scale is used to examine teachers' opinions on the importance of media culture for alternative education. The research has shown that media literacy and media culture have a significant effect on every aspect of lifelong learning. The research has also shown that teachers believe that the internet is an indispensable medium that provides a wide range of information and a basis of mass culture.

Key words: media culture, alternative education, teachers, lifelong learning.

Vesna I. Maričić
Tehnička škola
Ivanjica

УДК 7.01:111.852
316.774:111.852
316.728

MEDIJI I ALTERNATIVA KROZ PROMATRANJE GODAROVOG FILMA ZBOGOM JEZIKU

Apstrakt: Cilj rada sastoji se u propitivanju mogućnosti za alternativno delovanje kako u području istraživanja same estetike, tako i u okvirima aktuelne umetničke prakse. Divna Vuksanović je u jednom svom izlaganju rekla: „Ljudi se više ne dodiruju smislom, ne razgovaraju”. Upravo je ova njena rečenica dala prostor za razmišljanje o Godarovoj hipotezi u vezi sa gubljenjem, nestankom jezika u filmu *Zbogom jeziku* kroz upotrebu alternativnih mogućnosti u tumačenju filmske priče: kolaža, reciklaže, dokumentarističkih snimaka, esejističkih navoda, 3D formata.

Кljučне речи: alternativno delovanje, estetika, 3D format, jezik.

UVOD

Cilj ovog teksta sastoji se u propitivanju mogućnosti za alternativno delovanje kako u području istraživanja same estetike, tako i u okvirima aktuelne umetničke prakse. Divna Vuksanović je u jednom svom izlaganju rekla: „Ljudi se više ne dodiruju smislom, ne razgovaraju” (Vuksanović 2017). Upravo je ova njena rečenica otvorila prostor za razmišljanje o Godarovoj hipotezi postavljenoj u okviru filma *Zbogom jeziku*, a kojom Godar pokušava da postavi moguće rešenje gubljenja, nestanka, izbegavanja jezika usred neprestane kakofonije zvukova i neopravdanog brbljanja, kroz upotrebu alternativnih mogućnosti u tumačenju filmske priče kao što su: kolaž, reciklaža, feljton, dokumentaristički snimci, esejistički navodi i, najzad, možda najbitnija komponenta koja inkorporira u sebe sve prethodno pomenute – 3D format. Učestvujući u radio emisiji „Kontrapunkt” Radio Beograda 2, autora Biljane Đorović, Divna Vuksanović, filozof i teoretičar medija, a povodom predstavljanja zbirke kratkih filozofskih priča pod nazivom *Memo*, iskoristila je priliku da u okviru same teme spomenute teoriju igara o kojoj je i sama pisala, nadovezujući se na delo sociologa Ratka Božovića i na tipologiju igara Rožea Kajoa, a u cilju opominjanja da je današnji čovek igrajući se sa tehnologijom postao rob tehnologije i na taj način izgubio osećaj smislenosti u dodiru sa drugim čovekom. Naglašavajući igru sa tehnologijom, Vuksanovićeva je tom prilikom rekla da je tehnologija danas vodeći subjekt, dok je čovek objekt

koji trpi radnje tehnologije na sebi. Danas se čovek sve češće igra sa tehnologijom i u toj igri biva prevaziđen, porobljen i nadigran od strane tehnologije. Uz to je i dodala da joj se čini da se pred nas postavlja izbor, i to izbor u smislu uključenosti ili ne u svet tehnologije. Možemo li biti uključeni u svet tehnologije na način da mi koristimo tehnologiju, ili je upotreba tehnologije od strane čoveka samo puki privid? Da li je pak, sa druge strane, moguće da se ne uključimo u svet tehnologije a da ona ipak sve vreme vrši nad nama različite radnje, od medicine do bioinženjeringa?

U pomenutoj emisiji, Vuksanovićeва dalje navodi da čovekovo okruženje koje nazivamo *phisisom*, što dalje tumačimo kao svet prirode, pred ljudskim očima raste i menja se, danas možemo nazvati „svetom tehnologije”, jer se pred nama rađaju i transformišu razne tehnologije koje sačinjavaju naš *phisis*, čineći od nas deo tih tehnologija. Negativnu komponentu razvoja sveta tehnologije Vuksanovićeва vidi u nestajanju dijaloga, i to dijaloga kao smisaonog govora humanih bića, što na kraju dovodi do gubitka kritičkog mišljenja. Ono što čitavoj ljudskoj kulturi nedostaje jeste razgovor, jer se ljudi više ne dodiruju smislom, ne razgovaraju.

ZAŠTO SE NE DODIRUJEMO SMISLOM?

Upravo konstatacija Divne Vuksanović da se ljudi više ne dodiruju smislom bila je glavni motivacioni aspekt za promišljanje Godarove hipoteze o prestanku razgovora i nestanku dijaloga kao smisaonog govora humanih bića. Nasuprot gubljenju jezika, otvara se prostor za jednu nepreglednu kakofoniju zvukova i nartikulisani protok informacija, koje u funkciji Godarove pretpostavke inkorporirane unutar filma *Zbogom jeziku* služe kao dokaz o nestanku jezika.

Kako bi se uopšte propitivalo samo dodirivanje smislom u ključu konstatacije koju je dala Divna Vuksanović? Čini mi se važnim osvrnuti se na klasifikaciju igara koju su uspostavili Johan Huizinga, holandski istoričar i Rože Kajoa, francuski sociolog. Potom je bitno tematizovanje i teoretsko obrazlaganje u kritičko-refleksivnim postavkama u odnosu na savremenu kulturu i značaj igre u okvirima savremene kulture. Kako bismo promišljali smislenost dijalektičkog odnosa igre i međuljudskih odnosa danas, logično je da se pozovemo na tekstove sociologa kulture Ratka Božovića i Divne Vuksanović. U vezi sa spomenutom idejom o promišljanju igre, na osnovu koje bismo došli do sentence da se ljudi ne dodiruju smislom, važno je početi od poimanja igre u eseju Rože Kajoa *Igre i ljudi*.

U uvodnom delu nazvanom „Igre i zbilja”, koji je napisao Sreten Marić, esejista, prevodilac i profesor svetske književnosti, a što po svojoj strukturi predstavlja predgovor za Kajoaov esej *Igre i ljudi*, razmatranja Kajoaove tipologije igara otpočeo je citirajući delove iz knjige Johana Huizinge *Homo ludens* koja ja objavljena

1937. godine. Tako, odmah na prvoj strani stoji: „U nastanku svih velikih oblika kolektivnog života nalazi se, krajnje aktivan i plodan, faktor igre...” (Huizinga 1992: 12), potom se dodaje: „Pesništvo je rođeno u igri i kao igra” (Huizinga 1992: 112). Interpretirajući Huizingu, Marić piše da je Huizinga smatrao da je kultura *igra*. Dakle, pesništvo, mudrost, nauka, pravo, pravila oružane borbe, konvencije aristokratskog života i sve ono što je u prvim fazama kolektivnog života predstavljalo polje kulture zapravo je *igra*. „Po Huizinginim rečima kultura se rađa iz igre jer je igra stvaralački impuls, sloboda, pronalazački duh, mašta i disciplina u isto vreme” (Kajoa 1979: 10).

Dvadeset godina od objavljivanja Huizingine knjige *Homo ludens*, francuski sociolog Rože Kajoa napisao je esej *Igre i ljudi*. Za razliku od Huizinge, koji je smatrao da su kolektivni život naroda i njihove institucije vrste igara, Kajoa je sebi postavio zadatak da dokaže da su igre uslovi nastanka jedne kulture podupirući tu tezu pretpostavkom da jedna civilizacija i unutar nje jedno doba mogu biti okarakterisani samo svojim igrama.

„U stvari, igra je po svojoj suštini posebno zanimanje, brižljivo izdvojeno od ostalog života, i uglavnom se odvija u tačno određenim granicama vremena i prostora. Postoji poseban prostor za igru, zavisno od slučaja: školica, šahovska tabla ili tabla za igru dame, stadion, pista, borilište, ring, scena, arena itd. Ne uzima se u obzir ništa što se dešava izvan idealne granice. Izlazak greškom iz kruga, slučajan ili neophodan, uvek povlači bilo diskvalifikaciju bilo kaznu” (Kajoa 1979: 34).

Sloboda, intenzivnost, delatnost koja se odvija u jednom odvojenom, po Kajoa u idealnom svetu jeste preduslov koji objašnjava kulturni značaj igara. Tako, esej *Igre i ljudi* započinje kao formalna klasifikacija igara, a zavšava se kao skica jedne sociologije kojom Kajoa želi da pokaže da je u osnovi jedne sociologije igra. Klasifikujući igre, Kajoa izdvaja četiri najvažnije kategorije i to: *takmičenja* (agon), *igre na sreću* (alea), *igre prerusavanja* (mimicry), *igre zanosa* (ilynx). Pored ove četiri kategorije, Kajoa navodi još dva pojma kojima označava osnovni impuls igre i njen značaj za individuu. *Paidia* (dečja igra, zabava), koju je Kajoa opisao kao razonodu, nestašluk i slobodnu improvizaciju, čime se manifestuje izvesna nekontrolisana fantazija. Drugi pojam koji navodi jeste *ludus* koji predstavlja suprotnu tendenciju od nestašluka i bujnosti. Drugim rečima, *ludus* je ovde u službi onoga koji disciplinuje, koji podvrgava anarhičnu i ćudljivu prirodu *paidia* konvencijama i imperativima, postavljanjem sve težih prepreka. *Ludus* obogaćuje anarhičnu i ćudljivu prirodu *paidia* trenirajući je za sticanje određene veštine i samim tim osposobljavajući je iznalaženjem rešenja strogo konvencionalnih problema.

Analizirajući kategorije igara, Kajoa je napisao da agon i alea u svetu igara zauzimaju onu oblast koja se najviše oslanja na pravila, te tako zaključuje da bez pravila nema ni takmičenja, ni hazarderskih igara. Na sasvim suprotnom mestu nalaze se mimicry i ilynx, u svetu koji pretpostavlja upravo anarhičnu prirodu koja nije sklona bilo kakvom poretku, gde igrač sve vreme improvizuje.

„Od potpune slobode, spontano izražene u igri, do pravila, koja otkrivaju njen institucionalni karakter, igra se, kako je utvrđeno, javlja kao aktivnost u kojoj imaginacija i improvizacija, kao poseban vid razonode, omogućavaju da dođu do izražaja unutrašnje strane čovekovog kreativnog bića. I kad je Rože Kajoa klasifikovao igre kao – *igre takmičenja* (agon), *igre na sreću* (alea), *igre prerusavanja* (mimicry), *igre zanosna* (ilyn), on je, u stvari, pokazao da u različitim vrstama igara nisu prisutne aktivnosti koje je moguće precizno razgraničiti. Pored toga, Kajoa je sugerisao da prisustvo jedne vrste igara, a ne druge, može da bude jedan od bitnih indikatora osnovne usmerenosti kolektivnog života i kulture” (Božović 2014: 105).

Divna Vuksanović, u svom tekstu „Homo ludens”, podstaknuta Božovićevim citatom u prilog teoriji igara, piše da je igra objektivizirana u društvenoj stvarnosti, ontološki posmatrano, zapravo jedan od pouzdanih faktora poimanja prirode kulture u kojoj je određena igra doživela objektivizaciju, kao i vrednosnim orijentacijama koje trenutno vladaju u njoj, te je stoga i te kako važno s kojim i kakvim igrama imamo posla u kulturi.

„Tako se originalna naracija R. Kajoa o *agonu*, u Božovićevoj interpretaciji, primera radi, pretvara u angažovanu antiratnu polemiku, priča o igrama na sreću (*alea*) prerasta u kritiku njihove industrijalizacije i masovne zloupotrebe, igre vrtoglavice (*ilyn*), koje su, u isto vreme, između ostalog, u Božovićevom viđenju i sinonim za strast, direktno su suprotstavljene tiraniji reda i (kapitalističke) racionalnosti, dok problematizovanje igre prerusavanja (*mimicry*), posredstvom korišćenja pojma maske i njene veze s identitetom i istinom, iznova vraća diskurs kako na ontološki, tako i na društveni karakter igre, i to u svim njenim transformativnim momentima postojanja. U eri vladavine destruktivnih ratnih igara, eksploatacije kocke i ekstremnog socijalnog maskiranja, neophodno je, po našem mišljenju, vratiti se korak unazad, i promisliti kakvu kulturu želimo, i da li iz takvih naših očekivanja, te društvene prakse koja iz toga nužno proističe, može nastati poredak zasnovan na vrednostima slobode” (Vuksanović 2017: 10).

U okviru radio emisije „Kontrapunkt” Radio Beograda 2, urednika Biljane Đorović, a koju smo spomenuli u uvodu ovog teksta, Divna Vuksanović je govorila upravo na temu teorije igara, spomenuvši svoj rad koji se bavi promišljanjem teza koje je izneo sociolog Ratko Božović u prilog Kajoaove klasifikacije igara, rekavši da, na osnovu toga koja je igra dominantna u datom trenutku, možemo zaključiti o kojoj i kakvoj kulturi je reč. Božović je Kajoaovu klasifikaciju proširio za još jednu igru, nazvavši je „igra sa tehnologijom”, što u postavci Božovića i Vuksanovićeve znači „da je savremeni čovek do te mere postvaren da ispred sebe ima samo dve opcije, ili da se uigra u datu igru, igru sa tehnologijom, ili da bude igrani igrač” (Vuksanović 2017). Drugim rečima, čoveku ne preostaje ništa drugo do da izabere između stanja da je nesvestan manipulacije tehnologije nad njim, ili da se svesno priključi igri sa tehnologijom. Tehnologija je danas vodeći subjekt i

као таква она је у позитиви да врши одређене радње над човеком. С друге стране, човек је, под притиском доминантне игре са технологијом, играч који се више не игра са другим човеком, „што би била хумана игра” (Вуксановић 2017), већ се игра са технологијом која га потпуно поробљава, превазилази, надиграва и чини га потпуно неслободним, а слобода је, раније код Кајоа, била примарни предуслов за игру.

Човек је органска природа, рекла је Вуксановићева, која се до сада улачавала са другим органским природима, но, како органска природа бива надвладана од стране технологије, човек се данас улачавља са технологијом што га чини делом једног механизма који посредује технологију, а што ће Ратко Боžовић дефинисати као „играни играчи, укључени или не у свет технологије поробљени неслободом”.

Оно што Вуксановићева истаје као основни и главни проблем у улачаванју са светом технологије јесте спрега између економије и технологије која условљава неједнакост и различите позитиве. Ова спрега чини да се већина људи осећа неслободним и без могућности избора, док с друге стране мањина која је путем економије себи омогућила избор сада одлучује и о изборима поменуте већине.

Шта нама преостaje? Вуксановићева тврди да је дијалог оно што нама као свесним хуманим бићима преостaje као једино средство борбе. Дијалог, као смисаони разговор између хуманих бића, јесте заправо подручје које омогућава простор за критичко мишљење, што је у овом тренутку и те како важно и то управо због констатације која је навела на промишљање о овој теми: „Људи се више не додирују, не додирују се смислом, не разговарају” (Вуксановић 2017).

GODAROV FILM ZBOGOM JEZIKU KAO ALTERNATIVNI SUSRET I DIJALOG U DELEZOVOM KLJUČU

Kada Вуксановићева у емисији „Kontrapunkt” каже како се људи више не додирују смислом, управо та констатација отвара простор за промишљање о филму *Žan-Lika Godara Zbogom jeziku*. Француски редитељ Новог таласа *Žan-Lik Godar* (Jean-Luc Godard) покушава у свом филму *Zbogom jeziku* да путем 3D технологије приближи гледаоцу како изгледа однос између двоје људи у одсуству говора. Godarova почетна идеја за филм *Zbogom jeziku* јесте наизглед једноставна и састоји се у следећем: „It’s about a man and his wife who no longer speak the same language. The dog they take on walks then intervenes and speaks” (Brody 2014).

Међутим, одсуство говора заправо најбоље се одсликава у свеопштој какофонији и паражујој брбљивости свetskог метежа који је заборавио да говори, заборавио је да се користи дијалогом.

Идеја о одсуству говора код Godara нема лирски карактер, већ супротно. Оdsustvo говора се одсликава и прелива помоћу колажа, компилација, инцидената, фраза, слика и звукова у разне приче које се одвијају у циклусима и које сведоче о једној свеопштој конфузiji човека унутар света технологије. Рићард Brodi (Richard

Brody), filmski kritičar, за амерички часопис *The New Yorker* написао је текст под називом „Godarov revolucionarni 3D film” („Godard’s revolutionary 3D film”). У свом тексту, Brody се највише бавио Godarovом употребом 3D технологије, на основу које Godar покушава да нам приближи причу о некаквом пару који годинама не говори, и то на начин да гледаоци осете материјалност и физичка својства света при ручи. Приручни свет, hajdegerovski речено, био би свет приборских модуса, при чему се под прибором подразумева оно што нам је при ручи. Нама су ствари увек при ручи, користимо их као врсту прибора за задовољење наших потреба. Стога Godar не користи 3D технологију у оном смислу у којем се она користи када су у питању велике биоскопске дворане, специјални ефекти, специјална опрема и сложени поступци снимања и приказивања 3D филма, већ је третира као технику независног филма, користећи једноставну опрему, захваљујући којојutelovљује додир редитеља и наизглед, с друге стране, додир гледаоца, стварајући осећај слике у простору, физичке експресије, креирајући тако једну посве интересантну естетску употребу 3D ефеката.

Користећи разне технике као што су рециклажа, колаж, навођење разних фраза, употреба снимака документарних филмова, коришћење одређених слика, звукова, инцидената и другог материјала, Godar покушава да нам прикаже свет у којем се изгубио језик а завладала је какофонија и конфузija. Игра технологије и човека превagnула је на страну технологије. Nestao је језик, остало је немушто брбљање, док простор испунјавују низови информација. Film почиње рећеницама: „Those lacking imagination take refuge in reality. If non-thought contaminates thought, it was the best time we ever had” (Godard 2014). Након уводних рећеница, film почиње јасним указивањем на то да ће се 2D и 3D преклапати, а одмах потом у филму се отварају велике теме. За сам почетак, у центру пажње је штанд са књигама и разговор о Солженјициној (Александр Исаевич Солженицын) књизи *The Gulag Archipelago Abridged: An Experiment in Literary Investigation*. Солженјин је био руски писач, драматург и историчар, који је због критике Стаљиновог режима био уhapшен и одведен у сибирски логор, а реабилитован је 1956. године. Потом се ређају приче о Hitlerовој политичкој поставци, о развоју технологије, о Hitlerовој идеји демократије, револуције и рата. Затим се преко те приче коју чита жена надовезује мушкарца који цитира Жака Елила, француског социолога и историчара, који се бавио последицама Другог светског рата и то атомском бомбом, GMO-ом, advertajzingом, државима које све то инкорпорирају у себе развијајући dehumanizоване односе међу људима. Потом споминје нанотехнологију, тероризам, Hitlerову другу победу по речима Жака Елила, тоталитаризам, набрајајући последице свих најбројаних елемената развоја надмоћности технологије уз помоћ великог капитала. Циљ Godarovог филма jeste да се коришћењем разних документарних снимака, снимљених говора, историјских докумената, цитата из књига филозофа, историчара и социолога, затим снимака из филмова аутора попут Bergмана и других, ишчитавањем стања из светске економије, стања са берзе, навођењем бројки, разматрањем о

kretanju valuta, prikazivanjem sportskih događaja, kao i tumačenjem političke i spoljnopolitičke aktivnosti, objasni gubitak jezika. Drugim rečima, informacija je zamenila dijalog i više je nego očigledno da su u pitanju informacije koje nemaju za cilj razvijanje i podržavanje dijaloga između humanih bića. Osnovna teza Godarovog filma sastoji se u rasvetljavanju problema komuniciranja, problema skraćivanja jezika, problema nerazumevanja između ljudi koji jedni drugima šalju SMS poruke na istom jeziku. Jedan od ključnih momenata u filmu, a tiče se upravo problema komunikacije, jeste upotreba mobilnog telefona. Recimo, Godar prikazuje nekoliko ljudi okupljenih oko štanda sa knjigama koji na ime Solženjicin ne pokušavaju da objasne o kome je reč, već „izguglaju” na svom telefonu preko internet pretraživača podatke o Soženjicinu. Zatim telefon pruže osobi do sebe, ili osobi preko puta sebe, i tako u krug, ma o kojoj osobi da je reč, bio to filozof, sociolog, političar, istoričar i slično.

No, Godar ipak ne želi da iz filma iščili smisao, te tako 3D tehnologiju koristi isključivo kao tehniku nezavisnog filma, što je podrazumevalo jednostavnu opremu i gotovo kućne uslove. U stvaranju filma učestvovala su samo tri čoveka ne računajući glumce. Upravo ta jednostavnost u korišćenju 3D opreme i tehnike, napisao je Brodi, otvorila je jedan novi način upotrebe filmskog jezika unutar virtuelne dimenzije. Fizička ekspresija, što je bio i Godarov poduhvat sa ovim ostvarenjem, ogleda se upravo u upotrebi 3D filma, po rečima Brodija, kao krajnjeg primera ekrana osetljivog na dodir koji upravo na taj način otelovljuje dodir između reditelja i gledaoca, to jest susreta po Delezu, jer gledalac stiče utisak da naizgled dodiruje ono što je na ekranu. 3D tehnologija takođe stvara osećaj slike u prostoru, povlačenje i isturenost, što kod Godara predstavlja mogućnost za estetstku upotrebu 3D tehnike za stvaranje određene dubine polja. Godar 3D tehnikom stvara film, ili video-zapis, običnih objekata na običnim mestima sve do dramatičnih efekata, argumentujući takav čin montažom, jer je montaža osnov, bit kinematografije. Godar smatra da montaža ima središnje mesto u kinematografiji, ne kao puka sukcesija slika, već kao povezivanje elemenata u jedan okvir. Dakle, montaža kod Godara jeste način da se očuva smisao. Uključivanjem psa u odnos između dvoje ljudi koji više ne govore istim jezikom, ne razgovaraju, jeste upravo povezivanje elemenata u jedan okvir koji potom dobija određeni smisao. Pas tokom filma uglavnom prolazi između to dvoje ljudi koji ne govore, kao neko ko govori umesto njih, neko ko interveniše između njih, dok se pred kraj filma čuje plač bebe. Stičemo utisak da nam Godar saopštava na posredan način da je moguće smisljeno koristiti tehnologiju u svetu u kojem se tehnologija uveliko igra sa čovekom i od čoveka čini izigranog igrača, a ono što je najvažnije, čini mi se, jeste Godarova poruka da je moguće dodirnuti se smislom.

U knjizi *Dijalozi*, a u poglavlju „Šta je razgovor i čemu služi?”, Žil Delez je napisao da je veoma teško „izjasniti se” u intervjuu, dijalogu, razgovoru. „Ako vam ne dopuste da proizvedete svoje pitanje, od elemenata pristiglih odasvud, od bilo

kud, ako vam ga 'postavē, nećete imati bogzna šta da kažete" (Parne, Delez 2009: 9). A šta znači kod Deleza kada kaže da ako vam „postavē" (Parne, Delez 2009: 9) pitanje, vi nećete imati bogzna šta da kažete? Delez govori o proizvodnji, ali o proizvodnji koja se odigrava upravo u susretima između dva čoveka. S tim u vezi, Delez referira na susrete kao paralelne evolucije dvaju bića koja nemaju nikakve veze jedno sa drugim. Recimo, kada je reč o Godarovom filmu *Zbogom jeziku*, Godar i gledalac se neminovno susreću na način da Godar uspeva da njegov jezik, filmski jezik, kao i filmska slika, filmska radnja, pa potom svi oni efekti koje je proizveo upotrebom 3D tehnike, dopru do gledaoca koji u tom trenutku pokušava da razume ono što Godar kroz film saopštava. Dakle, njih dvojica se susreću i između njih se stvara izlomljena linija, neki cikcak, koja dalje nastavlja, recimo, do sledećeg gledaoca, ili do kritičara, ili do nekog prolaznika. Da se vratimo na pitanje – iz ovog poimanja susreta i postajanja sledi da se pitanja *proizvode*. Na osnovu svih elemenata koje smo skupili tokom nekakvog susreta, mi možemo da proizvedemo svoje pitanje, da ne dopustimo da nam ga „postavē", jer se veština u proizvodnji pitanja sastoji prevashodno u veštini izgradnje nekog problema, „najpre izumevamo problem i položaj problema, a onda pronađemo rešenje" (Parne, Delez 2009: 9).

Delez je naročito zamerao činjenici da se previše misli u terminima istorije, lične i svetske; pritom se više retorički pitao šta je ono što čini postajanja. Postajanja su, napisao je Delez, geografija, strane sveta, pravci, ulazi i izlazi. „Postati nikada ne znači oponašati, niti činiti poput, niti prilagođavati se nekom modelu, pa makar to bio i model pravde ili istine" (Parne, Delez 2009: 10). *Postati*, napisao je Delez, nikada ne znači oponašati, prilagođavati se nekom modelu, te je tako pitanje poput onog „Šta si postao?" (Parne, Delez 2009: 10) smatrao izuzetno glupim, jer ono što neko postaje menja se zajedno sa njim. Postajanja su po rečima Deleza dvostruka zarobljavanja, neparalelne evolucije. Primer za nacrt postajanja, ili za mogući razgovor, jeste odnos ose i orhideje. Orhideja naizgled obrazuje sliku ose, ta slika je zapravo ništa drugo do orhidejino postajanje osom, osino postajanje orhidejom, dvostruko zarobljavanje, pošto se „ono što" (Parne, Delez 2009: 11) svako postaje ne menja ništa manje od „onoga koji" (Parne, Delez 2009: 11) postaje. To je jedno jedino postajanje, jedan jedini blok postajanja, „a-paralelna evolucija dvaju bića koja nemaju nikakve veze jedno sa drugim" (Parne, Delez 2009: 11).

Postajanje, to nije član koji postaje drugi, napisao je Delez, već svaki član sreće drugog člana. Postajanje nije zajedničko za oba ta člana. Po Delezu, prvi član sretne drugog člana i oni obrazuju liniju ili blok između njih koja pak ima sopstveni smer, to je paralelna evolucija, kada dva člana, koja nemaju veze jedan s drugim, sretnu jedan drugog i postaju kao kod primera sa orhidejom i osom. To je dvostruko zarobljavanje, ne u smislu zarobljavanja nečega što je u prvom članu i nečega što je u drugom članu, čak i kada bi to moralo da se pomeša, da se

razmeni, smatrao je Delez, već nešto što je između ta dva člana, izvan oba, i što teče u nekom drugom smeru. Dakle, svaki član radi svoj posao dok istovremeno susreće druge članove ili drugog člana i na taj način se iscrtava postajanje, „...blok se stavlja u pokret, blok koji više nije ničiji, već je 'među' svima...” (Parne, Delez 2009: 19).

Da bi pojasnio kako se to blok stavlja u pokret, Delez je naveo primer razgovora između Godara i Mjevila u televizijskoj emisiji „6 puta 2” (Parne, Delez 2009: 19), opisujući njihov susret kao upotrebu onoga što je najbogatije u njihovoj samoći, puštajući da između dve osobe prolazi linija ili blok, proizvedeći sve pojave dvostrukog zarobljavanja, pokazavši šta je veznik „i”, da veznik „i” nije ni spona ni naporednost, već nacrt izlomljene linije koja uvek polazi iz bliskosti, neke vrste aktivne i stvaralačke linije bekstva. Dok radimo, šta god to bilo, nužno smo sami, ali to je jedna krajnje naseljena samoća, konstatovao je Delez. Naseljena samoća nije, kako je napisao Delez, naseljena nekakvim snovima, fantazmima ili planovima, već je naseljena susretima. „Susret je možda isto što i postajanje” (Parne, Delez 2009: 15).

Srećemo ljude, čak i one koje ne poznajemo i koje nikada pre tog susreta nismo videli, srećemo kretanja, ideje, događaje i entitete, i sve te pobrojane stvari imaju lična imena. No, kod Deleza lično ime ne označava osobu ili subjekat, već neki učinak, neki cik-cak, „ono što prolazi ili se dešava između dvoje kao da je pod uticajem razlike u potencijalu: 'Komptonov efekat', 'Kelvinov efekat'” (Parne, Delez 2009: 15).

Šta znači *sresti* kod Deleza? Delez susret označava kao pronalazak, kao zarobljavanje, kao krađu, bez prethodno utvrđene metode za pronalaženje, što je posledica dugotrajne pripreme. „Ukrasti je suprotno od prepisati, podražavati, oponašati ili činiti poput nekoga. Zarobljavanje je uvek dvostruko zarobljavanje, krađa je uvek dvostruka krađa, i to je ono što stvara ne nešto uzajamno, već jedan asimetričan blok, jednu a-paralelnu evoluciju, uvek 'izvan' i 'između'. Eto, to bi bio razgovor” (Parne, Delez 2009: 16).

ZAKLJUČAK

Promišljajući mogućnost alternativnog delovanja unutar medija i putem medija, a u svetu u kojem se čovek pretvara u izigranog igrača igrajući se sa tehnologijom, po rečima sociologa Ratka Božovića i filozofkinje i teoretičarke medija Divne Vuksanović, pokušali smo da pronađemo alternativni način igranja sa tehnologijom, koji ima za cilj da ponudi model igranja čoveka i tehnologije koji podrazumeva čoveka i tehnologiju kao ravnopravne igrače i posredovanje tehnologijom zarad očuvanja smisla između ljudi kao humanih bića. U prvom delu teksta, pokušali smo da na osnovu dela Divne Vuksanović, Ratka Božovića,

Rožea Kajoa i Johana Huizinga koja se bave teorijom igara, kako njenim glavnim odlikama tako i njenim naličjima u današnjoj kulturnoj sferi u kojoj je, po rečima Ratka Božovića, dominantna igra igra sa tehnologijom čiji je osnovni pokretač veliki kapital koji u toj igri čoveka pretpostavlja tehnologiji otuđujući ga od njegovih humanih odrednica, čineći od njega porobljenog i izigranog igrača koji se, po rečima Divne Vuksanović, udaljio od dijaloga, zaboravljajući na dijalog kao smisaoni govor humanih bića, a samim tim zaboravljajući i na smisao sopstvenog postojanja usred sveta tržišne ekonomije.

U drugom delu teksta, propitivali smo mogućnost za alternativni pristup medijima koji pritom u osnovi svoga delovanja ne gubi iz vida čoveka kao humano biće. Mogućnost takvog delovanja pronašli smo u filmu Žan-Lika Godara *Zbogom jeziku*, koji je Godar snimio u 3D tehnici, na krajnje jednostavan način, upravo dokazujući da je moguće upotrebiti, doslovno, jedan vid tehnike koja se inače koristi kada su u pitanju velike bioskopske dvorane, specijalni efekti, specijalna oprema i složeni postupci snimanja i prikazivanja 3D filma, već je tretira kao tehniku nezavisnog filma koristeći jednostavnu opremu zahvaljujući kojoj utelovljuje dodir reditelja i naizgled sa druge strane dodir gledaoca, stvarajući osećaj slike u prostoru, fizičke ekspresije i na taj način kreira jednu posve interesantnu estetsku upotrebu 3D efekata. Upotrebljavajući 3D tehniku zarad snimanja filma *Zbogom jeziku* na gore pomenuti način Godar, čini se, vrlo živo i dinamično koristi filmski jezik kojim dodiruje gledaoca promišljajući o alternativnom putu ka ostvarivanju dodira sa drugim ljudskim bićem. Na taj način, Godar traga za novim rešenjima, inovativnim paradigmama, kritikujući i preispitujući postojeća filozofska, naučna i teorijska shvatanja odnosa u društvu, dominantnih uverenja i postavljenih stremljenja. Ono što on postiže sa ovim filmom najbolje opisuje Delezovo poimanje susreta i postajanja koja smo u drugom delu teksta detaljnije spominjali, a odnose se na stvaranje izlomljene linije između dva člana koja nemaju veze jedan sa drugim, koji postaju na način da se susreću i u tom susretu porobljavaju jedan drugoga, ali ne da jedan postane onaj drugi, nego da se između njih dvojice, ili njih dve, ili njih dvoje, stvori izlomljena linija koja je kao linija ekrana dok gledamo Godarov film, a u sledećem trenutku ga prepričavamo nekom drugom ili sebi i potom ta linija nastavlja dalje; eto, to bi bio razgovor koji Godar smelo vraća u igru u kojoj je čovek, čini se, čitav „kapital” uložio na polje kojim vlada tehnologija.

LITERATURA

- Božović (2014): Ratko Božović, *Igra ili ništa*, Beograd: Čigoja.
- Brody (2014): Richard Brody, Godard's revolutionary 3-D film, *The New Yorker*, Njujork. Pristupljeno 10. avgusta 2017. <https://www.newyorker.com/culture/richard-brody/jean-luc-godards-3-d-movie>
- Vuksanović (2017): Divna Vuksanović, *Homo ludens*, Beograd.
- Vuksanović (2017): Divna Vuksanović, *Kontrapunkt*. Pristupljeno 12. jula 2017. <http://www.rts.rs/page/radio/sr/story/24/radio-beograd-2/2697681/kontrapunkt.html>.
- Godard (2014): Jean-Luc Godard, *Exclusive Interview with the Legend (Part 1) Cannes 2014 Canon*. Pristupljeno 30. oktobra 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=Bou1w4LaqMo>.
- Kajoa (1979): Rože Kajoa, *Igre i ljudi*, Beograd: NOLIT.
- Parne, Delez (2009): Kler Parne, Žil Delez, *Dijalozi*, Beograd: Fedon.
- Huizinga (1992): Johan Huizinga, *Homo Ludens*, Zagreb: Naprijed.

FILM

- Godard (2014): Jean-Luc Godard, *Goodbye to Language (Adieu au Langage)*, French-Swiss.

Vesna I. Maričić
Technical High School
Ivanjica

MEDIA AND ALTERNATIVES THROUGH THE ANALYSIS OF GODARD'S FILM *GOODBYE TO LANGUAGE*

Summary: The aim of the paper is to explore the possibility of using alternative interpretation, both in the field of the research on aesthetics and contemporary art practices. Divna Vuksanovic once said: "People no longer convey meaningful thoughts, they do not talk". This statement has offered us the opportunity to think about Jean-Luc Godard's hypothesis regarding the loss, disappearance of language, depicted in his film *Goodbye to Language* through the use of some alternative ways of presenting the story of a film: collage, recycling, documentary footages, essay citations, 3D formats.

Key words: alternative interpretation, aesthetics, 3D formats, language.

Jelena S. Marković
Univerzitet Istočno Sarajevo
Akademija likovnih umjetnosti u Trebinju
Bosna i Hercegovina

УДК 7.038.531:316.776.33

ZAGREBI MEDIJE

Apstrakt: Sagledavanjem odnosa između subverzivnih umetničkih praksi i prostora u kome su ove aktivnosti pozicionirane, možemo uočiti da umetničko delovanje ovog tipa predstavlja alternativu konzumeristički motivisanom medijskom sistemu i direktno, ili posredno, pretenduje da probudi, tj. promeni svest potrošača medijskih sadržaja.

Кljučне речи: медији, алтернатива, телевизија, интернет, креативност.

UČEŠĆE I OČEKIVANJA

Rad *Zagrebi medije* sagledava različite umetničke prakse, od trenutno aktivnih umetnika i umetničkih grupa, pa do onih koji su u svojim pionirskim projektima i zamislama ukazali na važnost kritičkog odnosa ka pojavi elektronskih medija, kao i na posledice njihovog delovanja na svakodnevni život čoveka.

Umetničko delovanje je shvaćeno kao *prostorno* pozicioniranje prodornih i lucidnih alternativa medijskom *establišmentu*, čija organizacija je zasnovana na konzumeristički motivisanoj produkciji medijskih sadržaja.

Umetnički radovi koji se realizuju ili prezentuju u medijskom prostoru deluju kao osvajanje vremena, koje nam mediji kontinuirano oduzimaju. Svi oni koji se bave problemima koji proističu iz hiperprodukcije sadržaja u medijskom prostoru učestvuju u stvaranju putanja, alternativa i pomaka ka kvalitetnijem medijskom okruženju.

Uticaj medija na našu svakodnevnicu, a samim tim i na kvalitet života, kroz utrošak životnog vremena je značajan i transformiše naše vrednosti, menja potencijalno sagledavanje životnih mogućnosti, postavljajući osnove u društvenim odnosima.

Svako razmatranje ove problematike otpočinje kritičkim sagledavanjem svega onoga što nam je trenutno ponuđeno u okvirima medijskog sistema. Umetnički radovi koji se direktno ili indirektno vezuju za medije kao fenomen su dodatan iskorak, jer su klica drugačijeg pristupa utrošku čovekovog vremena.

Kvalitet umetničkih radova koji se bave elektronskim medijima je u postojanju pojedinačne ili grupne inicijative u prostoru komercijalne produkcije ili uprkos pokušajima *komercijalizacije* naše svesti.

Savremene pojave ovako profilisanih umetničkih praksi, kroz subverzivno angažovanje umetnika i umetničkih grupa, ali i publike, direktno ili posredno pretenduju da promene, tj. probude svest potrošača medijskih sadržaja.

Razmatranje ovih umetničkih pojava uključuje umetničke radove koji pozivaju publiku da učestvuje u realizaciji događaja, menjajući tokom ovog procesa doživljaj svakog zainteresovanog pojedinca o mogućnostima uređivanja programa. Publika, katkad, ne očekuje od ovakvih dešavanja ništa više od nestereotipno provedenog vremena, svežeg pristupa i privremenog, delimičnog učešća u stvaranju drugačijeg odnosa ka medijskoj stvarnosti.

Umetničke grupe teže stvaranju alternativnih programa, koji odstupaju od ustaljene medijske prakse sa uživo uključenjima i različitim pristupima slici i zvuku.

Radovi umetnika kojima nije bila krajnja namera da svojim delovanjem utiču ili menjaju kvalitet sadržaja elektronskih medija takođe imaju važnu ulogu u razumevanju stvarnosti sa medijima. Svako delo koje direktnim ili indirektnim pristupom učestvuje, dodiruje, prožima medijsku realnost kakvu poznajemo, tumačim kao alternativni pristup predvidljivoj upotrebi čovekovog vremena.



Slika 1. *Korisno*, Jelena Marković

ZAGREBI!

Elektronski mediji zauzimaju značajno mesto u našoj svakodnevi. Kontinuitet prožimanja „ova dva sveta” u svesti čoveka je lako uvideti kada uzmemo u razmatranje koliko vremena svaki pojedinac provede u kontaktu sa sadržajima elektronskih medija. Medijska stvarnost uspešno, uz pomoć okidača i mehanizama proizvodnje iluzija, uljuljkuje i pasivizira svoje korisnike. Zbog pasivne upotrebe vremena koje se provodi sa medijima, često dolazi do povremene, delimične ili čak preovlađujuće tendencije da se u svesti konzumenata *prekrije deonjima imanentne realnosti*. Medijska stvarnost postaje primat i mera verodostojnosti svakog događaja u našem životu.

Povratak jezgru¹ ili samoj srži čovekovog iskustva je i povratak vrednostima koje su krucijalne za čovekov opstanak, a u cilju dalje, svesne težnje razvoju. Uklanjanje *izmaglice* ili korice medijski proizvedenih iluzija postaje nužno, da bi se razumno sagledale dosadašnje posledice prisustva medija u našim životima.

Zagrebi medije je zato više od sagledavanja problematike medija i umetničkih praksi kao alternative prostoru hiperprodukcije i konzumerizmu, već je istovremeno i poziv na učešće, udruživanje i usmerenost ka uspostavljanju komunikacije.

Zagrebi medije je poziv da se stvori trezven odnos, iščekujući pojavu novih učesnika, kao i da se preduzimaju mere koje doprinose drugačijem sagledavanju ili koje su korekcija postojećeg stanja svesti.

Postati učesnik, koji je i stvaralac, znači biti onaj koji radom na sopstvenim potencijalima, kao i svojom informisanošću, ne dozvoljava stvaranje koprene preko pogleda na svet koji nas okružuje. Sve što nam je blisko vidljivo je u onome što zajedno stvaramo, a važnost takvih pojava za ovo razmatranje je zapravo prepoznavanje i ispoljavanje potrebe da se nađe drugi način za uspostavljanje *kontakta i prostora zajedništva*². To je moguće ostvariti i u medijski posredovanoj realnosti, kontakt-programima ili kreiranjem programa uživo, kao i stvaranjem raznovrsnih formata.

Zapravo, moglo bi se pomisliti da sve ono što znamo da prostor medija obuhvata ili može da obuhvati predstavlja i našu mogućnost spoznaje njegove mere. Zato je važno omogućiti različite pristupe stvaranju medijskih sadržaja, jer će to izmeniti shvatanje mesta medija u našoj svakodnevi. U stvaranju medijskih

1 „Ako se, pak, pod rečju *sapiens* misli na mišljenje koje pokušava da pojmi jezgro pojava, koje kroz zavaravajuću površinu prodire ka 'stvarno stvarnom' i čiji cilj nije manipulacija, nego razumevanje, onda bi *homo sapiens* zaista bila jedna tačna definicija.” (From 1980: 65)

2 „Svaka poseta delu od strane gledaoca izmešta ga iz mesta gde se ono nalazi, nedodirljivo i učaureno (izolacija) na mesto koje je kao scena (ekran gledaoca kao zona kontakta i zajedničkog prostora)[...]” (Arden 2007: 192).

Shvatanje Pola Ardena vraća nas na početno razumevanje onoga što bi bio potencijal masovnih medija, koji na posredan način već predstavlja zonu kontakta i prostor zajedništva, sa manje ili više limitiranim mogućnostima slanja povratnih informacija (prim. aut).

sadržaja često se inklinira smanjivanju individualnog pristupa ili glasa pojedinca u korist masovno prihvatljivih standarda, jer su programi stvarani ciljano za manje ili više profilisane grupe stanovništva i njihove predvidljive potrebe. Pa ipak, iako alternativni programi retko kada imaju veću popularnost, važnost postojanja drugačijeg pristupa programu ili postojanje paralelne vizure omogućava prepoznavanje pravih ideja i poduhvata, koji nas vode u njihovo dugoročno razmatranje.

Zagrebi medije podrazumeva preduzimljivost, našu suprostavljenost naizgled primerenim, kontrolisanim uslovima produkcije. Dakle, to je neprihvatanje nametnutih okolnosti koje su postavljene kao prekrivač, tj. sloj iluzija, iza koga ili izvan koga je moguće proniknuti samo ako smo samosvesni, tj. održavanjem uvida u sopstveno biće.

Alternativa prepuštanju medijskoj svakodnevici, pa time i dosadi, uvedenoj kroz vrata ponavljanja *istog*, jeste u negovanju kvaliteta, koji nećemo zaboraviti kroz mnogobrojne putanje elektronskog umrežavanja.

Tek u takvim uslovima, otvoriće nam se čitava polja boljeg razumevanja *stvarnosti sa medijima*, koju nismo bili u stanju da prepoznamo tokom nekritičkog prepuštanja medijskim sadržajima. Uz proširenje shvatanja da je svakodnevica, vreme i prostor našeg života, pod snažnim i često negativnim uticajem medija, pitanje suživota sa medijima postaje pitanje razumevanja sadašnjosti, kao i naših očekivanja u vremenu koje dolazi.

Svako razmatranje *stvarnosti sa medijima* (Arden 2007) zapravo jeste razmatranje izmenjenih uslova ljudskog života.

Život sa elektronskim medijima savremenog društva nudi specifičan i izmenjeni prikaz aktuelnih događaja, a sa pojavom interneta čitav se posredovani način komunikacije dodatno usložio, usled povećane interaktivnosti.

Stjuart Tabs (Tabs 2013) navodi, pozivajući se na Džozefa Dominika, da su posredovani susreti uvek ograničeni, kako senzorno tako i u kontekstu pružanja povratnih impulsa, odnosno posredovana komunikacija je ona koja suštinski nema karakteristike direktno uspostavljenog odnosa³. Medijski prikazi događaja ostaju i uvek jesu posredovani⁴, pa time i nude specifične mogućnosti interpretacije. Medijski prostor je prostor zajedničkog delovanja i posredovanog kontakta i predstavlja kontinuiranu inspiraciju za različite umetnike.

Elektronski mediji su oduvek bili interesantni za umetnički postavljene osvrte, ali su i bili inspirisani umetnošću, koju su prilagođavali sopstvenom načinu

3 „Prvo, za *primaoca* su mogućnosti senzornog ulaza znatno ograničenije. Drugo, *primaoci* posredovanih poruka imaju malo ili nimalo kontrole nad izvorima – odnosno povratna informacija izuzetno je ograničena. I, konačno, *primac* izvore posredovanih poruka poznaje ili u ograničenom stepenu ili ih uopšte ne poznaje, već ih samo zamišlja. Jednostavnije rečeno, posredovano iskustvo nije direktno.” (Tabs 2013: 640)

4 „Kao što smo ukazali u prvom poglavlju, svaki aspekt masovne komunikacije jeste *posredovan*, a posredovani susreti razlikuju se od direktnih susreta.” (Dominick 2009)

delovanja. Umetnici su uvek bili nosioci kritike, svojim delom koje se odnosi, ali pojavljuje van prostora medija, kao i kroz umetničke eksperimente koji mogu biti ponuđeni publici u medijskom prostoru.

PREGLED

U okviru aktuelne postavke izložbe *Documenta 14*, koja je vizura na različite umetničke prakse, 2017. godine predstavljen je i rad izraelskog umetnika Roe Rosen-a pod nazivom „The Dust Channel” iz 2016. godine. Ovaj rad, koji je specijalno rađen za *Documenta 14*, jeste „opereta sa ruskim libretom”⁵ (Peleg 2017: 8, August), koja pruža umetnički osvrt na potrošačko društvo, „ksenofobiju”⁶ (Peleg 2017: 8, August) i „pervertiranost” (Peleg 2017: 8, August) društvenih i porodičnih odnosa u jednoj „izraelskoj buržoaskoj porodici” (Peleg 2017: 8, August).

Delo je postavljeno kao oštra kritika i to kroz prezentaciju konformističkog razumevanja različitosti; reč 'prašina' je upotrebljena figurativno i povezana je sa pustinjom, aludirajući na pesak⁷. Nagomilavanje „nečistoća” je potrebno preduprediti i otkloniti dubinskim čišćenjem, pa je zainteresovanost za aparate za čišćenje kuće (Dyson DCo7 Vacuum Cleaner) ekvivalentna funkcionalnom, *pervertiranom* i *tehnički ispravnom* tretmanu ljudi, kao i suštinski prečišćenju interpretaciji stvarnih događaja kroz televizijski format, kojim se kontinuirano saopštavaju alarmantni, tekući događaji.

Vesti koje se pojavljuju na ekranu Dust Channel-a poput: „Refugees flee from Sudan and Eritrea to Israel” ili „A new way to remove from ceiling spiderwebs and grime” govore o tome koliko elektronski mediji učestvuju u formiranju naše slike društva i problema u njemu. Ovaj rad je zato moguće tumačiti kao kritiku tehničko-tehnološki naprednog društva, koje uz pomoć aparata posreduje u našoj spoznaji stvarnosti, ljudskih sudbina i samim tim proizvodi masovno prihvatljive stavove. Rad, kao i mnogi radovi ovog tipa, kontinuirano se poziva na druge prikaze i opšta mesta. To nas može uputiti i na razmatranje posledica izmena naše svesti, tj. stvarnosti, preko popularnih medija, koji povećavaju i podstiču anksioznost i razdor, demonizujući potrebe pojedinaca u društvenim relacijama.

Anksioznost, koja proizlazi iz nakupljanja „nečistoća” i proizvedene želje da se iste otklone, predstavljena preko kanala posvećenog aparatu za čišćenje, sagledava se kao jasna metafora za neurotično društvo u kome nezdrava klima delimično nastaje i zbog zloupotrebe masovnih medija. Krutost stavova i šablonski

5 „It is an operetta with Russian libretto set in domestic environment of a bourgeois Israeli family, whose fear of dirt, dust, or any alien presence in their home takes the shape of perverted devotion to home-cleaning appliances.” (Peleg 2017: 8, August)

6 „The desert obliquely points to specific and current forms of xenophobia.” (Isto)

7 „Rosen associates dust figuratively with sand.” (Isto)

način prikazivanja, kao i permanentni tok uznemirujućeg sadržaja, smanjuju našu reaktivnost na same sadržaje, pa se unosi i egzistencijalni nemir koji uzrokuje neadekvatne reakcije na realne situacije o kojima se izveštava.

”The Dust Channel” nam pokazuje da na svaki objektivan problem možemo pronaći rešenje u konzumeristički doslednom sprovođenju sopstvenih navika, upućujući posmatrača da preispitaju odnos prema medijima i njihovoj zastupljenosti u svakodnevici. U video-radu se pojavljuju i prepoznatljive scene, kao što je scena rezanja oka iz filma *Andaluzijski pas* Salvadora Dalija i Luisa Bunjuela. Naš pogled na svet je poput uznemirujućeg prikaza sna, nanovo preokrojen rezom preko oka (u kadru sečenja nožem oka ili prženog jajeta), gde je sve prilagođeno konzumaciji, a ne mišljenju i samorastu.

Erih From (Erih Fromm) piše o pokušaju čoveka da konzumiranjem medijskih sadržaja, koji su proizvodi medijske industrije, otkloni osećanje dosade lepim, interesantnim i lako zamenljivim novinama.⁸ On piše: „Znakovi beznađa susreću se svuda. Uzmimo samo izraz lica prosečnog čoveka, na kome se očituju dosada i nedostatak međuljudskih kontakata – iako pojedinci očajnički ‘traže kontakt’” (From 1980: 33).

Još jedna savremena umetnica nas kroz svoj rad upućuje na anksioznost, a koju njen sagovornik putem analogije povezuje sa zvukom televizijskog uređaja, koji radi u pozadini njene svesti. Preispituje se postojanje misli koje se odvajaju od svesti, neprestano uključene u pozadini svega onoga što se događa. Hana Peri (Hannah Perry), umetnica koja je saradivala sa grupom „Lucky PDF” na Kanalu 4, 21. avgusta 2017. godine predstavila je svoj novi kratki film *Mr. Pharmaceuticals* (Perry, Frieze 2017). Ovaj zapis je snimljen tokom njenog tronedelnog boravka u Osho International Resort-u u Indiji, gde je inspirisana da deo razgovora u prostoriji za pušače bude zabeležen (Perry, Frieze 2017). Hanin sagovornik nalazi zanimljivu analogiju za anksioznost, sjajno prikazujući opterećenje savremenog čoveka, ali i prolaznu atraktivnost, zadovoljstvo i radost trenutka, čija je vrednost za nas promenjiva. Mogli bismo se zapitati kako se oseća čovek kome je zvuk televizijskog uređaja stalno u pozadini svakodnevnog života, u pozadini njegovih misli. Da li je dim cigarete, prikaz anksioznosti i konzumentskog odnosa prema svetu, svojevrsna dimna koprena stvorena preko našeg boljeg razumevanja sebe i okolnosti našeg života?

Svakako da je zvuk jedan od najinvanzivnijih⁹ (Blais, Ippolito 2006: 198) načina prodora spoljašnjeg okruženja u ličan prostor čoveka, a svaka konstantna

8 „Ipak, industrija za sprečavanje dosade, tj. automobilska, filmska, televizijska itd. industrija, koja prodaje novitete, može u osnovi sprečiti samo to da čovek postane svestan svoje dosade.” (From 1980: 47)

9 U knjizi iz 1959. godine *Globalno selo*, čiji su autori Marshall McLuhan i Bruce R. Powers, navodi se da se svet globalnih elektronskih komunikacija vraća na trag vremena kada je ljudska percepcija prostora bila više akustična nego vizuelna. (Blais, Ippolito 2006: 198)

zvučna situacija upornim delovanjem može da remeti nesmetan tok misli. U napetosti koju možemo iščitati iz same ideje da se tok misli prepliče ili možda čak podređuje dominantnom zvuku televizijskog aparata čiji program je predviđen za masovno prikazivanje, rad Hane Peri prevazilazi uvid u ličnu borbu umetnice sa anksioznošću.

Ovaj rad precizno dočarava i specifično osećanje klaustrofobije i uznemirenja konstantnim prisustvom medija u našem životu. Savremena svakodnevica, usled otuđenja ljudi, često je prikaz usamljenosti pojedinaca. Konzumerističke navike ljudi stvaraju impresiju samodovoljnosti, pa je beg od tišine, samospoznaje, često i beg u posredovanu komunikaciju. Takva komunikacija je i nesvestan vapaj, iskonska potraga za podrškom i razumevanjem, ali otuđeni čovek, u svojoj potrazi, ovladan je savremenim medijima kao jedinom konstantom.

Od uvida u film Hane Peri, koji se prikazivao na Kanalu 4, do umetničkih grupa koje organizovano pristupaju realizaciji kritičkih radova, svi umetnici različitim pristupima demonstriraju važnost učešća u razumevanju naše stvarnosti.

Erih From piše u *Revoluciji nade* da „sve kategorije bića su pretvorene u kategorije imanjanja” (From 1980: 92). „Onaj statični i nepokretni ego stupa u odnose sa svetom tako što ima objekte, dok ličnost to čini učestvovanjem” (From 1980: 92).

Umetnički projekat „Media Burn” grupe Ant farm (Ant farm 2003) odnosi se prema medijima kao prema zidu ili *neprobnoj* membrani, gde je cilj probiti na drugu stranu, probiti medijsku realnost emitovanu sa ekrana i ponovo ući u realnost onoga što nazivamo događaj uživo. Ovaj akt možemo iščitati i kao razrešenje unutrašnjeg nezadovoljstva, ali i kao dovoljno prodoran i upečatljiv umetnički čin, koji okuplja publiku i širi ideje za koje se umetnici zalažu.

Oni postavljaju pitanje publici, kroz govor umetnika-predsednika: „Moji drugovi Amerikanci, sada Vas pitam, da li ste ikada želeli da prođete nogom kroz Vaš televizijski ekran?”¹⁰

Ovaj umetnički rad uspostavlja odnos između *prostora događaja* i medijskog prostora, njegovom realizacijom na javnom mestu, parkingu Cow Palace-a, prikazujući celo iskustvo kao umetnički čin raskidanja sa opsenom i zavisnošću od masovnih medija. Umetnici uspostavljaju i zanimljiv odnos prema svim strukturama društvenog poretka¹¹, koje se ovde mogu povezati sa idejom o zidu ili *neprobnoj* prepreci.

Na događaju se pojavljuje umetnik-predsednik¹², čiji inspirativni govor je u duhu onih koji masu dovode do ekstatičnosti, kao i unajmljeni glumci, koji predstavljaju policiju i članove obaveštajne službe. Svi oni zajedno, sa predstavnicima medija kojima je tražena propusnica za ulazak na mesto događaja kako bi o njemu

10 Isto: 16, prev. aut.

11 Chip Lord: 2:00-2:32.

12 Dough Hall: 12-41.

svedočili i izveštavali¹³, pravi su prikaz suštinske prepreke i načina razmišljanja ljudi u okviru sistema, koji ne preispituju sopstvenu ulogu u trenutnim, a samim tim i istorijskim okolnostima.

Druga grupa umetnika koja je značajnim delovanjem obeležila umetničku scenu su video-umetnici koji su preuzeli naziv „Scratch video” 1984. godine. Ovi umetnici ostvaruju nove spojeve¹⁴ obradom, montiranjem više traka, a time i motivišu izmenu perspektive publike na već prezentovani materijal i događaje, transformišući potrošački odnos prema televizijskim sadržajima.

Njihovi radovi se obraćaju mlađoj populaciji, alternativnim pristupom prikazivanja i kreiranja svojih dela, kao i uspostavljenim umetničkim relacijama ka populizmu. Oni smatraju da su prostor prikazivanja video-radova radije klubovi¹⁵ i alternativna gradska mesta, a ne galerijski prostori. Njihova je težnja bila, kao i kod prethodnika, da umetničko stvaralaštvo preuzme nešto od masovnosti koja je karakteristična za elektronske medije.

Grupa autora koja istražuje odnos između izvođenja uživo i televizije, a sadržaje postavlja na internet radi pod nazivom „Lucky PDF”. Oni saraduju sa različitim umetnicima i predstavili su sopstveni pristup realizaciji programa u okviru Frieze Art Fair-a 2011. godine, kada su okupili više od pedeset umetnika sa kojima su saradivali.

Njihova aktivnost, koja je dostupna publici na internetu, promovise performans, improvizacije, saradnju i generalno drugačiji pristup stvaranju i plasiranju televizijskog programa. Taj pristup je sveden na radni, neprečišćeni prikaz, sa izraženim osećajem za umetničko, eksperimentalno angažovanje.

Ovi miksevi, kao pristup, omogućavaju povratak razumevanju važnosti stvaranja televizijskog programa i učešća pojedinaca, van očekivanih stilizacija, prigodnih formi i stereotipnog viđenja sveta. Dostupan na internetu i putem prenosa, rad grupe „Lucky PDF” je i poziv na stvaranje, udruživanje, nove projekte, kao i mogućnost da za relativno mala ulaganja ovakvi sadržaji budu bliži široj populaciji stanovništva. Internet nudi prostor za aktivnu saradnju i stvaralaštvo, povezujući na različitim mestima ljude koje spaja zajednička vizija. Pojave umetnosti na internetu nisu retke, a mogućnost da ovakvi radovi zainteresuju i prošire svest ljudi o problemima savremenog društva uglavnom se realizuje kroz učešće i saradnju u procesu stvaranja.

Plasirani medijski sadržaji su stvarani tako da izazovu premeštanje interesovanja recipijenata sa događaja iz objektivnog prostora ili ličnog života i sa pravog

13 Isto.

14 ”[...] while Scratch, with its customary light-fingered approach, spent more time hustling the rules of how pictures go together, searching for aesthetic moments that had gone underrated and unappreciated when the stuff was first broadcast on TV.” (Barber: 112)

15 ”More fundamental too, Scratch looked its best in nightclubs rather than screenings, clubs were its spiritual home.” (Isto: 114)

значаја приказаних садржаја, nudeći drugačiju interpretaciju sveta, koja je katkad isključivo medijski konstrukt.

Formira se istovremeno lažna predstava o učešću posmatrača ili publike, koja proizlazi iz uverenja da je dovoljno biti medijski informisan, kao i da je takva *aktivnost* ključ za razumevanje društvenih problema i odnosa.

No, to ne doprinosi osnaživanju čoveka već njegovom uljuljivanju, pasivizaciji, jer je tačka posmatranja problema zasnovana uvek na kretanju po samoj površini, bez dubljeg utemeljenja u stvarnosti kakvu poznajemo van medija.

Po Erihu Fromu, potrebno je aktivno i neposredno učestvovanje, humanizovanje svih organizacija koje nisu usklađene sa suštinskim potrebama čoveka (From 1980: 102–103).¹⁶

Pokrivanje događaja¹⁷ kao izraz već dovoljno sugerise o tome da je naše nastojanje da spoznamo realnost svakog događaja preko medija relevantno samo ukoliko stojimo sa *obe noge na tlu*, tj. ako težimo prodornom i temeljnom razumevanju savremenih uslova života. U tom slučaju, naš zadatak je *otkrivanje* načina na koji mediji utiču na formiranje predstava o realnosti, mesta uticaja i nadovezivanja. Kroz *razvoj* sa medijima, savremeni čovek je sposoban da prihvati nove mogućnosti i vidove komunikacije, ali i da ga pokrene nedostatak suštine, pa i neadekvatno *pripitomljavanje* čovekove prirode. Njegovo *pripitomljavanje* se ostvaruje manipulisanjem životnim vremenom, koje je retko ispunjeno stvaralačkim aktivnostima, već gotovo uvek potrošnjom; zatim, manipulisanjem radoznalošću, uspostavljanjem prividnog osećanja zajedništva koje vodi otuđenju, kao i manipulisanjem čovekovom potrebom da komunicira i da se igra.

Čovek je zapravo tek suštinski svoj onda kada je oslobođen od takvih nameeta, jer nezavisno promatra svoje okruženje i okolnosti života. On je oslobođen i kroz razumevanje sopstvenih potreba, društvenog sistema i mehanizama, mreže koju sami kreiramo i u koju se sami uplicemo.

Iz tog razloga, važno je prisetiti se i potencijala masovnih elektronskih medija, koji su rane entuzijaste pokretali na njihovo dalje unapređivanje. Osim toga, samo saznanje da su svi elektronski mediji od njihovih samih začetaka bili na udaru kritike govori da je oduvek postojala dovoljno snažna frakcija društva koja je ostajala verna vrednostima nepatvorenog ljudskog iskustva. Kao i na svakom drugom polju tako i ovde, nije svaka kritika dolazila sa „pravog mesta” i iz „pravih razloga”, već je i ona katkad interesno motivisana ili zasnovana na pukom otporu bilo kakvoj promeni ili načinu reorganizacije društva.

U momentu kada masovni mediji izgube status pravoverja i budu umerenije zastupljeni u našim životima, tada će upotreba medija odgovarati sporijem,

16 „Aktiviranje pojedinca tako da on neposredno učestvuje i postaje saodgovoran, dakle, pretvaranje sadašnje otuđene i birokratske forme organizacije u humanističku.” (From 1980: 102–103)

17 Reč *coverage* se prevodi sa „izveštavanje”, a *cover* kao „1. pokrivač, pokrivalo...”. (Filipović i dr. 1990)

celovitijem pristupu životu. Takve okolnosti će možda i biti adekvatnije pravim potrebama čoveka, ukoliko dosadašnje promene ne budu imale značajniji uticaj na nove generacije mladih ljudi i njihov vrednosni sistem. Moglo bi se pretpostaviti da će društvo u kome vlada prekomernost, uspostavljanjem kritičkog odnosa prema medijima, biti manje orijentisano ka ekspanziji, a više ka razvoju nekih već zaboravljenih ljudskih potencijala.

LITERATURA

Ant Farm (2003): *Ant Farm Media Burn 1975*, Westcoastvideoart — MOCAtv, Youtube. Retrieved in January 2018 from <https://www.youtube.com/watch?v=FXy6ocvaZyE>.

Arden (2007): Pol Arden, *Kontekstualna umetnost: umetničko stvaranje u urbanoj sredini, u situaciji, intervencija, učestvovanje*, Novi Sad: Muzej savremene umetnosti Vojvodine.

Barber (2011): George Barber, *Scratch and After, Edit Suite Technology and the Determination of Style in Video Art, George Barber Video Retrospective: 112*. Retrieved in January 2018 from uodwebservices.co.uk/documents/George%20Barber/GB019.pdf

Berger (2014): Maurice Berger, *Revolution of the Eye: Modern Art and the Birth of American Television*, New York: The Jewish Museum, Yale University.

Blais, Ippolito (2006): Joline Blais, Jon Ippolito, *At the Edge of Art*, London: Thames & Hudson.

Vuksanović (2017): Divna Vuksanović, *Filozofija medija 3: Ontologija, estetika, kritika*, Beograd: Čigoja štampa.

From (1980): Erih From, *Revolucija nade*, Beograd: Grafos.

Lucky PDF: *Lucky PDF TV*. Retrieved in January 2018 from <http://luckypdf.com/tv/>.

Peleg (2017): Hila Peleg, *Roe Rosen, documenta 14: Daybook*, Munich, London and New York: Prestel Verlag.

Tabs (2013): Stuart Tabs, *Komunikacija: principi i konteksti*, Beograd: Clio.

Filipović (1990): Rudolf Filipović, *Englesko-hrvatski ili srpski rječnik*, osamnaesto izdanje, Zagreb: Školska knjiga i Grafički zavod Hrvatske.

Perry (2017): Hannah Perry, *Mr Pharmaceuticals*, video. Retrieved in January 2018 from www.frieze.com/media/mr-pharmaceuticals

Jelena S. Marković
University of East Sarajevo
Academy of Fine Arts in Trebinje
Bosnia and Herzegovina

SCRATCH THE MEDIA

Summary: Participation in creating a better quality media space has long been one of the most important tasks of modern man. All our efforts, as well as any spontaneous action, are subject to criticism and are enhanced by different approaches to the consideration of these phenomena. Art as a trigger, which is also a form of gathering, can provide a different insight into our everyday life with the media, both through a critical attitude and via innovative approaches to contents. By considering relations between subversive artistic practices and the space wherein these activities are positioned, it becomes evident that artistic activity of this kind represents an alternative to the consumeristically motivated media system, and directly or indirectly has pretensions to arouse, i.e. alter awareness of media contents consumers.

Various examples of artistic practices presented in the paper are a small section of the whole spectrum of visible approaches that can guide us, in order to remove the crust, the coating of media-created illusions overlaying our perception of social relationships and opportunities for developing the potentials of an individual.

Key words: media, alternative, television, internet, creativity.

Ana A. Martinoli
Univerzitet umetnosti u Beogradu
Fakultet dramskih umetnosti

УДК 316.776:[654.191:004.738.5
654.1:659.1

„ALTERNATIVNI“ ONLAJN-RADIO U SRBIJI – NEZAVISNI AUDIO-PROJEKTI IZMEĐU EKSPERIMENTA I ODRŽIVOG BIZNIS MODELA¹

Apstrakt: Tokom 2015. godine, radio tržište u Srbiji je drastično izmenjeno gašenjem ili promenom vlasništva brojnih stanica. Osiromašeni FM prostor, sa izuzetkom programa javnog servisa, ostaje skoro potpuno uskraćen za govorni sadržaj, brojne umetničke i novinarske radio forme, autentičan autorski program, muzičko istraživanje. U momentu kada analogni radio prestaje da bude izazovan, inovativan i originalan, a kada programska atrofija kao svoj jedini cilj ima ostvarivanje profita, brojni radio-autori prostor delovanja pronalaze onlajn. Analizirajući nekoliko odabranih nezavisnih, autorskih onlajn radio-projekata – od pojedinačnih sadržaja do celokupnih radio-stanica – tekst se fokusira na njihove programske ciljeve i misiju, kao i potencijalnu finansijsku održivost u budućnosti, pa samim time i uticaj na celokupno radio-tržište.

Ključne reči: onlajn-radio, alternativni mediji, programiranje, održivost.

Budućnost radija je digitalna – u ovoj tvrdnji nema ničeg spornog i ničeg revolucionarno novog. Štaviše, ispravnije bi bilo prebaciti je u sadašnje vreme – kao i svi drugi u analognoj eri ponikli mediji, posle televizije i štampe, radio prolazi kroz transformaciju izazvanu digitalizacijom i uveliko živi ovaj proces. Tranzicija se odvija na nivou produkcije i distribucije sadržaja, tehničko-tehnoloških aspekata i dostupnosti programa, navika i očekivanja publike. Stupanjem na scenu generacija slušalaca koje odrastaju na muzičkim *streaming* servisima i aplikacijama, menjaju se tradicionalne uloge radija koji se, kako današnja praksa pokazuje, uglavnom pozicionira negde između dva programska pola – fokusirajući se na strateški najjače funkcije i gradeći svoju prepoznatljivost kroz govor ili, u potrazi za ekonomskom održivošću i smanjivanjem troškova, praktično atrofira i pretvara se u muzički mp3 plejer nudeći preselektovan, strogo programiran, najčešće veoma predvidljiv muzički izbor.

¹ Tekst je nastao u okviru rada na projektu „Identitet i sećanje: transkulturni tekstovi dramskih umetnosti i medija (Srbija 1989–2015)“, broj 178012, koji realizuje Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu, a koji je finansiran od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja RS i COST Action IS1308 Populist Political Communication in Europe: Comprehending the Challenge of Mediated Political Populism for Democratic Politics.

Kada je savremeni radio u pitanju, njegovu digitalnu tranziciju obeležava nekoliko aspekata karakterističnih za savremeno medijsko tržište i publiku u celini, a koje možemo grupisati na sledeći način (Miller 2017).

- Novi digitalni servisi menjaju način na koji ljudi slušaju muziku, ugrožavajući radio.
- Nova muzika i trendseteri su odavno na digitalnim servisima, pa tako radio više nema ni ulogu onoga ko oblikuje ukuse, već samo nekoga ko ih validira. Radio više nije medij koji za svoje slušaoce otkriva novu muziku i nove autore.
- Digitalna generacija slušalaca, tzv. Generacija Z koju čine rođeni posle 1995. godine i kasnije, bira digitalne formate mnogo pre nego radio. Interaktivnost i personalizovani digitalni servisi oblikuju njihove navike i potrebe;
- Automobil, kao poslednje utočište AM/FM radija takođe gubi bitku, s obzirom na zahteve slušalaca da na raspolaganju imaju više izbora, digitalne servise bez reklama, mogućnost personalizacije kakvu nude digitalne aplikacije i servisi koji su postali redovna ponuda novih modela automobilske industrije.
- Porast tzv. *smart speaker*-a kao što je Amazon Echo, koji pristupaju wi-fi mrežama i funkcionišu bez antene i koji počinju da dominiraju kao oblik kućne zabave fokusirane na audio, što znači da se radio emiteri moraju okrenuti izgradnji digitalne vidljivosti ako žele da opstanu na sve kompetitivnijem tržištu.

Trenutnu poziciju radija lepo sumira jedan novinski članak u kome se navodi da „...se nalazimo na pola puta između ere programiranja, kada su se radio programi kupovali i kreirali tako da doprinesu određenom raspoloženju u određenom terminu, i nove ere neprekidne dostupnosti, kada se programi produciraju zato da bi zadovoljili entuzijazam i interesovanja ljudi” (Hepworth 2015).

U ovakvom turbulentnom i dinamičnom okruženju postavlja se pitanje šta je strategija razvoja radija za buduće generacije slušalaca i kako će nastajati inovativni, originalan radio sadržaj u okruženju u kome kompeticija ne dolazi više samo sa horizontalnog, već i vertikalnog nivoa – radio-stanice se više ne nadmeću samo sa drugim radio-stanicama, već pokušavaju da osvoje pažnju publike koja je podeljena na više platformi i za koju tradicionalne podele na vrste medija više nisu relevantne, već postoji samo interes za vrstu i format sadržaja. Izazov je ispratiti promenu i implementirati inovaciju tako da audio-sadržaj ne bude ugrožen, a da ostane relevantan i konkurentan u multimedijalnom, multiplatformskom okruženju. Osim tehničko-tehnoloških mogućnosti koje otvaraju put inovacijama, najveća snaga radija budućnosti je komunikacija sa slušaocima, publikom, zajednicom i briga o njoj. U promišljanju razvoja, pogledi iščekivanja upereni su podjednako u industriju, ali i pojedince, entuzijaste, inovatore koji su spremni na eksperiment i testiranje novih opcija za produkciju i distribuciju sadržaja, te

iznalaženje novih kreativnih programskih formi, ali i oblika finansiranja. Izvesno je da razvoj radija mora da teče paralelno u promišljanju novih kreativnih, ekonomskih, upravljačkih i zakonodavnih rešenja.

Ovaj tekst za cilj ima mapiranje i analizu trenutno najznačajnijih internet radio-stanica i onlajn audio-projekata u Srbiji kao jedinstvenog prostora koji afirmiše inovaciju, govorne formate, eksperiment, autorski pristup kreiranju sadržaja. Oni predstavljaju programsku protivtežu ponudi u komercijalnom FM polju, ali otvaraju i nove načine promišljanja komunikacije sa slušaocima i oglašivačima, te plasmana radio, audio-sadržaja korišćenjem mogućnosti koje pruža internet.

INTERNET RADIO – NOVI MEDIJ, NOVE NAVIKE PUBLIKE, NOVE MOGUĆNOSTI

Evolucija i prodor interneta na medijsko tržište kao kanala, platforme za komuniciranje, informisanje i zabavu imala je revolucionaran uticaj na „tradicionalne” medije i njihovu borbu za opstanak, odnosno redefinisane njihovih uloga, funkcija, kompetitivnih prednosti.

Ukrštanje, konvergencija interneta sa tradicionalnim medijima otvara pitanje da li prisustvujemo nastanku novih medija, koji uspostavljaju nove oblike distribucije sadržaja, ali i nove navike i očekivanja publike, ili je u pitanju samo evolucija medija kakve smo poznavali u 20. veku.

Analogni radio, koristeći mogućnosti i kapacitete interneta, izlazi u novi prostor delovanja, osiguravajući opstanak na sve dinamičnijem i kompetitivnijem medijskom tržištu. Koristeći internet, radio dobija mogućnost da svoj „proizvod”, program, audio-sadržaj, obogati, proširi, učini relevantnijim, ali i da animira i privuče neku novu publiku, publiku koja možda nema radio-prijemnik u svom domu i koja svoje medijske navike zadovoljava koristeći internet, mobilne aplikacije i servise.

Ako internet radio shvatimo kao još jednu etapu u evoluciji radija kao medija, za analizu i razumevanje ove faze može biti koristan model životnog ciklusa nove medijske evolucije koji predstavljaju Lehman-Wilzig i Cohen-Avigdor (2004). Oni zaključuju da će upravo internet biti ultimativni okvir za sve buduće životne cikluse medija – oslanjajući se na druge teoretičare, zaključuju da će novi i stari mediji prolaziti kroz faze razvoja u okviru internet metamedijuma i kao delovi multimedijuma. Sadržaj starih medija ostaće „prepoznatljiv”, ali ne i identičan, smatraju Lehman-Wilzig i Cohen-Avigdor napominjući da model životnog ciklusa medija koji nude uzima u obzir nekoliko pretpostavki: da je svaki novi medij pod uticajem starog i obrnuto, da svaki novi medij inkorporira elemente starog, medija koji mu je prethodio (fizičke ili funkcionalne) (2004: 711). Tako, komparacijom analognog i internet radija, bar na izabranim primerima, možemo

уочити да, иако се menjaju начин distribucije i dinamika plasiranja saržaja, kao i struktura programa, zadržavaju se neka od osnovnih pravila programiranja sadržaja i kombinacije programskih elemenata.

Kao jednu od referenci u svom istraživanju, autori citiraju radove Merrill-a i Lowenstein-a (1971, prema: Lehman-Wilzig, Cohen-Avigdor 2004: 709) koji su se fokusirali na vrste publike – novi medij prva prihvata tzv. „elitna” publika (uz napomenu da ovoj fazi i ovoj grupi prethodi „eksperimentalna” faza u okviru koje se prototip razvija u laboratoriji). Prema istim autorima, elitnu sledi popularna, odnosno opšta publika, a poslednja u nizu je specijalizovana publika koja novi medij koristi na vrlo usmeren način, u skladu sa vrlo usko profilisanim i usmerenim interesovanjima i vrednostima. Analiza programa, ali i uticaja i dometa internet radio-stanica i onlajn audio-projekata koji su u fokusu ovog teksta daće za pravo zaključku da smo trenutno u fazi dometa između elitne i popularne publike. Internet radio nije više rezervisan samo za one koji eksperimentišu ili imaju ekskluzivan pristup internetu, ali su domet, uticaj i prihvaćenost od strane publike i dalje skoro zanemarljivi na nivou ukupnog auditorijuma radija u Srbiji.

Ono što je radio na internetu ponovo otkrio i na šta je ukazao jeste činjenica da su se zahtevi i potrebe potrošača fundamentalno promenili, a samim tim da su promene na nivou radio-programiranja, pa i cele radio-industrije neminovne. Publika naviknuta da u svakom trenutku dobija sadržaj koji želi, kao i na mogućnost da sama selektuje i kreira sadržaje koje će trošiti, retko će birati samo jednu radio-stanicu tokom celog dana. U eri multiplatformnosti i podeljene pažnje kapricioznog slušaoca, „skakanje” sa sadržaja na sadržaj, sa kanala na kanal, ili sa jedne aplikacije na drugu je uobičajen oblik ponašanja.

Može se zaključiti da je konvergencija analognog radija sa internetom omogućila više novih načina upotrebe radijskih sadržaja:

- prevaziđena je efemernost kao jedan od nedostataka analognog radija, pružanjem mogućnosti slušaocima da sve emitovane sadržaje, u celini ili delimično, preslušaju na zahtev, u obliku *stream*-a ili podcast-a;
- s obzirom na neograničenu dostupnost interneta, radio postaje istinski globalni medij;
- interaktivnost kao jedna od ključnih mogućnosti koju kreira digitalizacija otvara prostor za ostvarivanje sofisticiranijih načina komunikacije sa publikom i preciznije upoznavanje strukture auditorijuma;
- osim za slušaoce, kreiran je dinamičan, fleksibilan i multimedijalan prostor i za oglašivače i njihovu komunikaciju sa potencijalnim potrošačima;
- otvarajući prostor za angažman i realizaciju ideja pojedinaca, entuzijasta, ali i medijskih profesionalaca koji svoje mesto ne mogu da nađu u mainstream medijima, internet postaje prostor za afirmisanje zapostavljenih formata i žanrova, za podsticanje autorskih sadržaja, oslobođen diktata medijskih korporacija, političkih pritisaka i komercijalnog tržišta.

RADIO U SRBIJI – OD FM MEJNSTRIMA DO INTERNET ALTERNATIVE

S obzirom na činjenicu da je u Srbiji digitalni radio ostao van razmatranja zakona, fokus se pomera na onlajn aktivnosti kako radio-stanica, tako i *Internet-only* projekata. Imajući u vidu skoro potpunu pasivizaciju radijske FM scene u Srbiji i kretanje u strogo komercijalnim, dominantno muzičkim okvirima, ovaj tekst će se detaljnije baviti sadržajem i trenutnim finansijskim i programskim aspektima internet audio-projekata koji se mogu tretirati kao neki oblik radio-programa – bilo da je reč o 24-časovnom emitovanju ili vremenski ograničenoj audio-formi koja se u određenim intervalima „emituje”, odnosno plasira putem interneta.

Za analizu internet radija u Srbiji odabrani su projekti RadioAparat², O radio³, B-Ton⁴ radio, Mjehur na Mreži⁵ i Daško i Mlađa⁶. Osim analize programskog sadržaja i programskih funkcija ovih projekata, tekst će analizirati i njihovu poziciju u zakonom propisanim okvirima, kao i njihovu finansijsku održivost.

Za razumevanje uticaja i potencijala odabranih onlajn audio-projekata, za početak je potrebno smestiti ih u kontekst radio-tržišta u Srbiji.

Kada je u pitanju srpsko radio-tržište, FM prostor, nažalost, duži niz godina ne nudi podsticaj jakim autorskim programima, negovanju inovacije, eksperimenta, a govorni formati praktično nestaju iz etra, uz izuzetak programa javnog servisa. Prema podacima Ipsos agencije⁷, najpopularnije radio-stanice u Srbiji dolaze iz dve grupacije – S Media⁸ grupe i Maxim Media⁹, dok je nacionalni Play radio deo Antenna grupe. Sve stanice su dominantno muzički profilisane, bez razvijenih programskih funkcija osim zabavne, bez dužih segmenata govornih programa i sa informativnim sadržajima u trajanju od 3 do 5 minuta tokom jednog sata dnevnog programa. Analiza programa najpopularnijih komercijalnih

2 Radio Aparat emituje program od 2016. godine na adresi <http://www.radioaparat.com>.

3 Program je dostupan na adresi <http://oradio.rs>.

4 Dostupan na adresi betonradio.rs.

5 Za distribuciju sadržaja koristi servis Mixcloud na adresi <http://www.mixcloud.com/MjehurNaMreži/>.

6 Podcast i uživo emitovanje jutarnjeg programa, radnim danima 7.00–10.00 dostupni su na adresi <https://www.mixcloud.com/MjehurNaMreži/>.

7 Na osnovu merenja slušanosti radio stanica u Srbiji, novembar 2017.

8 Radio-stanice u vlasništvu S Media tima su nacionalne S1 i S2, kao i beogradske S3 i S4, prema podacima Serbia Media Ownership Monitor – <https://serbia.mom-rsf.org/rs/vlasnik/companies/detail/company/company/show/s-media-team/>, pristupljeno 8. januara 2018.

9 Radio-stanice u vlasništvu Maxim Media grupe su beogradski Studio B, TDI, Karolina, JAT, nacionalni Hit FM, prema podacima Serbia Media Ownership Monitor – <https://serbia.mom-rsf.org/rs/vlasnik/companies/detail/company/company/show/maxim-media-group/>, pristupljeno 4. januara 2018.

radio-stanica na osnovu njihovih programskih, odnosno muzičkih formata rezultira sledećom klasifikacijom – AC (S1, Pink, Jat, S2), Hot AC (Play), Soft Ac (Karolina, Naxi, Nostalgie), CHR (TDI).

Već ova površna klasifikacija programskih formata pokazuje da su najpopularnije FM radio-stanice u Srbiji, koje imaju zajednički *audience share*¹⁰ od preko 40% na nacionalnom nivou, odnosno preko 60% na nivou beogradskog regiona, fokusirane samo na muzički program i na isključivo popularnu, visoko prepoznatljivu muziku, lokalnog ili internacionalnog porekla. Objašnjenje je moguće potražiti u činjenici da muzika predstavlja ubedljivo najpopularniji i najjeftiniji radio-sadržaj, ali i želji da se nekada omiljen, buntovni medij 90-ih, koji je bio pokretač i aktivan učesnik brojnih društvenih i političkih procesa, stavi pod kontrolu, pacifikuje i pasivizuje.

U takvom okruženju, autentičan, originalan, govorni autorski program, ali i specijalizovane, kurirane muzičke selekcije, svoj prostor pronašle su u onlajn polju. Eksperiment sa mogućnostima distribucije programskih sadržaja onlajn započele su same radio-stanice u prvoj polovini 2000-ih godina. Dok se jedan broj komercijalnih radio-stanica fokusirao na žanrovski formatirane, jasno profilisane muzičke *stream*-ove (TDI, Naxi), stanice koje su zasnivale svoj identitet na informativnom i govornom programu pokušale su da u onlajn-polju nađu novi kanal za svoje autorske sadržaje (B92). Tako je onlajn postao prostor i šansa za eksperiment, testiranje određenih programa pre odluke da se plasiraju kroz FM, polje za proširivanje postojeće programske ponude, pa tako i potencijalno nova biznis mogućnost.

Aktivnost FM stanica u internet prostoru sledili su projekti koji su bili zasnovani na entuzijazmu, inicijativi i motivaciji pojedinaca ili manjih grupa umetnika i medijskih praktičara. Srpska publika je u prvoj polovini 2000-ih godina mogla da onlajn prati program Novog Radio Beograda, programski i vrednosno jasno profilisane stanice koja je negovala autorski pristup temama iz oblasti kulture, umetnosti, muzike. Godine 2012, sa radom počinje NOFM onlajn-radio, okrenut dominantno muzičkom programu, kao i Elektrana radio, ponikao iz Exit festivala, koji je svoj program strimovao iz Kulturnog centra Grad.

Kada analiziramo odnos FM i onlajn ponude radio i audio-sadržaja, zanimljiva su i ilustrativna razmišljanja autorki audio onlajn serijala „Femkanje“, Bojane Knežević i Katarine Petrović¹¹ – „Ne možemo se osloniti na analogni radio, jedini način da dođemo do informacija je internet. Što se tiče autora i radija... ne možemo očekivati da će radio-stanice sa frekvencijom ponuditi nešto drugo

10 Udeo stanice u ukupnoj slušanosti radija na tržištu.

11 Razgovor sa tribine „Budućnost radija – radio na zahtev, radio na klik“, održane 21. decembra 2016. godine u Ustanovi kulture „Parobrod“, Beograd. Tribina je u integralnom obliku dostupna na <https://www.mixcloud.com/martinoli/šta-se-dogodilo-radiju-u-srbiji-budućnost-radija-radio-na-zahtev-radio-na-klik/>.

osim komercijalne muzike i lakih tema. Međutim, internet radio zaista nudi pregršt mogućnosti i trenutno je jedan od retkih necenzurисаних медијских простора... Volela bih да u будућности сви будемо u могућности да нађемо садржаје који су предмет нашег интересовања”.

Internet audio-пројекти које анализира овај текст нису везани за неку постојећу, аналогну радио-стану и резултат су појединачних, самосталних и независних иницијатива. Било да су u питању емисије или станице са целодневним емитувањем, ови пројекти могу бити препознати као простор који негује и додатно оснажује компаративне предности радија као медија u односу на конкуренцију, али и потенцијал за задовољавање комплекснијих потреба слушалаца. Одобрани пројекти су важни и зато што најављују трендове, будућа дешавања u онлајн простору, када је радио u питању. Лићност, аутор, постаје кључ везе између програма и слушаоца, док ослонac и снага ширег брeнда станице не морају бити пресудни за опстанак или настајак неког програма. Промена бизнис модела медија под утицајем дигитализације одражава се и на радио – финансијска одрживост и опстанак више не значе и не везују се обавезно за станицу која емитује програм 24 сата дневно. Ауторски програми, подкасти и стримови емисија постају чест, финансијски одржив и програмски веома узбудљив начин организовања и продукције аудио-садржаја. Радио-станице можда престају да постоје, али то не значи и нестанак радија – u 21. веку радио-програми зависе од аутора, а они своје место све чеће налазе u онлајн простору.

Када је реч о регулацији интернет радија u Србији, актуелни Закон о електронским медијима¹² наводи да за емитување програмског садржаја, аудио или визуелног, путем интернета није потребна дозвола, конкретно члан 74. наводи: „Медијску услугу пружа без претходно прибављеног одобрења, односно дозволе:... пружалац који медијске услуге пружа искључиво путем глобалне информатичке мреже (*Web casting, live streaming* и др.), уз обавезу уписа u Регистар медијских услуга код Регулатора”. Регистар медијских услуга детаљније је појашњен u члану 86, који наводи да Регулатор води и редовно ажурира Регистар медијских услуга, а да Регистар мора да садржи назив медијске услуге, назив пружаоца медијске услуге и податке о пружаоцу, број и датум решења о издавању дозволе, односно основ пружања услуге ако се она пружа без обавезе прибављања одобрења, односно дозволе, врсту медијске услуге u складу са чл. 43. и 44. овог закона, период на који се издаје одобрење, односно дозвола, податке о одговорном лицу пружаоца медијске услуге, податке о изрећеним мерима пружаоцу медијске услуге, упозорење пружаоцу медијске услуге о постојању нарушавања медијског плурализма.

¹² Закон о електронским медијима, URL: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_elektronskim_medijima.html, приступљено 9. јануара 2018.

INTERNET RADIO I ONLAJN AUDIO-PROJEKTI U SRBIJI – OD PROGRAMSKOG EKSPERIMENTA DO ODRŽIVOG BIZNIS MODELA

Analizom odabranih internet radio-stanica i onlajn audio-projekata¹³, uočava se zajednička motivacija za pokretanjem ovih sadržaja, a ona proističe iz nedovoljno razvijenog, monotonog FM tržišta, smanjenog prostora za inovativne, autentične programske sadržaje i želje za istraživanjem, afirmisanjem žanrovske raznovrsnosti, jačanjem autorskog pristupa i plasiranjem originalnih programskih formi. Posebnu vrednost predstavlja svest pojedinih projekata o vezi koja može postojati između radio-programa i razvoja zajednice, bilo da je ona geografska ili vrednosna. U nastavku, autori, urednici i producenti odabranih projekata govore o svojoj programskoj misiji:

O Radio – „Omladinski radio zamišljen je kao multimedijalna platforma namenjena mladima od 16 do 30 godina. Informativni program u klasičnom smislu dnevno političkih vesti se ne emituje, jer je tu vrstu sadržaja moguće lako naći u drugim medijima. Mi proizvodimo sadržaj za mlade, kog na drugim mestima nema ili ga je teško naći.”

RadioAparat – „Radio Aparat je zamišljen kao community radio, dakle, kako mu sama definicija kaže, mi nudimo nešto treće u odnosu na javni servis i komercijalne radio-stanice. To treće za nas predstavlja mogućnost da manjinske i marginalne društvene grupe dobiju svoj glas, da se promoviše alternativna i andergraund umetnička scena, zatim da se čuje aktuelna i raznovrsna muzika i da se kod slušalaca neguje ličan odnos prema toj muzici (za koju verujemo da treba da bude mnogo popularnija nego što jeste), da, kroz otvaranje debatnog prostora i podržavanje raznih vrsta aktivizma, brinemo o lokalnoj zajednici, da podstičemo kritičko mišljenje i kod autora i kod slušalaca, a posebno da stalno nastojimo da mirimo i smanjujemo jaz između različitih starosnih i kulturoloških grupa koji je sveprisutan u našem društvu.”

Mjehur na Mreži – „Nedostatak raznovrsnog medijskog sadržaja, formatiranost radio-stanica, tabloidizacija društva sa jedne strane i nesagledive mogućnosti interneta sa druge strane stvorile su pukotinu u koju se smestio internet radio Mjehur na Mreži čija je misija da nastavi da postoji zarad ciljne grupe slušalaca zainteresovanih za promene koji su odavno marginalizovani, zaboravljeni i kojoj se niko ne obraća. Radio ima ambiciju da ponovo bude zanimljiv, provokativan i zabavan. Na internetu je to izvodljivije.”

13 U tekstu su korišćeni podaci dobijeni u razgovorima i intervjuima sa autorima, urednicima i producentima odabranih internet radio-stanica i onlajn audio-projekata. Intervjui su obavljani tokom novembra i decembra 2017. godine, za potrebe pisanja ovog teksta, sa sledećim sagovornicima: Daško Milinović (Alarm sa Daškom i Mlađom), Svetlana Đolović (RadioAparat), Srđan Zdravković (B-Ton), Srđa Anđelić (Mjehur na Mreži), Klara Kranjc, Predrag Novković i Dušan Majkić (O radio).

B Ton – „Misija Beton radija jeste da slušaocima prenese sve što je novo u muzici, a što nemaju gde da čuju, sa fokusom na žanrovima kao što su jazz, funk, soul i svi derivati koji iz toga proizlaze.”

Odabrani projekti se razlikuju po frekvenciji, odnosno dinamici emitovanja i distribucije programa. Dok jedan deo projekata preuzima klasičnu 24-časovnu formu emitovanja radio-programa (RadioAparat, O radio, B-Ton), drugi se opredeljuju za plasiranje svojih sadržaja u vidu kombinacije živog emitovanja i mogućnosti slušanja arhiviranog sadržaja na zahtev, u obliku podkasta ili strima (Mjehur na Mreži, Alarm sa Daškom i Mlađom).

Kada su u pitanju platforme i kanali putem kojih su sadržaji dostupni, pored sopstvenih platformi i web-stranica (RadioAparat, B-Ton, O radio), autori se opredeljuju i za druge opcije obraćanja publici, od mobilnih aplikacija do servisa za plasiranje audio-sadržaja kao što su Mixcloud i Soundcloud (Mjehur na Mreži, Alarm sa Daškom i Mlađom).

Istraživanje finansijske osnove i na osnovu nje analiziranje finansijske održivosti odabranih internet radio i audio-projekata pokazuje da autori još uvek ne koriste sve mogućnosti i da su partnerstva sa komercijalnim oglašivačima retka, a najčešće nepostojeća. Razlog za to se može tražiti i u još uvek nedovoljno preciznim, sistematskim i transparentnim mogućnostima merenja publike onlajn, pa je tako i nastup ka oglašivačima limitiran i bez validnih, metodološki utemeljenih podataka. Sa druge strane, istraživanje je pokazalo da jedan deo projekata koristi nove oblike finansiranja poput *crowdfunding*-a, kao i da se oslonac na pojedinačne donatore, ali i projektno finansiranje vidi kao potencijalno primarni izvor prihoda i kroz njih obezbeđivanje opstanka.

Mjehur na Mreži – „MnM je počeo sa radom početkom 2015. godine i u toku svog rada je imao dva oglašivača koji su prepoznali univerzalne vrednosti našeg radija. Možemo reći da je jedan od dva oglašivača spadao u grupu komercijalnih (Converse), dok je drugi oglašivač (SET Reciklaža) izabrao MnM kao kanal kojim može u neobaveznoj radijskoj reklami da se pozicionira kod publike koja ima razvijenu svest o ekologiji kao bitnom segmentu održivosti svakog savremenog društva. Učešćem na konkursu „Super ste – rade nas ideje!” Erste banke, MnM dobija finansijsku podršku koja omogućava nastavak rada tokom 2016. godine uz gore pomenuto učešće i „komercijalnih” oglašivača. Cele 2017. godine Mjehur na Mreži je bio bez prihoda.”

Daško i Mlađa – „Nemamo oglašivače. Imamo parodije na njih. Smatramo da nije u redu da program koji finansiraju slušaoci ima i reklame. Ceo program finansira se isključivo donacijama slušalaca koje su dobrovoljne i proizvoljnog iznosa.”

O Radio – „Omladinski radio deo je javnog servisa Vojvodine i marketinškog paketa te kuće. Nažalost, marketing baš nije razvijen, pa su i komercijalni

оглашivaчи ретки. Систем финансирања јавних сервиса у Србији тренутно подразумева комбинацију претплате и средстава из буџета Републике Србије.”

RadioAparat – „Nemamo komercijalne oglašivače. Ideja je da u budućnosti radio pokuša da ostvari prihode bez uplitanja klasičnih reklama i komercijalnih oglašivača. Pomoć velikih firmi i korporacija je svakako dobrodošla, ali bismo nastojali da model ulaganja prilagodimo potrebama programa i naših slušalaca. Program za sada finansira jedan od osnivača radija Zoran Dmitrović, ali smo već dobili prvi novac iz projektnog 'kolača' od fondacije Trag, tako da ćemo nastaviti u tom smeru, jer bismo voleli da radio može da izdržava sam sebe s obzirom na jako mali broj zaposlenih. Za sada je najveći trošak zakup prostora, ali pošto je on jedan od zaštitnih znakova radija, nastojaćemo da obezbedimo novac za ostanak tamo. Pored prijavljivanja za projektno finansiranje, voleli bismo da u skoroj budućnosti možemo da isprobamo i metod članarine za naše slušaocе, koji su više nego raspoloženi da nam pomognu.”

Aktuelni Zakon o elektronskim medijima predviđa da svi pružaoci audio-vizuelne usluge budu upisani u Registar medijskih usluga. Vidljivost u Registru pružiocima usluge sa jedne strane nameće ulazak u prostor regulisan obavezama, ali i pravima. U ovom trenutku, autori i pokretači odabranih internet radio-stanica i audio-projekata ne prepoznaju dobit od upisa u Registar, dok otvaranje finansijskih obaveza koje taj upis donosi, pre svega u odnosu na agencije koje regulišu autorska prava, predstavlja teret sa kojim nisu spremni da se suoče.

Mjehur – „Mjehur na Mreži je bio upisan u Registar, ali je zbog pritisaka agencija za naplatu autorskih prava bio prinuđen da se ispiše.”

RadioAparat – „Za sada smo u APR-u registrovani kao deo fondacije RadioAparat. U toku je proces registrovanja delatnosti koja će verovatno, s obzirom na to da nemamo nameru da tražimo frekvenciju, biti internet portal ili uređivački oblikovana internet stranica.”

Opstanak i razvoj internet radio-projekata u Србији u velikoj meri će biti određen i specifičnošću, odnosno programskom autentičnošću i prepoznavanjem potreba publike. Svojim delovanjem svi odabrani projekti zapravo pokušavaju da isprave potencijalne nedostatke ili zadovolje potrebe koje FM prostor ne ispunjava i marginalizuje.

B Ton – „Osnovni nedostatak koji pokušavamo da prevaziđemo jeste muzički diverzitet koga nema. Ono što nudimo je kvalitetan i drugačiji muzički program”.

Daško i Mlada – „Želimo da razvijamo govorni program, program sa smislom, stavom, tokom i integritetom”.

O Radio – „Javni servis nema mladu publiku, ovo je pokušaj da se to ispravi. Projekat O Radio pruža mladima, koji takođe plaćaju pretplatu ili to rade njihovi roditelji, da na jednom mestu, njihovim jezikom i na njima prihvatljivijem mediju”

dobiju sve informacije koje ih zanimaju. О Radio bi trebalo da bude medij koji ne-
guje mlađu publiku na javnom servisu, a istovremeno da bude inkubator za mlade
novinare kojima bi rad u redakciji Omladinskog radija mogao biti odskočna daska
za napredovanje unutar sistema i u ostalim medijima RTV-a”.

RadioAparat – „Iako to nije bila primarna namera, ispostavilo se da naš pro-
gram jednim delom treba da popuni ogromnu rupu koja je nastala gašenjem ra-
dijskih giganata B92 i Studija B. Samim tim je i deo autora sa tih radio stanica
našao svoj novi dom na RadioAparatu. S druge strane, jedna od glavnih ideja je da
milenijalcima i još mlađima probamo da usadimo nekakav odnos prema dobrom,
intrigantnom, inspirativnom radio-programu i da ih podstaknemo da ga i sami
prave. Uz dobru osnovu iz prošlosti, po svom ukusu i svojim pravilima. Da doži-
ve ovaj radio kao nešto svoje, a ne preuzeto, pozajmljeno ili nametnuto od nekih
radijskih zvezda i radijskih autora iz prošlog veka”.

Kada je u pitanju ciljna grupa analiziranih projekata, opaža se definisanje
programskih ciljeva i programskog formata u odnosu na životne stilove poten-
cijalne publike, njene postojeće medijske navike i pretpostavljene nezadovoljene
potrebe slušalaca.

B Ton – „[Naša publika su] Uglavnom mlađi ljudi koji su u potrazi za drugači-
jim zvukom. Druga ciljna grupa su ljudi u kancelarijama i coworking prostorima.”

Mjehur na Mreži – „Projekat se obraća onom segmentu publike koji ne pada
pod uticaj tabloida, ne prati komercijalne zabavne, reality i muzičke TV formate.
Krajnje korisnike, kako pokazuje dosadašnje iskustvo, predstavlja tzv. urbana po-
pulacija, u Srbiji i širem regionu, u proseku 25–55 godina starosti, srednjeg i višeg
obrazovnog nivoa, sa prosečnom ili iznad proseka zaradom. Krajnji korisnici su i
'early-adopters', publika koja je sklona da usvaja i koristi nove tehnologije.”

Daško i Mlađa – „Jako smo srećni što smo svoju grupu ili promašili i nadišli.
Mi smo zamišljali urbane mlade ljude višeg obrazovanja i većih prohteva, a dobili
smo mnogo šire. I ljude iz manjih sredina i bukvalno sa njiva, bašta i farmi.”

O Radio – „Primarna ciljna grupa su studenti, mada je ciljna grupa defini-
sana znatno šire, od 16 do 30 godina. Reč je o urbanoj mladoj osobi koja želi da
se obrazuje, putuje i misli svojom glavom. Voli da izlazi, sluša savremenu urbanu
muziku...”

RadioAparat – „Naša publika su jednim delom ta gorespomenuta publika
ugašenih FM stanica, ali zahvaljujući popularnim internet portalima koji imaju
emisije kod nas, imamo i sasvim novu mladu internet publiku. Voleli bismo da
naša publika budu ljudi kojima je stalo. U svakom smislu stalo. Od toga šta jedu,
gde rade, gde izlaze, šta čitaju, šta slušaju, u šta veruju, za koga glasaju. Mislim da
naša publika ima mišljenje, ne uzima stvari zdravo za gotovo. Mislim da je do-
sta njih na neki način ubijeno u pojam životom u Srbiji, ali se ne daju, i zato im
je RadioAparat dao dodatno ohrabrenje da nisu sami u tim svojim osećanjima i

stavovima. Ovo je jedno lepo utočište od onih koji ne pristaju na teror većine i život kao večiti 'Dan mrmota'”

Budućnost odabranih projekata može se promišljati na programskom, produkcijskom i finansijskom, odnosno biznis planu. Sami autori na različite načine vide potencijale i mogućnosti, ali i prepreke koje tržište i medijske navike publike postavljaju pred njih. Nedovoljna iskorišćenost potencijala interneta, slabi tehnički kapaciteti, skup pristup internetu svakako su neke od najvećih prepreka daljem razvoju internet audio-projekata, posebno u konkurenciji sa uvek dostupnim i besplatnim FM sadržajima.

B Ton – „Dok se ne uspostavi flat wi-fi na telefonima i u automobilima, vidimo samo stagnaciju.”

Mjehur – „Činjenica je da se internet još uvek ne opaža kao dominantan medijski kanal i da generalna publika lakše podleže uticajima komercijalnih klasičnih (FM) medija. Ipak, namera je da kroz brojna partnerstva Mjehur na Mreži širi svoj uticaj, čime će i komercijalni potencijal postati veći.”

Pojedini autori o svojim internet kanalima razmišljaju šire i pokazuju ambiciju razvijanja kompleksnije i raznovrsnije ponude, pri čemu bi pojedini programski i autorski segmenti bili objedinjeni zajedničkom misijom i programskim vrednostima.

Daško i Mlađa – „Voleli bismo da pored našeg programa, dan na našoj web adresi ispunjava još autorskih emisija na razne teme. Finansije su jedini limit.”

O Radio – „Omladinski radio je tokom prve dve godine postojanja beležio konstantan uspon i sve veću prepoznatljivost unutar ciljne grupe. To je u najvećoj meri zasluga mladih novinara i saradnika koji su živeli priču Oradija, ali i značajnoj podršci sistema čiji je Oradio deo. Teško je govoriti o budućnosti, jer ona nažalost zavisi isključivo od političke volje i znanja, odnosno neznanja, što i jeste najveća prepreka za razvoj projekta, koji, i dalje verujemo, ima potencijal.”

RadioAparat – „Ovaj projekat je zaista zamišljen da bude jedan spontani organizam i da pored jasne vizije ne silujemo stvari po svaku cenu ako ne postoji atmosfera i volja da se one dese. Ispostavilo se za ovih godinu dana da je potreba za dobrim radio-programom ogromna, i to stavlja dodatnu odgovornost na naš rad. Ideja je da idemo još više u interakciju sa lokalnom sredinom, samim tim što smo radio u javnom prostoru, želimo da postanemo i fizički i metaforično pravi kulturni i aktivistički centar dešavanja, da se ovde ljudi okupljaju radi razmene mišljenja, radi druženja, zajedničkog rada, planiranja... bilo bi lepo da razne neke nove ideje i delatnosti poteknu baš iz RadioAparata.”

Konačno, neminovno se nameće pitanje da li će internet radio i onlajn audio-projekti biti neka vrsta nezavisnih medija koji su obeležili društveno-politički i kulturni život 90-ih godina prošlog veka u Srbiji. Da li je danas internet radio u

Srbiji prostor inovacije, eksperimenta, ali i otpora i slobode govora?

B Ton – „Još uvek ne, jer mislim da ne postoji internet infrastruktura koja to može da podrži, a da je jeftina za korisnike.”

Mjehur – „Sopstvenim aktivnostima, promocijom istih, kao i preko partnerske mreže, projekat Mjehur na Mreži je kroz svoj sadržaj bio pionir u otkrivanju onlajn prostora za koji duboko verujemo da može biti pokretač promena u domenu slobode govora, kao i pokret otpora.”

Daško i Mlada – „To mora da bude. Kad smo već otišli u ovu novu, nepoznatu teritoriju, ima da je kolonizujemo po svojoj meri i pravilima. Važno je da 'ubijamo' i 'ubijemo' srpski FM standard.”

RadioAparat – „Svakako, on to već i jeste godinama, sa nešto većom dozom anarhije, te manjkom uređivačke politike i dostupnosti/vidljivosti. Ono što bismo mi konkretno voleli sa RadioAparatom je da slušaoci prihvate da pristupačnost interneta raste iz dana u dan i da vrlo brzo nećemo uopšte brinuti o metodu kojim signal dolazi do nas. Tehnologija nikad nije problem da se dopre do sadržaja, ako sadržaja ima. Treba se boriti za dobar sadržaj, a ljudi će već naći način do njega. Vremena su sada, čini se, na drugačiji način čak i represivnija i otuđenija od devedesetih i pravi radio je zato (opet) i ultimativno mesto za eskapizam pojedinca, ali i mesto prepoznavanja i zbližavanja istomišljenika.”

O Radio – „Apsolutno.”

ZAKLJUČAK

Ono što je analiza prakse odabranih internet radio-stanica i onlajn audio-projekata pokazala jeste da se otvara put ka medijskim sadržajima koje više ne karakteriše centralizovana produkcija i distribucija sadržaja u hijerarhijski organizovanom sistemu uređenom često krutim, institucionalnim pravilima, ali da su njihova dugoročna finansijska održivost, profitabilnost, pa samim tim i opstanak, za sada, neizvesni.

Oslanjajući se na pomenuti model životnog ciklusa medija, možemo da konstatujemo da je internet radio u Srbiji izašao iz faze u kojoj je njegov razvoj bio inhibiran nedovoljno precizno definisanom zakonskom regulativom (iako postoji prostor za unapređivanje), ali i nepoverenjem i izostankom navike publike da migrira onlajn, pa tako internet radio nije opažan kao mogućnost, niti atraktivna opcija koju bi slušaoci uvrstili u svoje medijske navike. Ipak, za napredak će biti potrebno mnogo više od zakona i dostupnosti interneta. Kako Lehman-Wilzig i Cohen-Avigdor (2004) navode, uspešan prodor na tržište i široka difuzija novog medija u ovoj fazi može biti potpomognuta prihvatanjem od strane biznis krugova. Multinacionalne medijske korporacije i konglomerati na različite načine

могу убрзати и подстаћи усвајање новог медија – омогућавањем бесплатног приступа и коришћења интернета, снижавањем цене производње и дистрибуције, бесплатним оспособљавањем корисника и практичним учењем употребе новог медија. За фазу раста, према Lehman-Wilzig и Cohen-Avigdor моделу, карактеристично је експериментисање са садржајем и презентацијом, а као најзначајнији фактор у овој фази они истају друштвену потребу и спремност да се иновација усвоји (2004: 715). Без одређених, одговарајућих комуникационих и друштвених услова, нови медији могу чекати деценијама да би се увидели њихови потенцијали. У комуникационе и друштвене услове можемо убројати постојање инфраструктуре за коришћење нових технологија, пенетрацију интернета на тржишту, подстицајне регулаторне и економске мере за развој новог медија.

LITERATURA

BBC Academy – Innovative Radio, URL: <http://www.bbc.co.uk/academy/production/article/art20130702112135611>

Hepworth (2015): D. Hepworth, 2015, *the year in radio: Beats, iPlayer, podcasts*, URL:<https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2015/dec/19/david-hepworth-radio-year>, приступљено 12. децембра 2017.

Lehman-Wilzig, Cohen-Avigdor (2004): S. Lehman-Wilzig, N. Cohen-Avigdor, *The Natural Life Cycle of New Media Evolution: Inter-media Struggle for Survival in the Internet Age, New Media & Society*, Sage.

Media Ownership Monitor – Serbia, URL: <https://serbia.mom-rsf.org>.

Miller (2017): L. Miller, *Paradigm Shift: Why Radio Must Adapt to the Rise of Digital*, URL: http://musonomics.com/musonomics_report_paradigm_shift_why_radio_must_adapt_to_the_rise_of_digital_08.29.2017.pdf.

Ana A. Martinoli
University of Arts in Belgrade
Faculty of Dramatic Arts

“ALTERNATIVE” ONLINE RADIO IN SERBIA
– INDEPENDENT AUDIO PROJECTS, BETWEEN EXPERIMENT
AND A SUSTAINABLE BUSINESS MODEL

Summary: In 2015, Serbian radio market drastically changed as a result of disappearance or ownership restructuring of numerous radio stations. The impoverished FM radio market, with the exception of the public-service radio, became completely devoid of talk formats, various artistic audio forms, authentic content and different music genres. Due to the fact that the analogue radio ceased to be challenging, innovative and authentic, numerous radio journalists migrated to online platforms. This paper analyses several independent online radio stations programs, focusing on their goals and missions, their financial sustainability and their impact on the overall radio market in Serbia.

Key words: online radio, alternative media, radio program, sustainability.

Nina S. Mihaljinac
Univerzitet umetnosti u Beogradu
Fakultet dramskih umetnosti

УДК 7.01:004.783.5
316.774
316.728(497.11)“19”

MEDIJSKI AKTIVIZAM KAO UMETNIČKA PRAKSA U SRBIJI

Apstrakt: Rad, koji je nastao na osnovu doktorske disertacije *Umetničko svedočenje i reprezentacija trauma: NATO bombardovanje SRJ*, bavi se genezom i transformacijom medijskog aktivizma kao umetničke prakse u Srbiji, s posebnim fokusom na period kraja devedesetih i početka dvehiljaditih. Istoričar umetnosti Dejan Sretenović definisao je termin 'medijski aktivizam' 1999. godine, referišući na pojavu u jugoslovenskoj umetnosti koja je podrazumevala upotrebu novih medija u cilju kritike oficijelnog mas-medijskog diskursa i tradicionalne umetnosti. Međutim, opadanje početnog entuzijazma prema novim medijima, a pre svega internetu, koji su viđeni kao instrumenti umetničkog i političkog aktivizma, koincidira sa razočaranjem u demokratske promene u Jugoslaviji. Čak i u momentu pojave interneta koji je obezbedio prekinutu komunikaciju s međunarodnom zajednicom i predstavljao jedini necenzurisani medijski prostor tokom devedesetih, pojedini umetnici su ga istovremeno koristili i kritikovali u svojoj umetničkoj praksi (npr. Z. Naskovski, *War frames*, 1999). Rad pokazuje da medijski aktivizam predstavlja ograničenu pojavu u umetničkoj praksi u Srbiji i utvrđuje posebnu tipologiju strategija internet aktivističkih radova; ona ilustruje transformaciju odnosa prema novim medijima kao progresivnim, kritičkim i slobodnim (od poverenja do napuštanja).

Ključne reči: medijski aktivizam, umetnost devedesetih, internet umetnost, NATO bombardovanje SRJ.

1. UVOD

Rad je nastao na osnovu doktorske disertacije koja se bavi svedočenjem i umetničkom reprezentacijom traume na primeru radova vizuelnih umetnosti na temu NATO bombardovanja SRJ. Bitna motivacija za to istraživanje proistekla je iz želje da se na tim konkretnim studijama slučaja ispita uvreženo mišljenje o strukturiranju i jasnoj podeli umetničkog polja u Srbiji; najpre, reč je o pretpostavkama o tome da je umetnička scena podeljena na „lokalni konzervativizam/tradicionalizam i kosmopolitski modernizam/ postmodernizam, vladajuću umetnost/alternativnu umetnost” (Denegri 2013: 296), odnosno da se umetnička scena račva u pravcima „eskapizma” i „aktivizma” (Despotović 2008; Šešić 2011), što sve ima veze s podelom zajednica sećanja u Srbiji na patriotske i izdajničke (Kuljić 2006: 17). U celokupnom procesu, i mediji su imali svoju ulogu – tradicionalna,

eskapistička, oficijelna, apologetska umetnost, prema tim pretpostavkama, koristila je stare medije, a postmodernistička, aktivistička, kritička umetnost, koristila je nove medije. Shodno tim zapažanjima, domaći istoričari umetnosti uveli su i elaborirali termin 'medijski aktivizam' – kao umetničku praksu koja podrazumeva upotrebu novih medija u cilju kritike oficijelnog mas-medijskog diskursa i tradicionalne (zvanične) umetnosti (Sretenović 1999: 7).

Cilj ovog rada je da kontekstualizuje i objasni pojavu termina medijski aktivizam (onako kako su ga definisali domaći istoričari umetnosti), te da ukaže na to da je reč o jednoj jedinstvenoj i vremenski ograničenoj pojavi, kao i da pokaže da podela na progresivne nove i regresivne stare medije nema jasno uporište u umetničkoj praksi – makar kada je reč o ne tako maloj produkciji radova o NATO bombardovanju. Naprotiv, mnogi umetnički radovi kritikuju društvene mehanizme proizvođenja takvih simboličkih podela. Za dokazivanje ove teze koristi se korpus umetničkih radova na temu NATO bombardovanja SRJ¹, kao i nekoliko primera iz aktuelne umetničke i kulturne aktivističke produkcije (npr. Centra za nove medije, Kuda.org, Novi Sad).

2. DEVEDESETE I NATO BOMBARDOVANJE: MEDIJSKA SLIKA

Period devedesetih u Jugoslaviji je obeležen ratovima i raspadom bivše socijalističke države Jugoslavije, a specifično u Srbiji – embargom, izolacijom od međunarodne zajednice, borbom protiv Miloševićevog režima, studentskim protestima, stvaranjem opozicije. NATO bombardovanje SRJ se može posmatrati kao poslednja faza tog perioda jer su posle usledile demokratske promene, internacionalizacija zemlje, smena socijalizma neoliberalnim kapitalizmom, proglašenje nezavisnosti Kosova. Mediji su imali značajnu ulogu u stvaranju i praćenju društvenih transformacija i javnog mnjenja.

„Dezintegracija bivše Jugoslavije podržana je represivnom ulogom državnih medija u proizvodnji društvenih i političkih konflikata, u direktnoj ideološkoj instrumentalizaciji medija putem agresivne propagande, manipulacije činjenicama, cenzure i sl.” (Sretenović 2014)

Tokom devedesetih, totalitarni režim Slobodana Miloševića sprovodio je direktnu i indirektnu cenzuru medijskog prostora, što je kulminiralo donošenjem

¹ U okviru doktorskog istraživanja mapirano je preko 160 umetničkih radova na temu bombardovanja. Preko 70% tih radova nastalo je u novim medijima, a tradicionalni mediji – crtež ili fotografija – koristili su se najčešće u cilju brzog beleženja traumatskog iskustva. Na primer, umetnici koji su bili u vojsci na Kosovu ili na teritorijama koje su često napadane, poput Pančeva (Danijel Savović, Ivan Petrović, Aleksandar Rakežić Zograf, Zoran Letač), fotografisali su okolna dešavanja, crtali stripove i crteže u cilju beleženja neposredne stvarnosti, čuvanja sećanja. (Mihaljinac 2017)

izuzetno restriktivnog Zakona o javnom informisanju iz 1998. godine. Pored direktne državne kontrole i raznih pokušaja opstrukcije rada nezavisnih medija, pojavili su se i delovali alternativni mediji poput radija B92,² čiji je rad za vreme bombardovanja u jednom momentu i prekinut. Inostrani mediji su takođe proizvodili neobjektivne propagadno-apologetske narative o NATO bombardovanju, tako da je medijska produkcija bitno uticala na raslojavanje javnog mnjenja u Jugoslaviji i formiranje rivalskih zajednica sećanja. Podeljene interpretacije i sećanja zajednice ogledaju se u građenju „režimsko-patriotskih” i „mazohističko-aplaudirajućih” (Daković 2010: 475) narativa prošlosti ili u „stvaranju rivalskih sklopova sećanja, oštro suprotstavljenih identitetskih grupa („kvislinzi”, „patrioti” i žrtve...). Rivalski sklopovi sećanja simptomatične su odlike kulture sećanja tranzicionih zemalja.³

Posebnost ovog perioda – a kada je reč o upotrebi medija – ogleda se u sve masovnijoj i intenzivnijoj upotrebi interneta. Internet je služio za organizovanje studentskih protesta (Mevorah 2015: 90), uspostavljanje prekinute komunikacije s međunarodnom zajednicom, a takođe – viđen je i kao jedini slobodan medijski prostor. Iz tog razloga, mnogi umetnici su se aktivirali na različitim internet platformama i mejling listama pomoću kojih su mogli da polemišu o aktuelnoj ratnoj situaciji, npr. *Syndicate* i *Nettime* (Mevorah 2015: 92). Zahvaljujući internetu, mogli su da produkuju alternativne, kritičke sadržaje, da dolaze do nove publike, digitalizuju svoje radove i stvaraju nove. Značajno je reći da je bombardovanje nazvano milenijumskim obrtom, prvim virtuelnim, internet ratom (Virilio 2000; Ignatieff 2001), što znači da je internet početkom XXI veka istovremeno pružao veru u nove medije kao prostor mogućeg aktivizma, slobode, kritike, alternative, ali i pobuđivao sumnju u istinsku otvorenost i demokratičnost novog doba i svih njegovih obeležja. Celokupna umetnička produkcija koja je pomoću novih medija – videa i interneta – kritički promišljala ulogu medija u produkciji društvene stvarnosti, u stručnim krugovima je nazvana medijski aktivizam.

3. MEDIJSKI AKTIVIZAM: DEFINISANJE POJMA

O medijskom aktivizmu pisali su na prvom mestu istoričari umetnosti i kustosi okupljeni oko Muzeja savremene umetnosti u Beogradu u periodu oko 2000. godine (Sretenović, Dimitrijević 1999). Termin se odnosi na umetničku praksu korišćenja videa, digitalnih slika, interneta kao kritičko-aktivističkih umetničkih

2 Videti više o radu i ukidanju Radio stanice B92 za vreme devedesetih: Antonela Riha, *Kako je nastao i nestao Radio B92*, Osservatorio Balcani e Caucaso, jul 2015, <http://www.balcanicaucaso.org/bhs/zone/Srbija/Srbija-kako-je-nastao-i-nestao-Radio-B92-163188> (pristupljeno avgusta 2015).

3 Videti tekst: „Zašto smo se posvađali oko bombardovanja?“, *Nedeljnik Vreme*, br. 950, mart 2009, Beograd, <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=846673> (pristupljeno maja 2014).

medija u Jugoslaviji u periodu devedesetih. Video i digitalne slike kao umetnički mediji služili su najpre za kritiku i dekonstrukciju jezika zvanične televizije tokom Miloševićevog režima. Radovi medijskog aktivizma su obično koristili (otuđivali, ironizovali) slike proizvedene u oficijelnim medijima, te pružali novo, subverzivno, kritičko viđenje stvarnosti, nastavljajući tradiciju korišćenje videa u Jugoslaviji u svrhe društvene kritike i aktivizma. Dejan Sretenović piše da „video i konceptualna fotografija imaju emancipatorsku vrednost u srpskoj umetnosti” (Sretenović 1999: 9), te da je pojava videa „u bivšoj Jugoslaviji još značajnija jer reproduktivne tehnologije menjaju oblike proizvodnje, cirkulacije i recepcije umetničkog dela, destabilizuju fiksirane akademske hijerarhije umetničkih disciplina” (Sretenović 1999: 10). U studiji *Video umetnost u Srbiji*, Branislav Dimitrijević piše da će se „u mnogo čemu, video umetnost upravo ispostaviti kao medijski najadekvatniji način za društvenu kritiku ili preciznije rečeno sagledavanje ideološkog konteksta, koje je nedostajalo i uvek nedostaje” (Dimitrijević 1999: 24).

Budući da je, prema Sretenoviću, internet bio „jedini necenzurisani medijski prostor” (Sretenović 2014) tokom devedesetih, on pod medijskim aktivizmom najpre podrazumeva produkciju internet radova i projekata postavljanja umetničkih fotografija i videa na internet. Neki od kapitalnih umetničkih projekata nastalih tokom bombardovanja upravo imaju veze s internetom: *Warframes* Zorana Naskovskog (<http://warframe.com/>, 1999), projekat *Reality check* Centra za savremenu umetnost (<http://realitycheck.c3.hu/>, 1999), projekat *Art rat* Galerije 12 (1999), dva projekta nastala u saradnji sa Austrijskim kulturnim centrom, *Stop the violence* i *Period after* (1999). Otprilike u to vreme ili početkom prve decenije XXI veka nastali su neki od ključnih kulturnih projekata medijskog aktivizma kao što je *Medijska arheologija* Akademskog filmskog centra Doma kulture „Studentski grad”, *Public netbase* organizacije Kuda.org i bečkog Instituta za nove kulturne tehnologije.

Internet projekti su uglavnom imali podršku iz inostranstva, na primer, Centar za savremene umetnosti u Beogradu koristio je server budimpeštanskog Novomedijskog centra „C3”. Pomoću interneta, mnogi umetnici su se obraćali inostranoj publici i njihov rad je izlagan van granica Jugoslavije; postojala je *Syndicate*⁴ mejling lista putem koje su umetnici iz Jugoslavije mogli da komuni-

4 Vera Mevorah u disertaciji *Internet umetnost na prostoru Srbije 1996–2013* (<http://www.arts.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2015/04/Vera-Mevorah-Internet-i-umetnost-na-prostoru-Srbije-1996-2013-septembar-2015.pdf>, pristupljeno januara 2016) o uvođenju interneta u Srbiji piše: „Kao što je bio slučaj sa mejling listama Nettime i Rhizome, učesnici Syndicate mreže razvijali su svoju zajedničku delatnost u okviru više susreta i konferencija, obično na medijskim festivalima koji su se održavali tokom cele godine. Godinu dana od postojanja mreže, na jednom takvom susretu u Kaselu, Nemačkoj, u okviru dokumenta X izložbe savremene umetnosti formuliše se koncept duboke Evrope (Deep Europe). Kako objašnjava Brakman, ključne reči za promišljanje u okviru Syndicate mreže postaju: „stvaranje mreža, zaboravljanje pseudo-Istok/Zapad odnosa, preispitivanje ideologija, pomeranje granica, kritika 'Zapadnog pogleda', kultura u 'Novoj Evropi', nestajanje

raju i prenose svoja autentična viđenja ratne situacije. Tako su prakse umetničkog i političkog aktivizma bile neraskidivo povezane.⁵

4. POREKLO I STRATEGIJE MEDIJSKOG AKTIVIZMA U JUGOSLAVIJI

Ako bi se termin medijski aktivizam primenio i na starije umetničke prakse, čije je fundamentalno obeležje upotreba novog medija, onda bi se moglo reći da su prve prakse medijskog aktivizma započele u periodu razvoja jugoslovenske umetnosti šezdesetih i sedamdesetih. U svetu, video umetnost je nastala „najpre

Evrope u novom globalnom ekonomskom kontekstu, kao i u svetlu lokalnih federalističkih/izolacionističkih napora, kultura-i-novac, kultura-i-moć, analogne mreže kao novi oblik aktivizma 'kultova', NVO-i i PGO-i, sustizanje (tehnološkog napretka, ideologija, ekonomije itd.) naspram održavanja sopstvenog identiteta”.

5 Vera Mevorah u disertaciji *Internet umetnost na prostoru Srbije 1996–2013* (<http://www.arts.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2015/04/Vera-Mevorah-Internet-i-umetnost-na-prostoru-Srbije-1996-2013-septembar-2015.pdf>, pristupljeno januara 2016) o uvođenju interneta u Srbiji piše: „Od ulaska komercijalnog interneta u tadašnju Jugoslaviju 1996. godine stvaraju se uslovi za širenje uticaja ove tehnologije koja sa popularnosti Svetske mreže počinje da uzima zamah širom sveta. Nedeljnik „Vreme” te prve godine komercijalnog interneta na prostoru Srbije opisuje kao prvenstveno politički orijentisane. Sa velikim građanskim protestom povodom krađe na lokalnim izborima, internet je bio sredstvo brzog informisanja građana o dešavanjima iz sata u sat. Upravo u kontekstu tadašnjih društveno-političkih pitanja u zemlji, po prvi put dolazi u žižu svetske javnosti ideja internet revolucije, posebno u vezi sa korišćenjem internet servisa za 'amatersko novinarstvo' ili 'veb novinarstvo', tj. brzo izveštavanje sa lica mesta o događajima od strane građana. Primer toga je direktan internet prenos (live feed) 'petooktobarske revolucije' grupe FreeSerbia koji je pratilo 200.000 ljudi. Internet se koristio kao pomoć organizovanju studentskih i građanskih protesta 1996. godine, gde je čak grupa organizovana oko internet dobavljača Sezam Pro proteste nazivala upravo 'internet revolucijom' zbog njihovog značaja za skretanje pažnje svetske javnosti na događaje u zemlji, kao i informisanja i organizacije građana. Članak Dejvida Benahama (David S. Bennahum), novinara časopisa *Wired*, iz 1997. godine, ilustruje posebno uzbuđenje tehnoloških krugova na Zapadu vezano za dešavanja u zemlji... Takođe, većina političkih stranaka i pokreta u ovom ranom periodu formiralo je internet prezentacije pre nego što su to privatna preduzeća i korisnici masovnije činili. Period od 1998. do 2000. godine, u kontekstu krize na Kosovu i bombardovanja Srbije od strane NATO-a, kao i petooktobarske revolucije, bio je period kulminacije političke aktivnosti na internetu u Srbiji. Tokom ovog perioda srpski sajberprostor bio izuzetno aktivan i glavno sredstvo 'pouzdanog' informisanja o događajima u zemlji. Kako je preneo *Svet kompjutera* u svom 4. broju 1999. godine: „Kao protivteža informacionim stranama stranih propagandnih medija formiran je čitav niz strana koje su služile kako za informisanje domaćih građana tako i za informisanje strane javnosti i uticanje na formiranje negativnog stava prema agresiji na našu zemlju. Velika je bila aktivnost na mejling listama, IRC pričaonicama i forumima, kao i od strane hakerskih grupa *Crna ruka* i *Srpski andeli*. Tokom 1999. godine odvijao se paralelni mali hakerski rat u kojem su učestvovali pojedinci iz Jugoslavije, Rusije, Kine, Holandije i Albanije. Aktivnosti su se kretale od žučnih rasprava, rušenja sajtova, postavljanja poruka do različitih protesnih akcija vezanih za elektronsku poštu. Upravo je ovakav kontekst društveno-političkog života nagnao CePIT da se od 2002. do 2006. godine bavi empirijskim istraživanjem odnosa političkog života građana u Srbiji, ali i u regionu i njihovih korisničkih navika na internetu”.

као реакција на појаву и убрзани развој телевизијског медија. Propitivanje funkcije i mogućnosti televizijskog aparata proisteklo je iz fluksusovskog promišljanja objekta/slike... Ono što ga je okarakterisalo kao novi medij i postalo izazov umetnicima je neka vrsta promene perceptivnog sistema. Polazeći iz svoje anti-televizijske, anti-populističke pozicije, video je ponudio intiman i neposredan kontakt, komunikaciju sa recipijentom, što ga je znatno razlikovalo od filma (Bjeličić 2013).”

U Jugoslaviji šezdesetih, i mnogo više sedamdesetih, video se razvijao kao umetnički medij koji je primarno kritikovao apolitičnu umetnost visokog modernizma. Drugim rečima, bio je usmeren protiv zvanične umetnosti socijalističke Jugoslavije, u kojoj nije bilo dovoljno prostora za kritičko razmatranje društveno-političkih i kulturnih pitanja, umetničko preispitivanje itd. Osnivanje Studentskog kulturnog centra u Beogradu – kao jednog od prvih zvaničnih prostora gde se razvijala alternativna, kritička umetnost u Jugoslaviji – imalo je veze s jačanjem studentskog pokreta u celoj Evropi i protestima iz 1968. u Francuskoj. Njegovo osnivanje je omogućilo produkciju alternativne aktivističke umetnosti, okupljanje umetnika, kustosa i publike i promenu odnosa prema medijima u savremenoj umetnosti. Na primer, 1972. u SKC-u su osnovani *Aprilski susreti – festival proširenih medija* (<https://www.skc.org.rs/>). Među angažovanim umetnicima koji su stvarali u ovom periodu i koji su bili okupljeni oko Studentskog kulturnog centra u Beogradu, najviše se istakla Marina Abramović s radovima koji su doveli u pitanje političko uređenje Jugoslavije i zvaničnu umetnost (npr. *Ritam 5*, 1974; *Art must be beautiful*, *Artist must be beautiful*, 1975).

Imajući to u vidu, moguće je prepoznati solidan broj veza i analogija između umetničke prakse i društvenih okolnosti iz perioda sedamdesetih i devedesetih u Jugoslaviji: klima društvenih, ekonomskih, (spoljno)političkih promena, studentski protesti (1968, 1996, 1997), pojava novih medija (video, internet). Stoga bi se moglo zaključiti da je medijski aktivizam devedesetih zasnovan na tekovinama konceptualne, društveno angažovane umetnosti šezdesetih i sedamdesetih, upotrebe videa kao kritičkog medija spram masovne pop kulture i televizije (svetska praksa) i spram visoko modernističke apolitične ili apologetske umetnosti, u kojoj dominira upotreba tradicionalnih umetničkih medija i medijuma – slika i ulja. Radovi medijskog aktivizma nastali u periodu tokom i nakon bombardovanja kritikovali su, dakle, diskurs zvaničnih medija koji su izveštavali o ratu (pre svega RTS, ali i zapadnih medija), kao i same tradicionalne umetničke medije, i to najpre kroz upotrebu interneta.

Pregledom produkcije umetničkih radova medijskog aktivizma, odnosno internet aktivizma u umetnosti devedesetih, moguće je uočiti četiri dominantne strategije reprezentacije rata.

(A) INTERNET KAO SREDSTVO USPOSTAVLJANJA MEĐUNARODNE POLITIČKE DEBATE, SARADNJE, MIROVNE AKCIJE

Primer mirotvoračkih, dijaloških internet projekata tokom bombardovanja na prvom mestu su pomenute međunarodne umetničke mejling liste *Syndicate* i *Nettime*; potom, tu je veliki participativni multimedijalni projekat *Stop the violence*, kao i internet platforma *Period after*. U okviru projekta *Stop the violence* inicirano je formiranje velike internet arhive antiratnih tekstova i plakata umetnika iz celog sveta, Albanije, Srbije, Makedonije, Crne Gore, Mađarske, Austrije, skandinavskih zemalja, SAD, Australije, itd. i organizovan je niz javnih razgovara, debata, kao i velika putujuća izložba radova nastalih u okviru projekta (Beograd, Tirana, Skoplje, Beč i drugi gradovi). Autori projekta su profesori Akademije umetnosti u Beču, Karl Pruša (Carl Pruscha), Majk Benedikt (Michael Benedikt), Gerhard Boc (Gerhard Botz), Gerda Baksbaum (Gerda Buxbaum) i Leopold Speht (Leopold Specht), koji su ovu aktivističku umetničku akciju pokrenuli zbog bojazni da će „svaki novi dan rata naškoditi evropskom kulturnom samorazumevanju i razumevanju njegovih fundamentalnih pretpostavki” (Pruscha 1999). Informacije o projektu *Stop the violence* su potom postavljene na internet platformu *Period after* austrijske organizacije Public Nebase, koja je takođe pokrenuta 1999, i to uz pomoć novosadske organizacije Centar za nove medije Kuda.org. Platforma je pokrenuta radi otvaranja javnog medijskog prostora za slobodni dijalog građana i intelektualaca iz čitavog balkanskog regiona koji su se interesovali za analizu društveno-političkog, kulturnog i medijskog prostora u Jugoslaviji tokom rata, te omogućavanja njihove komunikacije sa širom internet zajednicom. Nastala je u momentu produblivanja jaza između tradicionalnih medija pod kontrolom Miloševića i takozvanih slobodnih i nezavisnih medija, koji su bili demonizovani u zvaničnom diskursu SRJ, a pojedini čak i zatvarani. Sadržala je kritičke članke i tekstove, intervjuje, lične dnevnike, najave događaja, mejling listu i otvarala je mogućnost onlajn arhiviranja značajnih akcija poput projekta *Stop the violence*, kao i postavljanja net art radova. Iako je, prema rečima novosadske aktivistkinje Branke Ćurčić iz Centra za nove medije Kuda.org, projekat *Period After* zahtevao nemoguće – da se oslobode mediji i uvede objektivno novinarstvo tokom krize u Srbiji i na Balkanu i mada su, tokom rata, internet provajderi pomogli da se stvori monopol čak i nad internetom, značaj projekta *Period after* „može se videti u pokušaju da se povrate i lociraju postojeće niše kanala onlajn komunikacije, koji su mogli da povežu ljude, rekonstruišu priče i stvore uslove za potencijalne mikro-oblike procesa reintegracije koji će funkcionisati izvan strategija reprezentacije dominantnih političkih i medijskih režima” (Ćurčić 2014).

Pored ovih, važno je spomenuti *Yugomuzej* Mrđana Bajića i kustosi internet projekat *Reality check* (kustosi: Darka Radosavljević, Dejan Sretenović s umetnicima: Milica Tomić, Jovan Ćekić, Era Milivojević, Milica Tomić, Asocijacija

Apsolutno, Mirjana Đorđević, Uroš Đurić i drugi) – budući da su oba projekta u formi internet arhiva intervenisali u javnom medijskom prostoru Jugoslavije, bavili se političkim pitanjima, kulturom sećanja, feminizmom itd.

(B) INTERNET KAO ORUŽJE RATA: *ART RAT* I TIŠMA

S obzirom na to da je NATO bombardovanje nazivano prvim internet ratom (REF), ne čudi da su pojedini umetnici koristili internet kao umetničko oružje. Primer za takvu strategiju medijskog aktivizma daje kolektivni projekat *Art rat*, čiji su autori profesor Fakulteta primenjenih umetnosti Branislav Knežević i njegov tadašnji student, danas poznati umetnik, Dorijan Kolundžija. Projekat je počeo na proleće 1999. godine, kao „art rat”, umetnički rat ili umetnička objava rata ratu. U prvoj fazi, to je bila organizovana serija izložbi studenata i profesora Fakulteta primenjenih umetnosti u Beogradu u galeriji Kulturnog centra Beograd i Nezavisnoj galeriji 12+, a onda se projekat premestio na internet, putem kojeg su „slike Art rata digitalno krijumčarene” (Kolundžija 1999) iz Jugoslavije do SAD i izložene u Mirovnom centru u Milvokiju, Viskonsin (The Peace Action Center in Milwaukee, Wisconsin). Shodno principima novog demokratskog medija, projekat je zamišljen kao proces stvaranja „nukleusa buduće banke umetničkih antiratnih ideja potencijalnih korisnika” (*Art rat* 2000), sačinjenog od antiratnih postera mladih umetnika iz Srbije. Drugi primer upotrebe interneta kao umetničkog oružja rata je umetnički projekat pokretanja plagijata sajta KFOR-a (Kosovo Force) čiji je autor novosadski umetnik Andrej Tišma, inače jedan od pionira novomedijske umetnosti u Srbiji (<http://www.atisma.com/>). Tišma je putem ovog sajta izveštavao o ratu na Kosovu, subvertirajući retoriku KFOR-a i pružajući informacije koje su se kosile s onima iz KFOR-ovih izveštaja. Pored lažnog sajta KFOR-a, Tišma je proizveo veliki broj onlajn tekstova i digitalnih interaktivnih radova: *Bomb Contest*, *Eyewitness to the Bombing*, *NATO Olympic Mascots* i druge.

(C) STRATEGIJA ISTOVREMENE KRITIKE I UPOTREBE NOVOG MEDIJA: *WAR FRAMES*

Strategija apstrahovanja i oneobičavanja slika medijskog spektakla radi dekonstrukcije ideologije društva spektakla tipična je za radove medijskog aktivizma. Neke od dominantnih tema radova medijskog aktivizma su: društvo spektakla, nove tehnologije, nadgledanje i potčinjavanje, populizam, medijsko konstruisanje identiteta, sećanja, realnosti. *War frames* Zorana Naskovskog jedan je od najistaknutijih i tipičnih primera radova medijskog aktivizma. Rad, naime, obuhvata

oko sto pedeset frejmova televizijskog programa koji je emitovan u Jugoslaviji tokom bombardovanja, koji su postavljeni na internet platformi warframes.com. *War frames* govori o „okvirima” bombardovanja i u smislu ekonomsko-političkih okolnosti rata (uvođenje neoliberalnog kapitalizma, nestajanje socijalističke države) i u smislu njegovog medijskog prikazivanja (televizijski frejmovi; ali i internet, kao novi medij). U vezi s medijskim aktivizmom, najznačajnije je to što *War frames* 1999. godine, u momentu buđenja vere u internet kao slobodan, demokratski medij koji prevazilazi društveno-političke i sve druge simboličke i realne granice – zapravo, izražava sumnju u sve te postulate, dakle, u internet kao istinski demokratski medij. Naskovski koristi okvir bombardovanja kao globalnog, kvazihumanitarnog tehnorata da izrazi stav da internet – kao medij koji omogućuje razvoj neoliberalnog kapitalizma i globalizacije – ima svoju „mračnu” stranu. Drugim rečima, internet je novo sredstvo kontrole, nadziranja, potčinjavanja.

(D) STRATEGIJA KRITIKE I ODBACIVANJA NOVOG MEDIJA

Samorganizovana aktivistička umetnička grupa *Art of reality* nastala je spajanjem grupa *Hype* i *Hard.soc* na inicijativu trojice umetnika, Vladislava Šćepanovića, Vladimira Markovskog i Borislava Nanovića. Koncept grupe je bio da pomoću tzv. starih medija analiziraju društvenu i medijsku stvarnost elektronskih i novih medija. Koristeći tradicionalne likovne medije, a najviše sliku, grupa se bavila interpretiranjem društveno-političke realnosti Jugoslavije tokom devedesetih, stvaranjem i promovisanjem angažovane umetnosti sa „revolucionarnim tendencijama” (Šćepanović 2010). Ta umetnost „zastupa estetiku destrukcije i destruktivnosti spram dokse, bilo u odnosu na diktaturu tržišta i masovnih prizora spektakla, ili u odnosu na popularnu religiju, medijsku manipulaciju, sveopštu estetizaciju” (Šćepanović 2010). Osnovna ideja radova nastalih u okviru grupe zasnovana je na uverenju da se društvo i realnost mogu dekonstruisati i menjati sredstvima umetnosti ukoliko se ona bude služila simbolima masovnih medija:

„Koristeći dostignuća tehnike i masovne kulture moguće je napraviti subverziju, upravo protiv sistema koji se preko tih elemenata promovise. Takva umetnost je antiteza društva. Umetnost ne sme biti elitiistička niti privilegija obrazovanih, već razumljiva, kritička i politički angažovana” (Šćepanović 2010).

Osnovno umetničko-aktivističko polazište je da se kulturna hegemonija iskazuje u popularnoj kulturi i da se u popularnoj kulturi stvara takozvani *common sense* (javno mnjenje), tako da se taj smisao, stav, može menjati jedino u polju popularne kulture. Korišćenje jezika društva spektakla pokazuje da su radovi:

„u svom totalitarnom konceptu saglasni s idejnim zadatostima vremena, ali i tu se završavaju sve moguće sličnosti. (Da nije tako, ovi umetnici bi sasvim izvesno ali i na neki čudan način mogli postati pravi kreativni zastupnici vladajuće politike, ali oni to dakako i na sreću nisu iz mnogobrojnih razloga.) U čisto likovnom smislu oni se direktno izražavaju ikonama mas-medijske kulture, poput... pop-arta: Vladimir Markovski, reklamnih bilborda: Vladislav Šćepanović, ili nešto starijih poetika bad-arta: Borislav Nanović... Dakle u pitanju su autori koji apsolutno vladaju relevantnim slikarskim medijem i koji su potpuno upoznati sa zbivanjima nastalim tokom protekle dve decenije, uz naravno i uobičajene 'citatne' dodatke iz bliže i udaljenije povesti medija likovne umetnosti koji im služe za semantičke 'montaže' koje percepciju posmatrača vode u različitim pravcima” (Despotović 2000).

S obzirom na to da koristi ikone pop kulture i neke od najeksploatisanijih slika mas-medijskog diskursa i tako sprovodi strategiju kritike i dekonstrukcije NATO bombardovanja, rad *Society of Specacle* Vladislava Šćepanovića predstavlja ideološku paradigmu grupe *Art of Reality*. Prema tradiciji Vorholovog pop-arta, platno je podeljeno na četiri dela: tu su slike Hitlera (Adolf Hitler) okruženog decom, muzičara Merilina Mensona (Marilyn Manson), nemačkog vojnika koji se priprema za napad na SRJ i, na kraju, slika preminulog Če Gevare (Che Guevara).

Pored ovih strategija upotrebe interneta kao umetničkog medija, koje su ukorenjene u društveno-političkom kontekstu perioda raspada Jugoslavije, bombardovanja i tako dalje, treba naglasiti da su pojedine umetničke organizacije, inače nosioci razvoja medijskog aktivizma u Jugoslaviji – danas napustile internet kao prostor društvene angažovanosti. Na primer, projekti organizacije Kuda.org – koja je tokom devedesetih nudila Novosađanima besplatan internet, učestovala u pokretanju projekta *Period after* itd. – danas su okrenuti ka lokalnim zajednicama; zasnovani su na ideji da je društvena promena moguća jedino kroz lokalni aktivizam, rad na lokalnim problemima, s lokalnim zajednicama kroz lični, fizički, neposredni kontakt. Nazivi nekih od tih projekata i programa su: *Isparili parkovi, a čiji interes?*; *Stanari za stanare organizuju mesni forum*; *Mikrozajednica u žarištu turističke ekspanzije*; *Radionica i razgovor: (ne)dostupni stanar*; *Tribina: Javna skupština stanara*; *Stambeni pakao: ko gradi grad*; *Lokalne politike i urbana samouprava* (<http://kuda.org/> 2017).

5. ZAKLJUČAK: NOVI MEDIJI I DRUŠTVENE PODELE U SAVREMENOJ UMETNIČKOJ PRAKSI

Oba perioda u Jugoslaviji – šezdesete/sedamdesete i devedesete – obeležena su sličnim pojavama: društvene krize i transformacije, jačanje studentskih pokreta i aktivizam, razvoj angažovane umetnosti koja koristi nove medije da bi kritikovala državni aparat i apologetske umetničke prakse. No, za razliku od šezdesetih i sedamdesetih, vremena nastanka konceptualne kritičke umetnosti u Jugoslaviji kada je korišćenje videa kao novog medija bilo izjednačeno s društveno-političkim aktivizmom, pregled studija slučaja radova koji su koristili internet kao novi mediji tokom devedesetih, a posebno 1999. godine, pokazuje da su prvi internet projekti u Jugoslaviji uglavnom zasnovani na idealizaciji novog medija (vera u slobodu, otvorenost, demokratiju), ali da je bilo i različitih negativnih ili skeptičnih reakcija. Praksa medijskog aktivizma, koji je podrazumevao upotrebu novih medija zarad kritike tradicionalnih medija u umetnosti i medija masovne komunikacije, zasnovana je na tekovini konceptualne, aktivističke umetnosti. Međutim, okvir bombardovanja kao tehno-rata ili internet rata doprineo je tome da se novim medijima pristupi s daleko manje entuzijazma nego što je to bio slučaj s eksploatacijom videa u Jugoslaviji šezdesetih i sedamdesetih.

Štaviše, savremene umetničke i aktivističke akcije češće podrazumevaju napuštanje interneta, a odlična ilustracija za to bili bi projekti organizacije koja je obavila pionirsko delovanje u sferi medijskog aktivizma – Centar za nove medije Kuda.org iz Novog Sada, koja danas organizuje direktne susrete s lokalnim zajednicama radi razgovora o mogućnostima javnog delovanja.

Tako se može zaključiti da podela na tradicionalnu, apologetsku umetnost koja koristi stare medije i modernu, progresivnu, kritičku umetnost koja koristi nove medije – nema uporište u realnim umetničkim praksama. To takođe ne znači da su umetnici koji su koristili nove medije nužno bili progresivni i kritički nastrojeni prema društveno-političkom kontekstu na koji su referisali, niti da su umetnički radovi iskazani u tradicionalnim medijima nužno bili apologetski, nekritički, retrogradni. Drugim rečima, medijski aktivizam o kojem su pisali istoričari umetnosti okupljeni oko Muzeja savremene umetnosti posle 2000. predstavlja jednu veoma usku pojavu koja karakteriše samo mali segment složene i iznijansirane umetničke produkcije u Jugoslaviji.

LITERATURA I INTERNET IZVORI

Bjeličić (2013): Vladimir Bjeličić, *Video performans na beogradskoj sceni sedamdesetih*, *Critize this*. Pristupljeno avgusta 2017, <http://www.criticizethis.org/2013/05/video-performans-na-beogradskoj-sceni-70-ih/>.

Čurčić (2014): Branka Čurčić, *Period After – A Review*. Media and Culture, Integration and Political Life in Southeast Europe, *Future non-stop*. Pristupljeno novembra 2016, <http://future-nonstop.org/c/96eeebce0dc95001e652144db8dc0bc6>.

Daković (2010): Nevena Daković, *Rememberance of the Past and the Present, History of the Literary Cultures of East-Central Europe, Junctures and Disjunctures in 19th and 20th centuries*, Vol. 4: Types and Stereotypes, Amsterdam: University of Amsterdam, 465–478.

Denegri (2013): Jerko Denegri, *Srpska istorija umetnosti 1950–2000 – Devedesete*, Beograd: Topy.

Despotović (2000): Jovan Despotović, *Alternativa – Kulturni Remont/Art of reality*, Treći program Radio Beograda. Pristupljeno decembra 2015, http://www.jovandespotovic.com/?page_id=3498

Despotović (2008): Jovan Despotović, *Slika politike*. Pristupljeno decembra 2015, <http://www.jovandespotovic.com/text/wp-content/uploads/Slika-politike.pdf>

Dragičević Šešić (2011): Milena Dragičević Šešić, *Od kulture neslaganja do kulture inovacije i eksperimentisanja – 20 godina rada Soros fondacije u regionu Balkana, Cultural management platform*. Pristupljeno januara 2014, <https://www.culturalmanagement.ac.rs/rs/tutorial/e-learning/dragicevic-sesic-milena-od-kulture-neslaganja-do-kulture-inovacije-i-eksperimentisanja-20-godina-rada-soros-fondacija-u-regionu-balkana>.

Ignatieff (2001): Michael Ignatieff, *Virtual War: Kosovo and Beyond*, New York: Picador.

Kolundžija (1999) Dorijan Kolundžija, *Rat art*, Pres centar vojske Jugoslavije. Pristupljeno juna 2013, <http://www.koreni.rs/skenirano/046dr.pdf>.

Kuljić (2006): Todor Kuljić, *Kultura sećanja*, Beograd: Čigoja.

Mevorah (2015): Vera Mevorah, *Internet i umetnost na prostoru Srbije 1996–2013 – Odlike umetničkih diskursa na polju Interneta u Srbiji*, Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu.

Mihaljinac (2017): Nina Mihaljinac, *Svedočenje i reprezentacija trauma u vizuelnim umetnostima: NATO bombardovanje SRJ*, Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu.

Pruscha (1999): Carl Pruscha, *Preface – Stop the violence!!!, Period After*. Pristupljeno aprila 2016, http://periodafter.t0.or.at/equi/layout01/lay01/c_stop/c_stop_text_021.htm

Sretenović (1999); Dejan Sretenović, *Video umetnost u Srbiji*, Beograd: Centar za savremenu umetnost.

Sretenović (2014): Nina Mihaljinac, *Intervju Dejana Sretenovića*, 1. jun, 2014.

Šćepanović (2010): Vladislav Šćepanović, *Medijski spektakl i destrukcija*, Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu, Službeni glasnik.

Virillio (2000): Paul Virillio, *Strategy of Deception*, New York: Verso.

Nina S. Mihaljinac
University of Arts in Belgrade
Faculty of Dramatic Arts

MEDIA ACTIVISM AS ARTISTIC PRACTICE IN SERBIA

Summary: The paper is based on the doctoral dissertation *Artistic testimony and representation of the trauma: NATO bombing of the FRY*. It deals with genesis and transformation of media activism as an artistic practice in Serbia, with a special focus on the period of the end of the 1990s and the beginning of the new millennium. Art historian Dejan Sretenovic defined the term media activism in 1999, referring to the artistic use of new media in order to criticize the official mass media discourse and traditional art in Yugoslavia. However, the decline of the initial enthusiasm towards new media, primarily the internet, which was seen as an instrument of artistic and political activism, coincided with the disappointment in democratic changes in Yugoslavia. Even at the time of the appearance of the internet, which provided the possibility of free and uninterrupted communication with the international community and was seen as "the only uncensored media space" in the 1990s, some artists were simultaneously using it and criticizing it in their art works (e.g. Z. Naskovski, *War frames*, 1999). They offered a special typology of strategies of internet activism, which illustrates the transformation of relations with new media as progressive, critical and free: A) Strategy of communication – internet as a means of establishing international political debate, cooperation, peace action (art projects: *Stop the violence!*, *Period After*, *Yugomuzej*, *Reality Check*); B) Strategy of the use of the internet as a weapon of war (*Art rat*, Andrej Tišma); C) Strategy of simultaneous criticism and use of new media (*War frames*); D) The strategy of criticizing and rejecting the new media (*Art of reality*). Finally, even the organizations that carried out pioneering activities in the sphere of media activism (for example the New Media Center Kuda.org from Novi Sad) have lost their trust in the internet and today they organize direct meetings with local communities in order to discuss the possibilities of public social and political activism. It can be concluded that the division into traditional, apologetic art that uses old media on one side and modern, progressive, critical art that uses new media on the other – does not have a foothold in real artistic practice in Serbia, especially not today.

Key words: media activism, art during the 1990s, internet art, NATO bombing of the FRY.

Marija R. Milovanović
Univerzitet umetnosti u Beogradu
Fakultet dramskih umetnosti

УДК 7.038.531:141.72
792.01:316.776.33

„ОТКАЗАНО ЗБОГ БОЛЕСТИ ГЛУМЦА” – SUBVERZIVNI POTENCIJALI TELESNOSTI U BESTELESNOM PROSTORU MEDIJSKE KOMUNIKACIJE

Apstrakt: Rad nastoji da ispita položaj kulturnog subjekta između transmissionog i ritualnog modela komunikacije, na primerima masovnih medija i pozorišta, kao i „prelajujući” karakter njihovih kodova. U kontekstu aktivnosti koje su situacionisti postulirali kao protivtežu tendenciji regeneracije spektakla i stvaranja „usamljene gomile”, princip telesnosti može igrati značajnu ulogu u subverziji ere simulakruma, baš kao i u revalorizovanju odnosa stvarno–imaginarno u okvirima hipersocijalnosti, čiju suštinu određeni autori na prelazu poslednja dva veka određuju prefiksima od „super” do „pseudo”.

Ključne reči: komunikacija, pozorište, masovni mediji, telesnost, simulakrum.

Već vekovima, mnogo pre nastanka masovnih medija i digitalnog načina komuniciranja, pozorište je predstavljalo svojevrsni način formiranja efemernih ali značajnih zajednica čiji su se odnosi metonimijski prelamali kroz prizmu širih društvenih hijerarhija moći. Pozorišni čin, pozorišni prostor, kasnije pozorišna zgrada, a najpre i najvažnije pozorišna publika, predstavljali su, a i dalje to čine, činioce komunikacijskog lanca koji varira po obimu i dalekosežnosti, ali u jednoj ne – neposrednosti. Ta neposrednost, za razliku od digitalne koja se ogleda u vremenskoj komponenti, u ovom slučaju se zasniva na telesnosti. U savremenom kontekstu, više nego ranije, navedena činjenica može zadobiti subverzivni karakter na nivou društveno-političke realnosti koja prevazilazi estetsku. No, da bi to bilo moguće objasniti, prevashodno je potreban osvrt na prirodu pozorišta kao medija i teatarske komunikacije kao procesa estetske semioze.

Nije nemoguće, a nije često ni zaobiđeno, dovesti u pitanje uopšte mogućnost da se teatar tretira kao autonomni medij. Njegova izrazita sinkretičnost i svojstvo kompilatorne forme navodi mnoge teoretičare da ga vezuju za ritualni pojam komunikacije koji je neodvojiv od kulture, za razliku od transmissionog modela koji se vezuje za civilizaciju: „Za ritualni koncept komunikacije, vesti nisu samo informacije, već predstavljaju svojevrsnu dramu, odnosno sliku sveta datog istorijskog trenutka, čije simboličko značenje za teoretičara komunikacije

predstavlja poziv na dešifrovanje” (Tomić 2003: 33). Ovakav koncept, koji uključuje estetsku semiozu, vidi poruku kao nešto više od strukture sačinjene od informacije kao novostečenog znanja i redundantnog sadržaja u vidu neophodnog „suviška razumljivosti”.

Ipak, da bi estetska poruka zadržala status *otvorene* neodređenosti, mora se osloniti na redundantnost. Prema teoriji informacija, potpuno dvosmislena poruka bila bi krajnje informativna, ali bi istovremeno mogla predstavljati komunikacijski, odnosno semantički šum. Za razliku od nje, produktivna dvosmislenost je ona koja podstiče na napor interpretacije. U ovom drugom smislu, estetska predstava je uvek samo delimično kodirana, te su joj bliži estetsko-subjektivni nego logičko-objektivni kodovi. Umberto Eko razliku između denotativnih i konotativnih značenja razume kao razliku između kodova i potkodova, pa umetničko delo tako u krajnjoj liniji predstavlja poruku sa estetičkom funkcijom i ima dvosmislenu strukturu u odnosu na sistem očekivanja koji predstavlja kod. Ovo se donekle poklapa sa estetskom funkcijom jezika koju je definisao Roman Jakobson, ali je on smatrao i da u umetnosti ova funkcija referiše na odnos poruke sa samom sobom, te da ona tada prestaje da bude sredstvo i postaje jedini cilj opštenja. U Ekovom smislu, može se reći da je svako umetničko delo moguće dekodirati, razumeti i interpretirati preko idioleta dela, koji predstavlja individualni i privatni kod jednog lica. Uvođenje u igru privatnih kodova uvodi i pitanje subverzivne moći poruke van okvira estetske komunikacije kao izolovanog događaja.

Semiotičarka pozorišta An Ibersfeld uočava opasnost od izjednačavanja pozorišnog procesa sa procesom komunikacije, jer pozorišni znak ne može postojati u smislu izdvojitog elementa koji bi bio ekvivalentan lingvističkim znacima za koje je karakteristično da su (relativno) arbitrarni. Prema njenoj teoriji, jedan znak predstave ima tri referenta: referenta dramskog teksta, sebe samog kao sopstvenog referenta i svog referenta u svetu. „Funkcija-primalac u slučaju pozorišne publike daleko je složenija, najpre stoga što gledalac pravi odabir informacija, jedne prihvata, druge odbacuje, što upravlja glumca u određenom smeru, slabašnim znacima koje primalac ipak jasno uočava. Zatim, ne postoji samo *jedan* gledalac, već množina gledalaca koji reaguju jedni na druge. Ne samo što retko idemo sami u pozorište, već *nismo sami* u pozorištu, i svaka primljena poruka prelomljena je (na susednim gledaocima), odbijena, iznova prihvaćena i uzvraćena u jednom vrlo složenom procesu razmene. I najzad... gledalac je taj koji stvara predstavu (više no i sam reditelj): on treba da nanovo sklopi celinu predstave, istovremeno po vertikalnoj i po horizontalnoj osi. Gledalac je primoran ne samo da prati priču, fabulu (horizontalna osa), već da u svakom trenutku sklopi potpunu figuru svih znakova prisutnih u predstavi. On je istovremeno prinuđen da se unese u predstavu (identifikacija) i da se od nje udalji (distancijacija). Verovatno nema aktivnosti koja zahteva toliko intelektualno i psihičko ulaganje” (Ibersfeld 1982: 35). Što je najvažnije, ritualni model komunikacije dozvoljava gledaocu u pozorištu

da posmatra kako funkcionišu zakoni koji njime upravljaju a da im on ne bude potčinjen, budući da su namerno lišeni moći prisile.

Na drugom kraju komunikacijskog spektra nalazimo svet masovne medijske komunikacije, najčešće posredovane slikama. Situacionisti, na čelu sa Gijem Deborom, takav društveni odnos između ljudi nazvali su spektaklom, a definisali ne samo kao vizuelnu obmanu koju stvaraju masovni mediji, već i kao pogled na svet koji se materijalizovao. Oblik i sadržaj spektakla, smatrali su, jeste u službi potpunog opravdanja uslova i ciljeva postojećeg sistema – jezik spektakla sastoji se od znakova vladajuće organizacije proizvodnje, koji su u isto vreme krajnji proizvod te organizacije. Spektakl falsifikuje stvarnost, ali je proizvod nje same i obrnuto, stvarni život prožet kontemplacijom spektakla počinje da se ravna po njemu. On takođe na izvestan način ne teži ničemu drugom do sebi samom, ali je u mogućnosti da podredi ljude sebi jer ih je ekonomija već potpuno podredila svojim ciljevima (prvi stepen te degradacije jeste *biti* u *imati*). Masovne medije Debor karakteriše kao najpovršniju manifestaciju spektakla čija je „komunikacija” suštinski jednostrana, a telesno *odvajanje* jeste alfa i omega spektakla: „Nema slobode izvan žive aktivnosti; spektakl zato poništava svaku aktivnost, pošto je celokupna stvarna aktivnost prisilno stavljena u funkciju globalne izgradnje spektakla. Na taj način, ono što se naziva ‘oslobođenjem od rada’, slobodno vreme, nije ni oslobođenje od rada, niti oslobođenje od sveta oblikovanog tim radom; vladajući ekonomski sistem stvara *začarani krug izolacije* – ‘usamljenu gomilu’” (Debor 2003: 14). U spektaklu posmatrači su povezani samo jednosmernim odnosom sa centrom koji ih razdvaja jedne od drugih. On je totalno dogmatičan, ali ipak nesposoban da isporuči bilo kakvu čvrstu dogmu: „Spektakl je vrhunac ideologije jer on najpotpunije otkriva i izražava suštinu svih ideoloških sistema: osiromašenje, porobljavanje i negaciju stvarnog života... Spektakl uništava i granicu između istinitog i lažnog, tako što neposredno doživljenu istinu potiskuje ispod konkretnog prisustva lažnog, iza kojeg stoji cela organizacija pojavnosti” (Debor 2003: 54).

Poststrukturalisti istočne i zapadne Evrope su se dalje bavili reperkusijama transmisiona – spektakularne komunikacije u postmodernom dobu. Ruski filozof Mihail Epštejn traganje za najvišom, čistom realnošću izvan konvencionalnih znakova i sistema kulture smatra modernističkim fenomenom. „Hiper” on označava kao glavni pojam kulturne paradigme koja obuhvata uzajamne veze modernizma i postmodernizma – značenje prefiksa „hiper” tokom 20. veka trpi evoluciju od „super” do „pseudo”, što bi značilo da mnoga svojstva iz stvarnosti 20. veka, dovedena do stepena krajnjeg razvitka, otkrivaju vlastitu suprotnost (četiri procesa u 20. veku, govori, vode do stvaranja hiperobjekata: hiperčestice kvantne mehanike, hiperznakovi književne kritike, hiperbiće egzistencijalizma i hipernagoni psihoanalize). U društvenom smislu, na primer, teorija i praksa komunizma u Rusiji predstavljala je „hiper” pojavu jer se hipersocijalnost javila kao

simulacija jednakosti, dok su se u stvari društvene veze među ljudima naglo ras-
kidale – sovjetska ideologija pretendovala je na potpunu semiotizaciju čitave re-
alnosti. „Hipertekstualnost isključuje svaku ’iluziju sadržine’, hiperelementarnost,
’iluziju složenosti’, hiperseksualnost ’iluziju duhovnosti’ i ’ličnog odnosa’... Isto
tako, hipersocijalnost isključuje ’iluziju nezavisnosti, lične slobode’. Isključuje je
upravo zato što predstavlja hipertrofiju jednog apstraktnog svojstva, dignutog na
apsolutan stepen” (Epštejn 2010: 48).

Fenomen vrlo blizak onome što je Epštejn opisao kao „hiper” odliku post-
modernog društva i njegovih komunikacijskih shema, a pre svega njeno „pseudo”
naličje, Žan Bodrijar je još ranije opisao pojmom simulacije. Simulacija predsta-
vlja proizvodnju, pomoću modela, nečeg stvarnog bez porekla i stvarnosti, od-
nosno nečeg nadstvarnog – imaginarno nestaje u simulaciji. Dok predstava (re-
prezentacija) polazi od principa ekvivalentnosti znaka i stvarnog (ili, u slučaju
pozorišta, unapred prihvaćene iluzije o njoj), nasuprot tome, simulacija polazi
od utopije principa ekvivalentnosti, od radikalne negacije znaka kao vrednosti,
što stvara simulakrum: „Dok reprezentacija pokušava da apsorbuje simulaciju tu-
mačeći je kao lažnu predstavu, simulacija obuhvata celo zdanje same predstave
kao simulakrum. Slika prvo predstavlja odraz duboke realnosti, zatim maskira
i izvitoperava duboku realnost, a onda prikriva odsustvo duboke realnosti (do-
bra prividnost – loša prividnost – izvođenje privida – nepripadanje vrsti privi-
da)... Time se desio prelaz sa znakova koji nešto prikrivaju na znakove koji kriju
da nema ničega... Ne nalazimo se više u jednom društvu spektakla, o kome su
govorili situacionisti, ni u onoj vrsti specifičnog otuđenja i represije koje je to
društvo podrazumevalo. Sam medijum se više ne može shvatiti kao takav, a po-
istovećivanje medijuma i poruke (Mekluan) prva je velika formula te nove ere.
Ne postoji više medijum u doslovnom smislu: on je sada neuhvatljiv, rasut i izlo-
mljen u stvarnom, a čak se više ne može reći ni da je ono stvarno time izmenjeno”
(Bodrijar 1991: 33). Bodrijar ovakvu situaciju opisuje kao okrutniju od Artoovog
„teatra surovosti”, koji je bio telesno utemeljen „pokušaj neke dramaturgije života,
poslednji trzaj jedne idealnosti tela, krvi, nasilja, u jednom sistemu koji ga je već
usmeravao ka resorpciji svih rizika bez ikakvog traga krvi” (Bodrijar 1991: 42).
Benjaminovu auratičnost umetničkog dela – svakog koje, za razliku od pozorišne
predstave, ima svoju objektivnu materijalnost – u ovim okolnostima otežava *pre-
cesija* reprodukcije nad produkcijom, budući da proteze industrijskog doba nisu
više egzo-, već ezotehničke. „Imaginarno je bilo alibi stvarnog u svetu kojim vlada
princip realnosti. Danas je stvarno postalo alibi modela u svetu kojim vlada prin-
cip simulacije” (Bodrijar 1991: 123).

U izvođačkim umetnostima, telesnost predstavlja važan (auto)korektiv.
Autopoetička povratna sprega koju postulira Erika Fišer Lihte afirmiše koncept
kontingentnosti i činjenicu da izvedbu ne može kontrolisati pojedinac. Zajednica
ljudi koja učestvuje u pozorišnom događaju, iako privremena, formirana je ličnim

inicijativama pojedinaca. Ne postoji pasivno učešće u izvedbi; prisustvo implicira određeni pristanak. Kontingentnost se direktno kosi sa principom manipulacije koji se vezuje za efekte masovnih medija, a telesnost u znatnoj meri doprinosi tome da takav odnos ni u jednom slučaju ne bude značajnije narušen. Živo telo odbija svaki pokušaj da se pretvori u umetničko *delo*. Telesnost kao takvu karakteriše dualitet – ljudi *imaju* telo kojim mogu da rukuju kao predmetom ili ga koriste kao znak, ali ljudi i *jesu* tela, otelotvoreni subjekti. Dok je u pozorištu, telo je istovremeno znak oslobođen arbitrarnih vrednosti svakidašnjice, ali je i sredstvo akcije s obe strane rampe, ma koliko se situacija u gledalištu činila pasivnom. Imajući to u vidu, Džanel Rajnelt razmatra mogućnosti pozorišne imaginacije kao nove epistemologije, ali zaključuje da ona nije nužno spasonosna: „Publika biva pogođena pozorišnim idejama. Ako ovo pogađanje shvatimo kao radnju koja se odvija – ne prikaz radnje već stvarnu radnju koja pripada samom pozorištu – shvatićemo u kom smislu performans može biti, ali nije nužno, performativan. Pozorište ima kapacitet da pogodi, ali podjednako često i da kultiviše, da tretira ljude kao kupus, te stoga da zastupa državu ostavljajući gledaoce nepromenjenima i ne čineći ništa drugo do običnog, pukog oponašanja imperije imperijalnog” (Rajnelt 2012: 37). Samo telesno prisustvo nije dakle a priori subverzivno. Telo recipijenta karakteriše nekoliko odlika: vrši akt recepcije i kroz svoje funkcije njene efekte neposredno i ispoljava; tvori autopoetičku povratnu sponu i trpi i vrši uticaje u odnosu na druga prisutna tela, kako gledalaca tako i izvođača; obezbeđuje kontingentnost izvedbe; svojom ontikom pruža legitimitet predstavi kao komunikacijskom činu od društvenog značaja. Međutim, njegova moć nije apsolutna i obrnuto je proporcionalna brojnosti publike. Što je manje prisutnih u gledalištu, to je sudbina predstave više vezana za telesnost svakoga od njih – potreban je, međutim, potpuni nedostatak te telesne prisutnosti kako predstava ne bi bila moguća, što se dešava veoma retko.

Sa telom glumca je, međutim, stvar drugačija. Telesnost izvođača ima apsolutnu, a ne relativnu vrednost za život predstave – ukoliko je njegovo telo fizički onemogućeno da izvodi, predstava se otkazuje. Ako je, prema teoriji izvođenja Fišer Lihte (Fisher Lichte 2008: 55), slabo prisustvo glumca prosto bivstvovanje njegovog pojavnog tela na sceni, jako prisustvo njegovo intenzivno kontrolisanje prostora izvedbe i zaokupljanje pažnje gledalaca, a radikalno prisustvo energija koja cirkuliše kao preobražavajuća moć, mi bismo uveli i novi, stepen nultog prisustva, koji, paradoksalno, glumac postiže upravo – odsustvom. Bolest izvođača, onemogućavajući ga da izvodi, istovremeno potvrđuje subverzivni potencijal njegovog umetničkog materijala, upravo – telesnosti. Pojavno i semiotičko telo su neraskidivo povezana i ne mogu se pojavljivati jedno bez drugog. Bolesno izvođačko telo ne proizvodi značenje, ali proizvodi otpor društvenoj simulaciji u bodrijarovskom smislu.

Kao što smo videli, simulacija ne prestaje kada znak izgubi svog stvarnog referenta – zapravo, upravo tada i počinje. U izvođačkim umetnostima, telo kao estetski materijal stalno je u procesu transformacije i postajanja. Telo kao znak u procesu je nestajanja i upravo u tome leži njegova moguća subverzija. Komunikacijski čin kao što je pozorišni, kojem se često pripisuje etiketa lažnosti i iluzornosti, gradi time čvršću vezu sa stvarnošću od simulirane društvene nadstvarnosti, baš u trenutku kada se predstava, zbog bolesti glumca – otkaže. Takva odanost realnosti u društvu spektakla, simulacije i „hipera” prevaziđena je koliko i avangardna, budući da je tema šta posle tačke kada ovakve društvene tendencije dostignu granice pucanja već uveliko otvorena u društvenim i humanističkim teorijskim raspravama. Tim pre što neki mislioci smatraju da je ta era već počela – „U Rusiji... simboličan čin lomljenja simulakruma bio je Nord Ost, kada su za vreme pozorišne predstave pravo na scenu izašli naoružani ljudi i za taoce uzeli i glumce i gledaoce. Pozorište je bilo mesto za 'pogibiju odistinski'... Sama ta reč [realnost] u savremenim humanističkim naukama retko se upotrebljava bez navodnika. Ali, stavljanje navodnika je samo čovekova nemoćna osveta toj realnosti, koja se sve više i sve bolje snalazi bez njega” (Epštejn 2010: 59). U godinama koje dolaze, možda će i nulti stepen prisustva izvođača biti faktor koji će vratiti dignitet stvarnosnom okviru koji je, raspet između praznih označitelja, na početku ovog veka zapeo u procepu.

LITERATURA

- Bodrijar (1991): Žan Bodrijar, *Simulakrumi i simulacija*, Novi Sad: Svetovi.
- Debor (2003): Gi Debor, *Društvo spektakla*, Beograd: Porodična biblioteka.
- Epštejn (2010): Mihail Epštejn, *Posle budućnosti: sudbina postmoderne. Tom 1*, Beograd: Draslar partner.
- Fischer-Lichte (2008): Erika Fischer-Lichte, *The Routledge Introduction to Theatre and Performance Studies*, Routledge.
- Ibersfeld (1982): An Ibersfeld, *Čitanje pozorišta*, Beograd: Kultura.
- Rajnel (2012): Džanel Rajnel, *Politika i izvođačke umetnosti*, Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu.
- Tomić (2003): Zorica Tomić, *Komunikologija*, Beograd: Čigoja štampa.

Marija R. Milovanović
University of Arts in Belgrade
Faculty of Dramatic Arts

”CANCELLED, DUE TO ACTOR’S ILLNESS”
– SUBVERSIVE POTENTIAL OF BODINESS IN
BODILESS SPACE OF MEDIA COMMUNICATION

Summary: This paper deals with the position of a cultural subject between the ritual and the transmission model of communication using the examples of theatre and mass media, as well as their ”reflecting” codes. In the context of the activity which situationists used to counteract the tendency of regenerating spectacle and creating the ”lonely crowd”, the principle of bodiness can play a significant role in subverting simulacrum era, just as it can in revaluing the relation of the *real-imaginary* in terms of hypersociality, the essence of which some authors determine with prefixes from ”super” to ”pseudo”.

Key words: communication, theatre, mass media, bodiness, simulacrum.

Angelina R. Milosavljević
Univerzitet Singidunum
Fakultet za medije i komunikacije
Beograd

УДК 76.05:32.019.5(4)"15"
32.019.5:274.5(4)"15"

REFORMACIJA, LUTER I UPOTREBA GRAFIKE U PROPAGANDNE SVRHE: PAPA KAO ANTIHRIST

Apstrakt: Objavljivanje Luterovih 95 teza 1517. godine izazvalo je revoluciju u razumevanju uloge grafike kao moćnog propagandnog sredstva za plasiranje političkih sadržaja koji su pozivali na promenu verskog i sociopolitičkog evropskog ambijenta. U radu se osvrćemo na nekoliko značajnih primera antipapske propagande otelovljene u novoj, luteranskoj, ikonografiji i pojavi pamfleta koji su pomogli brzo širenje i pozitivnu recepciju Luterovih ideja na severu Evrope. Posebno će biti reči o predstavama pape, poglavara katoličke crkve, kao Antihrista u delima Luke Kranaha Starijeg i Erharda Šona. Iako se pojam medija i alternative najčešće razume u terminima savremenih društvenih tendencija, on se može primeniti na sve istorijske periode i okolnosti, pogotovo one u kojima su se snažno pojavljivale nove društvene snage kao opozicija ustanovljenim institucijama i režimima.

Ključne reči: mediji, alternativa, reformacija, grafika, Luter, papa Antihrist.

Govor o medijima i alternativni najčešće podrazumeva savremeni društveni aktivizam u kome politički i socijalno angažovani entiteti koriste medije masovne komunikacije radi plasiranja sadržaja sračunatih na podrivanje vladajućih institucionalnih praksi, ukazujući na aktuelne društvene probleme čiju urgentnost spora institucionalna dejstva nedovoljno prepoznaju.¹ Oblikovan idejom o promeni, širio se u skladu sa razvojem sredstava masovne komunikacije koja su povezivala često marginalizovane istomišljenike (Waltz 2005: 13–68), sociopolitičko telo na čije angažovanje u promeni se računalo. Jedno od njih je bila grafika, čija je dostupnost širokim masama, zahvaljujući Gutenbergovoj štamparskoj presi, izazvala neslućena društvena previranja koja su trajno definisala evropsku stvarnost (Edwards 1994: 19–28; Moore 2010: 29–32), novim ikonografskim sadržajima.

Krajem 15. i početkom 16. veka se zaoštrio kompleksan sukob u katoličkoj crkvi izazvan antipapskim raspoloženjem reformacije otelovljenim u delima Martina Lutera (1483–1546). Jačanje papske ekspanzionističke politike i borbe

¹ Rad je nastao na projektu „Modernizacija zapadnog Balkana”, OI 177009, Filozofskog fakulteta, Beograd i Ministarstva nauke, prosvete i tehnološkog razvoja Republike Srbije, ciklus 2010–2017.

za primat sakralne nad svetovnom vlašću, kao i sve očiglednije udaljavanje od izvornog hrišćanstva obeležilo je drugu polovinu 15. i prve decenije 16. veka, vreme obnove papstva posle povratka iz Avinjona i u socijalnom, ekonomskom, političkom smislu oličenom u arhitektonskim i umetničkim poduhvatima koji su pratili novu institucionalizaciju Svete stolice. Ne treba posebno isticati raskošne Rafaelove *Stanze*, Mikelandelova ostvarenja u Sikstinskoj kapeli i Crkvi Sv. Petra u Rimu, u kojima su se ogledali i ekonomska moć i težnja društvenom prestižu, odbrani i opravdanju institucija pape i katoličke crkve, njenih praksi i kanona (Boorsch 1983; Stinger 1998). Političke prilike u Evropi tokom prvih decenija 16. veka su dale razloge za to da se papstvo vidi kao jasna suprotnost (izvornom) hrišćanstvu, poput porasta crkvene administracije, bogatih crkvenih fondova iz kojih se finansirala papska ekspanzionistička politika, obnova Rima, i sl. – za šta je novac pristizao iz svih katoličkih zemalja. Ne treba naglašavati raskoš i raskalašnost samog crkvenog sedišta i dvora koji je prisvojio moć i privilegije sekularne vladavine i time poništio razliku između duhovne i svetovne vlasti, u isti mah i zapostavljajući svoje duhovne obaveze i poništavajući jevandelizam proizvedeći pravna akta koja su štitila interese Papske Stolice. Od suštinskog značaja za Luterovo ustajanje protiv vladajućeg crkvenog ustrojstva bilo je učenje o dva carstva, duhovnom i svetovnom, kojima treba upravljati posebno, koje je Luter začeo u svojim predavanjima 1515. godine, a njihova razlika se ogleda u razlici između (svetovnog) zakona i (duhovnog) jevandelja, čiji su zadaci da održavaju mir pomoću mača i da teše i pomažu u duhovnim stvarima šireći Jevandelje. Mešanje domena delovanja ovih carstava u papskim pretenzijama na sveukupnu moć je, prema Luteru, bilo đavolsko, iako njegova kritika nije bila upućena ličnosti nego instituciji pape (Prill 2005: 1–25; Withford 2008; Koerner 2004: 20; Luther 1520; Pettibone 2007: 81–100; Oberman 1994: 23–52). Tu ideju je Luter širio koristeći sva moguća sredstva komunikacije, od propovedi, preko štampanih dela, uz podršku likovnih ostvarenja svog bliskog prijatelja Luke Kranaha Starijeg. U tim ostvarenjima, na prvom mestu u jeftinim i široko rasprostranjenim grafikama, na samom početku reformacije formirala se nova ikonografija u kojoj su se razotkrivala nevaljalstva katoličke crkve otelovljena u instituciji papstva.

Unapređenje štamparske prese je omogućilo dostupnost informacija većem broju konzumenata, rezultirajući i njihovom intimnom recepcijom. Zagovornici reformacije su koristili sva raspoloživa sredstva, na prvom mestu popularnu grafiku, za svoje potrebe i razvili pamfletski jezik i sadržaje za plasiranje ideja. Značaj štamparske prese za ishod pokreta reformacije se teško može preceniti. Sam Luter je o presi govorio kao o „najmilosrdnijem” Božjem daru za širenje jevandelja (Edwards 1994: 3–48; Moore 2010: 38). Najveći broj publikacija su predstavljali pamfleti (*Flugschriften*), jeftini, malih dimenzija, lako razumljiv štampani propagandni materijal (Moore 2010: 39). Većina ranih luteranskih pamfleta je bila u formatima drvoreznih listova i knjižica u kojima se poruka prenosila

putem likovne predstave, često u kombinaciji sa tekстом (Edwards 1994: 14–40, 109–130). Namenjeni najširoj publici, oni, kao i grafički listovi, nisu doticali kompleksna pitanja verske doktrine, već su razotkrivali zloupotrebe u katoličkoj crkvi i predstavljali značajnog pokretača promena, nudeći teme za propovedi u kongregacijama širom zemlje. Ključna karakteristika ove preteče moderne propagande bilo je oslanjanje i na medij (njegova svojstva i dostupnost) i na saradnju uticajnih i obrazovanih pojedinaca koji su kreirali poruke (Scribner 1994: 1; Edwards 1994: 1–2; Moore 2010: 30–39). Iako su se ideje Lutera i njegovih sledbenika postepeno i same pretvorile u institucionalizovane prakse, ovaj verski i sociopolitički pokret je, svojim agresivnim delovanjem tokom prvih decenija 16. veka, ostavio trajne posledice na društvenom planu sa sve brojnijom populacijom pismenih ljudi sposobnih da aktivno učestvuju u životu zajednice. Reformacija, kao kriza autoriteta, mnogo je dugovala štampi koja je najširoj javnosti velikom brzinom objavila napad na tradicionalne autoritete otelovljujući subverzivnu poruku koju je nosila.

Luter je 31. oktobra 1517. objavio 95 teza u kojima je, između ostalog, u pitanje doveo praksu prodaje crkvenih indulgencija (ne bez presedana, pomenimo Jana Husa) koja je najviše pogađala obične ljude. Luter i njegovi sledbenici se nisu prevashodno fokusirali na negativnu kampanju protiv katoličanstva, već na pozitivan ishod nastojanja da se spovede reforma nemačke crkve u skladu sa istinskom Hristovom verom. Dubina korupcije, koju je Luter video u papstvu, dala je njegovom cilju značaj i on je poverovao da je u Rimu na delu bio sam đavo u liku pape kao Antihrista najavljivanog u Novom zavetu i da je kraj sveta bio blizu, te je Luterova novina u antipapskoj retorici bila jasni iskaz da je institucija pape u suštini bila Antihristova. On je, zapravo, koristio nemačke izraze *Endchrist*, „poslednji Hrist” i *Widerchrist*, „anti ili protiv Hrista” (Rupp 1983: 255–273; Rosin 2003: 407–426; Whitford 2008: 26–43). Luteranski umetnici su u Vitembergu i Nirnbergu anonimno proizvodili na desetine grafičkih listova i pamfleta u kojima su na satiričan način predstavljali papu, sveštenstvo i mnoge odredbe katoličke vere. Pored prodavanja indulgencija, na tapetu su se našle papske pretenzije na svetovnu vlast, čime se nastavila vekovna debata oko prvenstva duhovne nad svetovnom vlašću. Diljem Evrope se pojavila reakcija na papske pretenzije na svetovnu vlast i na političke poteze (pomenimo pape Alesandra VI Bordžiju i Julija II), a Luter je u njima video ponašanje Antihrista u svakom smislu te reči (Withford 2008: 26–34), razvijajući svoju kritiku pod uticajem Pavlove „Druge poslanice Solunjanima” i „Otkrovenja Jovanovog”, u kojima se govori i o lažnom proroku koji će se izdavati za spasitelja, zbaciti pravog Boga i zahtevati od ljudi da ga obožavaju. Luter je u ovom Pavlovom proročanstvu video prefiguraciju pape, Antihrista, koji je izdao hrišćansku crkvu, podrio legat Rimskog carstva, zaveo vernike lažnim znamenjem i lažnim učenjem i uzurpirao mesto samog Boga (Withford 2008: 37). U likovnom oblikovanju ovih ideja prednjačio je slikar i grafičar Luka Kranah Stariji (1472–1553) koji je vešto kombinovao srednjovekovne

konvencije devocionalne umetnosti i polemičke predstave, stvorivši jednu vizuelnu teologiju koja je dopunjavala i interpretirala Luterovu verbalnu (Noble 2009: 1–15, 199–201; Hendrix 1981: 32; Rupp 1983: 255–273).

Uloga jezika slike u pronosjenju i tumačenju verskih poruka, Božje reči, bila je neizmerna, kao i u individualnom i kolektivnom obrazovanju, disciplinovanju i molitvi. Luteranska reformacija je donela i dramatične promene u načinima na koje se percipirala čovekova veza sa Bogom, pa i uloga jezika slike u toj vezi, te je trebalo redefinisati svrhu religijske umetnosti. Luter je u svojoj propovedi o slikama, 1522. godine, objasnio da slike nisu ni dobre ni loše: njihov značaj i prihvatljivost određuje njihova funkcija (Luther 1522; Michalski 1999: 3–18; Oberman 2003: 86–96). Sadržaji koje su prenosile slike, zadaci koje su rešavali umetnici, likovne strategije koje su determinisale obim i prirodu njihove upotrebe, otkrivaju i neophodne inovacije u luteranskoj umetnosti (Noble 2009: 163–197), a svakako u skladu sa neophodnošću da se obični ljudi obrazuju jasnim i jednostavnim jezikom, da bi se izbeglo nerazumevanje ili pogrešno razumevanje verskih sadržaja (Luther 1522).

Luter je 1520. godine objavio svoje *Hrišćanskom nemačkom plemstvu i O vavilonskom ropstvu* (Luther, 1520; Luther 1520a) u kojima je ustao protiv papških pretenzija i na duhovnu i na svetovnu moć i protiv sedam sakramenata, odnosno svetih tajni, koje nemaju osnove u osnovnom biblijskom tekstu. Ova dva spisa, zajedno sa 95 teza, optužuju papstvo da vodi hrišćanstvo pogrešnim putem i Luter ovde počinje da o papi govori kao o Antihristu. Jevanđeosko propovedanje vere i *Flugschriften* su pokretali luteransku reformaciju (Scribner 1994: 1; Edwards 1994: 1–2), sa propovednicima koji su se solidarizovali sa Luterom pronoseći Božju reč, a i sami u velikom broju štampali i prodavali sopstvene propovedi. Luter je verovao da će se papstvo, ukoliko on bude ukazivao na istinu, promeniti (Rosin 2003: 418–419) i da će sledbenici Rimske crkve izmeniti svoj stav o vrhovnom poglavaru i sami se pokrenuti ukoliko im se predoci ispravna slika o njegovim rečima i delima.

Ubrzo su se pojavili i ilustrovani luteranski pamfleti sa novim temama koje su iziskivale upotrebu novih ikonografskih rešenja koja su pratila sve vreliju i agresivniju politiku reformacije. Ona se ogleda u delima poput *Mučeništvo Hrista i Antihrista (Passional Christi und Antichristi)* iz 1521, u predstavi pape kao *Vavilonske bludnice i Zveri Otkrovenja* (ilustracije koje se nalaze u Luterovom prevodu *Novog Zaveta* iz 1522. godine, poznatom kao *Septembertestament*) i *Papskog magarca* iz 1523. godine. Pri tome, skrenuli bismo pažnju na stepen i direktnost optužbi: od meditativnog karaktera *Passionala*, preko osude institucije Svete stolice u *Vavilonskoj bludnici* i *Zveri Otkrovenja*, do karikaturnog, uvredljivog i metaforičnog *Papskog magarca*, kome dodajemo još reskije tumačenje pape kao glasnogovornika Antihrista, grafiku Erharda Šona (Erhard Shön, 1491–1542) *Đavo svira gajde* iz 1530. godine, koja svedoči o zaoštrenosti odnosa u već zaraćenoj Evropi koju su potresali verska razračunavanja i borba za versku i političku dominaciju.

Pamflet, ironičно nazvan *Mučeništvo Hrista i Antihrista*, Vitemberg 1521, rezultat je saradnje Luke Kranaha i autora teksta Filipa Melanhtona (Philipp Melanchton, 1497–1560). U njemu je Kranah predstavio poređenje između Hrista i pape korišćenjem vizuelne antiteze 13 parova drvoreza koji na razumljiv način ističu razliku između njihovog života i delovanja. Ovo je antipapski pamflet koji u isti mah služi i kao molitvenik, priručnik za meditaciju o Hristovom životu i kao propagandno sredstvo u kome je istaknuta razlika između stradanja i dela Hrista i ponašanja pape kao Hristovog izaslanika na zemlji, koji se odvojio od uzora i odao se raskoši pretendujući i na svetovnu političku i vojnu moć. Kranah i Melanhton su koristili binarnu opoziciju, nizove, prostorne odnose i kompleksnu vezu između teksta i slike da bi ubedili čitaoca/gledaoca u ispravnost Luterovih ideja, i u smislu podsećanja na pravu Hristovu veru i u smislu antiklerikalne poruke, dovodeći čitaoca/gledaoca u poziciju da se moli za istinsku, čistu veru nasuprot lažnoj klerikalnoj koja je vremenom postala sračunata na materijalnu dobit i političku moć (Scribner 1994: 157). Luter je smatrao da vernik treba neprestano da ima na umu iskustvo Hrista i da teži susretu sa Bogom, čime je pojednostavio srednjovekovni kompleksni kult svetitelja, monaških redova, rituala i sakramenata. Za crkvu čije su devocionalne prakse, pobožnost, pa i sama teologija, bile sračunate na izvanrednu količinu slika, ova nova posvećenost Hristovoj Reči (zapravo *Novom zavetu*) izazvala je neophodnost promene u vizuelnoj kulturi (Starkey, Wenzel 2005). Kranah je kombinovao konvencionalnu devocionalnu sliku sa predstavama pape, stvorivši vizuelnu teologiju koja je dopunjavala Luterovu verbalnu (Moore 2010: 39) i ušavši u polemičku meditaciju sračunatu na to da uvuče posmatrača koji treba da zauzme jasan politički stav.

Predstave Hrista prate navodi iz *Novog zaveta* (Jevanđelje po Luki i Druga poslanica Korinćanima Apostola Pavla), a predstave pape prate navodi iz kanonskog prava koje je štitalo papske interese u dnevno-političkoj sferi, često u suprotnosti sa izvornim jevanđeljem. *Passional* se direktno oslanja na Luterovo učenje o dva carstva u kome on zagovara ideju da se ona moraju držati odvojeno, iako su oba neophodna. Aktuelnost *Passional*-u, kao i Luterovim idejama, daje činjenica da on ne sadrži generičke predstave čoveka sa papskom tijarom i pastirskim štapom, već predstave papa Julija II (papa 1503–1513) i Lava X (Đovanija di Lorenza di Medičija; papa 1513–1521) i činjenica da u njegovoj koncepciji hronologija događaja iz Hristovog života nije važna, te je Rođenje Hristovo predstavljeno tek na stranici 15, sa Julijem II na suprotnoj stranici: dok Knez Mira dolazi na svet u ljudskom obliku, nag i siromašan, njegov vikar na zemlji, Julije II, priprema se da vodi vojsku u bitku protiv ustanika u Peruđi i Bolonji, što je bio čin bez presedana, objavljen Savetu kardinala 16. avgusta 1516. (Stinger 1998; Rowland 1998; Signoroto, Visceglia 2002). Julije II nosi i papsku tijaru i oklop i predvodi svoje trupe. Tekst koji prati ovu predstavu je iz kanonskog prava i naređuje da se crkveni posedi moraju štiti mačem i objavljuje da će svako ko padne u toj borbi

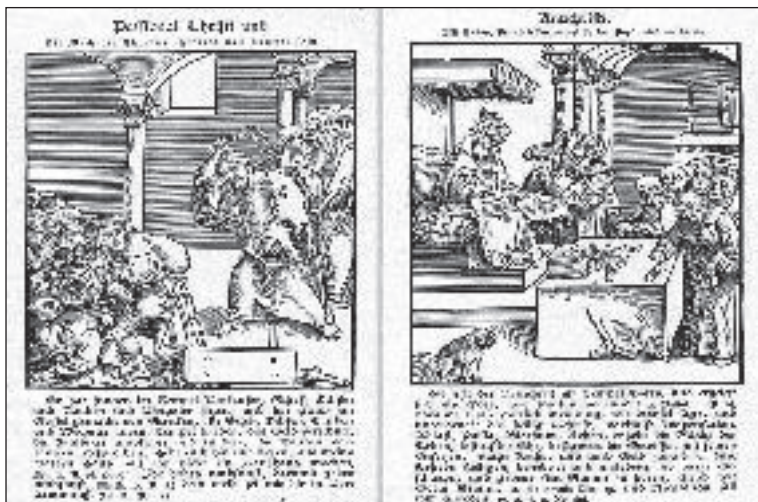
бити сматран мучеником – претеривање и зло које оно производи у супротности са јеванђеоским текстом и милошћу Бога.



Слика 1. Лука Кранаш Старији, „Христ који пере ноге ученицима” и „Папа који пружа стопало на целивање”, *Passional Christi und Antichristi*, 1521.

У низу супротстављених приказа налазе се медитативне представе Христа (као из неког средњовековног *Meditationes Vitae Christi*) насупрот којима се одвијају овоземалјска невалјалства и одступања од извора, од којих су нека: Христово крунисање трновим венцем, док папа прима тјару; Христ клећи и пере ноге својим ученицима, док папа пружа своје стопало на целивање; чудо са новчићем који је Св. Петар пронашао у риби да би платио порез, док папа ослобађа свеštenике од пореских обавеза; Христ исцелује болесне и клјасте, а папа ужива у светковинама; Христ носи крст, док папу носе у носилци; Христ шаље своје ученике да шире рећ Бојжу без накнаде, док папа одбија да оснује бискупију у сиромашном граду; Христ избације трговце из храма, док папа потписује и продаје indulgencije; напokon, Христ се уздиже на небо, а папа завршава у паклу. Кранашова стратегија да комбинује текст и слику је била осмишљена тако да буде разумљива широкој publicи, па је Лутер *Passional* назвао „добром књижом за световњакe” (Moore 2010: 39). На много начина, ово је јединствено дело лутеранске уметности и пропаганде, јер садржи и позитивне и негативне поруке, указујући не само на антиклерикалну агенду евангелијског покрета, већ се и фокусира на Христово јеванђеље, а стратегија употреба слика и текста доприноси значају целине, не појединачних делова, при чему су и делови и целина тако комплексно испреплетени да дају једно богато и провокативно значење. Тај комплексни dualitet, колико је нама познато, још увек није довољно истражен, а пајзњу научника су привлачили иконографија и историјски контекст,

као i starija ostvarenja na koja su se ugledali autori *Passional*-a, tumačeći ga kao ilustrovani moralizatorski tekst (Fleming 1973: 351–368; Scribner 1994: 148–157; Moore 2010: 39). J. L. Koerner je u svojoj knjizi *Reformation of the Image* dodao da je *Passional* rani primer inherentne negacije, ne neophodno ikonoklastične, koja se sadrži u luteranskim predstavama, pri čemu su predstave pape stavljene u kontekst koji je stvoren da bi uništio instituciju papstva u posmatračevom umu (Koerner 2004: 113–124). Tako je Kranah ubedljivo prikazao korumpirano papstvo, koristeći se jednim brojem umetničkih, vizuelno-retoričkih strategija da bi objasnio da su ispadi pape kao vrhovnog poglavara toliko veliki da se on savsвим opravdano smatra Antihristom. Tretman prostora i figura u kompozicijama na stranicama *Passional*-a je usklađen sa maksimalnom kongnitivnom i emocionalnom snagom radi uticaja na čitaoca/gledaoca. U formalnim karakteristikama kompozicija u kojima je Kranah predstavio aroganciju pape, on je predstavljen na pozicijama višim od Hrista, što je možda najočiglednije i najdramatičnije u epizodi sa pranjem nogu, gde je u vizuelnom poretku parova papa predstavljen na višoj poziciji: Hrist – ponizni sluga – kleči na podu i saginje se da bi oprao noge učenicima, dok papa – gordi vladar – sedi na svom bogato dekorisanom tronu na stepenastom podijumu ispod baldahina, sa nizom biskupa koji nose mitre i monaha sa tonzurom, kao i sa plemstvom i prinčevima, okupljenim oko trona, pružajući stopalo na celivanje onima koji u nizu čekaju da odaju poštu Hristovom izaslaniku na zemlji. Predstava pape na tako visokoj poziciji, koju bi trebalo da zauzima Hrist, izaziva svest o tome da je uobraženost pape uspela da okrene svet naopačke, svest koja vodi verujućeg hrišćanina koji čita/gleda molitvu da bude volja Božja, ne čovekova.



Slika 2. Luka Kranah Stariji, „Isterivanje trgovaca iz hrama, i „Prodaja indulgencija”, *Passional Christi und Antichristi*, 1521.

Kao delo koje se ravnopravno oslanja i na sliku i na tekst (jezik je i latinski i govorni), *Passional* je tako osmišljen da odgovara mogućnostima i potrebama publike različitih obrazovnih struktura. Njegove žive slike i jednostavan jezik su bili lako shvatljivi i neobrazovanima i polupismenima i pismenima, mladima i starijima, onima koji su teološki bili veoma obrazovani i onima koji su bili prostodušni. Jer, lako razumljiva i memoriji prijemčiva priča o Hristovoj svetosti stoji u oštroj suprotnosti sa gramzivošću i razmetljivošću papstva. I sam format ove devocionalne knjige je mogao biti sasvim poznat Kranahovoj publici i po svojoj prirodi i po formi knjižice sa slikama, namenjene nepismenima, sa temama koje su se ticale života Hrista i svetitelja (Scribner 1994: 149) i koje su bile uobičajene tokom 15. veka, zahvaljujući najpre novoformiranoj građanskoj, trgovačkoj klasi koja je mogla da finansira ovakve forme, ali i razvoju tehnologije koja je omogućila štampu u većem, traženom, tiražu. Pamfleti i pojedinačni grafički listovi sa devocionalnim predstavama su se prodavali u velikom broju u crkvama širom Evrope (Hyatt Mayor 1971), a njihova proizvodnja je cvetala u Nemačkoj i Kranah se poslužio tim tradicionalnim ikonografskim rešenjima da bi otvorio dijalog sa aktuelnim verskim i političkim pitanjima. Tako, čitalac/gledalac prolazi kroz niz meditacija o Hristovom životu koje neprestano prekidaju slike i tekstovi koji otkrivaju obilje i luksuz Svete stolice, uvodeći moralizatorsko-didaktičke teme, suprostavljajući, na primer, molbi „Hleb naš nasušni daj nam danas” implicirano upozorenje na samokontrolu „Ne navedi nas u iskušenje, no izbavi nas od zla” (Matej 6: 9-13). Kranah i njegovi saradnici su nastojali da postignu svojevrсни rezultat ističući i rečju i slikom oštar kontrast između papstva, koje se celom hrišćanskom svetetu nametalo kao duhovni autoritet, i Hrista koji je bio istinski osnivač i poglavar hrišćanske crkve. Prisustvo apsolutne dobrote u Hristu, prikazane u njegovom poniznom i dostojanstvenom stradanju i služenju čovečanstvu, u suprotnosti je sa odsustvom ovih osobina u korupciji Svete stolice, sklone bogatstvu, luksuzu, uzurpaciji Bogom datih uloga svetovnog autoriteta, kao i odricanju od dužnosti da se propoveda Reč Božja (Marrow 1977: 167-181; Moxey 1989: 72-80; Scribner 1994: xxii; Koerner 2004: 108).

Snaga rane luteranske propagande je poticala od moći koju je pružao sam medij, grafika, koja je omogućila rekonfiguraciju dimenzija stvarnosti u umovima čitalaca/gledalaca (Cole 1972: 95). Nastupanje štamparske kulture prenelo je nivo recepcije informacija sa velikog formata iskustva zajednice na format privatne, individualne (McLuhan 1964: 157), što se vrlo fino uklapalo u luteranski naglasak na individualno iskustvo Boga i komunikaciju sa njim. *Passional* se obraćao individualnom konzumentu, brišući sliku pape kao duhovnog hrišćanskog vođe, a umesto nje nudeći izvorni lik Hrista koji se, prema Luteru i njegovim sledbenicima, spoznaje putem Božje reči i kao Božja reč. Tako, čitalac/gledalac koji doživljava iskustvo i molitvenog i ikonoklastičnog gesta *Passional*-a stoji na graničnoj

liniji između katoličke vizuelne kulture u kojoj su i čitaoci prvenstveno gledaoci i luteranske vizuelne kulture u kojoj su gledaoci na prvom mestu čitaoci (Koerner 2004: 194, 233, 340).

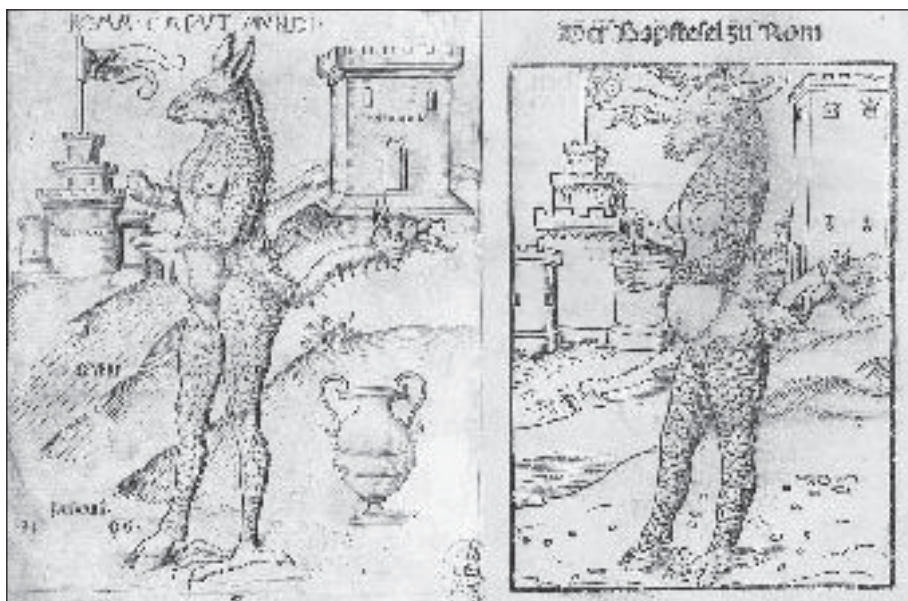
Odmah po objavljivanju *Passional*-a, Luter je bio proglašen jeretikom, a njegovi spisi zvanično zabranjeni. No, njegova popularnost i podrška koju je uživao od svetovnih, ali i nekih crkvenih autoriteta u Nemačkoj omogućili su mu nesmetan rad na propagiranju ideja o negovanju izvornog hrišćanstva, te je na nemački preveo *Novi zavet*, poznat kao *Septembertestament* i objavio ga 1522. godine (Pettibone 2007: 89–90; Oberman 1994: 167–181). Ovo delo je takođe ilustrovao Luka Kranah načinivši 21 drvorez, od kojih dva nose jasnu antipapsku poruku: *Zver koja muči proroke koje je poslao Bog* da izmere hram, uz Otkrovenje Jovanovo 11: 1–8 (po Otkrovenju, dva Božja izaslanika, proroka, ubiće troglava zver koja će se dići iz jame, a njihova tela će ležati na ulici tri dana, posle čega će ih Bog oživeti svojim dahom) i *Vavilonska bludnica*, koja prati Otkrovenje Jovanovo 17. Kranah je proroke u prvoj predstavi obukao u savremenu nemačku odeću i smestio ih u hram koji meri sam Sv. Jovan Jevandelista. U prednjem planu kompozicije je predstavio aždaju sa papskom tijarom koja se pomalja iz temelja hrama i vrelim dahom preti da sprži proroke. U drugoj predstavi se pojavljuje *bludnica* koja jaše sedmoglavu aždaju i koja, po tekstu Otkrovenja, nosi zlatni pehar pun grozota. Iako u Otkrovenju piše da joj je na čelu ispisano „Vavilon” i, iako se pominje kao personifikacija tog velikog grada, Kranah je predstavljao kao ženu obučenu u skupoću odeću, takođe sa papskom tijarom na glavi.

U smislu defamacije pape, ove predstave se udaljavaju od direktne optužbe ličnosti papa Julija II i Lava X iz *Passional*-a i prerastaju u metaforični napad na papstvo uopšte, kao ustanovu. Međutim, to podrazumeva i obrazovanog posmatrača i čitaoca. U *Passional*-u, papa je označen kao Antihrist i njegovo ponašanje reflektuje njegovu Antihristovu poziciju, ali *Septembertestament* optužuje i razotkriva papsku Stolicu koja je, prema jevanđeoskim tekstovima, oličenje vlasti koja se ustoličila u ime Hrista, od koga se otuđila svojim nepoštovanjem izvornog jevanđelja i raskalašnošću. Napomenimo i da su ove predstave doživele mnoge interpretacije i veliku popularnost. Prvo izdanje *Septembertestament*-a je odmah rasprodato, a do 1525. godine se pojavilo još 43 izdanja (80000 primeraka; Scribner 1994: 171–174; Edwards 1994: 123, 126–127; Koerner 2004: 173; Christensen 2005: 403–408).



Slika 3. Luka Kranah Stariji, „Vavilonska Bludnica” i „Zver Otkrovenja”, *September-testament*, 1522.

Iste, 1522. godine, Kranah je stvorio još jedan drvorez, uvredu upućenu papstvu, kao ilustraciju Luterovih komentara čudovišnih pojava s kraja 15. veka, koji je objavio Filip Melanhton, *Deutung der zwo grewlichen Figuren* (Melanhton, Luther 1522). Naime, u Jevanđelju po Mateju, 24: 24, Hrist upozorava svoje učenike na „znake i čuda” koji će najaviti kraj vremena. Luter se pozivao na biblijsku apokaliptičnu literaturu kao proročanstvo događaja koji će se odigrati baš u njegovom vremenu i koji se odnose, u prurušenoj formi, na korupciju papstva koju prati pojava znakova i čuda u prirodi. Jedno od njih je bilo monstruozno biće čiji leš se, navodno, pojavio na obalama Tibra posle poplava 1496. godine. A da bi prikazao izopačenost papske Stolice u Rimu, on je dalje produbio metaforu Antihrista i ukazujući na veličinu krize koja je pogodila Evropu tokom prve četvrtine 16. veka, ali takođe, moguće je, oslanjajući se na traktat anonimnog autora *Anatomija Antihrista* iz 1498, u kome se pominje ovo čudovište, u kome se nalazi predstava *Papskog magarca*, zveri sa glavom magarca koja stoji na zadnjim nogama, na obali Tibra, sa kulom Sant'Andelo u pozadini na kojoj se vije papska zastava sa ukrštenim ključevima Sv. Petra, na kog se oslonio Kranah (Buck 2011: 349-368; Buck 2014: 8-10, 62-71).



Slika 4. Wenzel von Olmütz, „Roma caput mundi”, predstava čudovišta pro-nađenog na obali Tibra, 1498. (levo) i Luka Kranah Stariji, „Papski magarac”, 1522. (desno), Philippus Melanchton & Martin Luther, *Deutung der zwo grewlichen Figuren: Bapstesels zu Rom, vnd Munchkalbs zu Freyberg in Meyssen fundet*, Wittenberg: Johann Rhau – Grunenberg, 1522.

Magarac ima ženska obeležja (dugu grivu, grudi i stomak), zadnjica je predstavljena u vidu glave starca, a rep se završava glavom aždaje (himere), telo mu prekriva krljušt. Noge pripadaju različitim stvorenjima: slon, ženska ruka, kopto vola, stopalo grifona. Ovo fantastično kompozitno stvorenje svakako odmah podseća na biblijske tekstove u kojima se pominju životinje kao metafore koje govore o moći Boga Oca, Stvoritelja, da koristi prirodu i njene zakone da bi čoveku preneo poruke upozorenja. Melanhton se bavio simbolikom ove životinje. On je objasnio da ljudska ruka simbolizuje svetovnu moć, a duhovnu slonovo stopalo, kao dva carstva – svetovno i duhovno – koja pripadaju različitim domenima vlasti, ali na koja papska Stolica polaže ekskluzivno pravo bez pokrića. O razvratnosti papstva, odnosno Rimske kurije uopšte, govore ženska odličja (ona, ukazali bismo, potiču iz duge tradicije alegorijskih predstava požude i poroka, iako se u nauci kao izvor naročito pominju Melanhtonovi kritički osvrti na *Novi zavet* (Buck 2011: 364; Buck 2014: 10; Scribner 1994: 132-134; Whitford 2008: 26-34)). Melanhton sugerise da grifonove kandže ukazuju na kanonsko pravo kojim se reguliše svetovna vlast pape kojom se vrši represija u svetlu; da krljušt koja prekriva telo ovog čudovišta, u poređenju sa Levijatanom iz Knjige o Jovu 41:7, predstavlja

sekularne vladare koji brane i podržavaju nevaljalstva papske Stolice; da rep koji se završava glavama aždaje i starca simbolizuje papske bule i proglase koji su u direktnoj suprotnosti sa hrišćanstvom (aždaja), ali i slabljenje moći rimskog pontifa (starac). Činjenica da je ovo neobično biće pronađeno mrtvo govori, prema Melanhtonu, o konačnoj propasti korumpirane i lažne crkve (Buck 2011:365-366; Buck,2014: 8-10; Scribner 1994: 132; Huges 2005: 178-230).

Iako je *Passional* bio usmeren na kritiku papske politike Julija II i Lava X, grafička ostvarenja koja su usledila, a o kojima je delimično ovde bilo reči, odnosila su se na korupciju u celoj crkvenoj instituciji, u svim generacijama i vremenima. Ova promena se najočiglednije odrazila u jednoj malo poznatoj predstavi Rimske kurije i njenih institucija kao antihrišćanskih, nemačkog grafičara i Direrovog učenika Erharda Šena (Erhard Schön, c. 1491–1542), *Đavo svira gajde*, iz oko 1530. godine, u kojoj fantastično biće, Antihrist, pretvara glavu jednog punačkog katoličkog sveštenika u gajde, u svog glasnogovornika. Predstava dovoljno govori i sama, a autor se snažno oslanja na već jasne trendove u umetnosti reformacije.



Slika 5. Erhard Šon, „Đavo svira gajde”, oko 1530, drvorez (<http://www.prydein.com/pipes/etchings/devil.html>)

Svoje karakteristike dela koja smo pomenuli u ovom radu duguju činjenici da se likovni jezik reformacije gradio u skladu sa razvojem i popularnošću Luterovih ideja. I istom brzinom. Od ublaženog upozorenja na svetovne običaje Svete stolice u *Passional*-u, koji je svojim meditativnim i polemičkim tonom i specifičnim ikonoklazmom otvorio put novim ikonografskim rešenjima, preko

grube *Vavilonske bludnice* i *Zveri* koje predstavljaju direktne optužbe, do *magarca* koji je pronađen na obalama Tibra kao proročanstva kraja sveta uzrokovanog grešnim koracima papske Kurije, u novoj ikonografskoj šemi se otišlo u popularnu karikaturu, uvredljivost i metaforu koja se razrešila u očiglednoj simbolici *Đavola koji svira gajde*, poruci o papskoj Kuriji kao produženoj ruci, *glasnogovorniku* samog Antihrista. Sva ova dela su doživela veliku popularnost, štampana su i odmah prodavana u desetinama hiljada primeraka. I poznati i nepoznati umetnici su proizvodili i prodavali na hiljade antipapskih pamfleta i grafičkih listova, bilo u saradnji sa propovednicima ili samostalno.

Sa druge strane, vaticanske dvorane i crkve su bile dekorisane bogatom dekoracijom koja je opravdavala papstvo i njegove pretenzije, poput ciklusa koje je u Stancama naslikao Rafael, ali dostupne malom broju izabranih koji su mogli da se dive estetskim vrednostima i bogatstvu papstva. Na severu Evrope, zauzvrat, dela u malom formatu, jeftina, dostupna i lako razumljiva svima, širila su kontrapropagandu i nudila alternativne sadržaje koji je trebalo da jednu značajnu instituciju upozore na njene greške i vrate na put službe zajednici i njenoj dobrobiti, čime je pokret reformacije dobijao na snazi kao prvenstveno društveni pokret koji je rezultirao promenama koje su trajno promenile lice Evrope.

LITERATURA

Boorsch (1983): Suzanne Boorsch, *The Building of the Vatican. The Papacy and Architecture*, New York: The Metropolitan Museum of Art.

Buck (2011): Lawrence S. Buck, Anatomia Antichristi: Form and Content of the Papal Antichrist, *Sixteenth Century Journal*, Vol. 47, No 2 (Summer 2011), 349–368.

Buck (2014): Lawrence S. Buck, *The Roman Monster. An Icon of the Papal Antichrist in Reformation Polemics*, Kirksville, Miss.: Truman State University Press.

Christensen (2005): C. C. Christensen, Luther and the Woodcuts for the 1534 Bible, *Lutheran Quarterly*, Vol. 19, No 4 (Winter 2005), 392–413.

Cole (1972): Richard G. Cole, The Dynamics of Painting in the Sixteenth Century, in: Lawrence P. Buck, Jonathan W. Zophy (Eds.), *The Social History of the Reformation*, Columbus: Ohio State University Press.

Edwards (1994): Mark U. Edwards Jr., *Printing, Propaganda and Luther*, Berkeley: University of California Press.

Fleming (1973): Gerald Fleming, On the Origin of the Passional Christi and Antichristi and Lucas Cranach the Elder's Contribution to Reformation polemics in the Iconography of the Passional, *Gutenberg Jahrbuch*, 351–368.

Hendrix (1981): S. H. Hendrix, *Luther and the Papacy: Stages in a Reformation Conflict*, Philadelphia: Fortress Press.

Huges (2005): Kevin L. Huges, *Constructing Antichrist. Paul, Biblical Commentary and the Development of Doctrine in the Early Middle Ages*, Washington DC: The Catholic University of America Press.

Hyatt Mayor (1971): A. Hyatt Mayor, *Prints & People: A Social History of Printed Pictures*, New York: Metropolitan Museum of Art.

Koerner (2004): Joseph Leo Koerner, *The Reformation of the Image*, Chicago: University of Chicago Press.

Luther (1520): Martin Luther, *A Prelude to Babylonian Captivity of the Church*, preuzeto sa sajta http://www.godrules.net/library/luther/NEW1luther_b5.htm (poslednji put pristupljeno 21.11.2017.).

Luther (1520a): *Martin Luther, An Open Letter to Christian Nobility of the German Nation Concerning the Reform of the Christian Estate*, preuzeto sa sajta http://www.godrules.net/library/luther/NEW1luther_b4.htm (poslednji put pristupljeno 21.11.2017.).

Luther (1522): Martin Luther, *3rd Sermon, Tuesday after Invocavit, March 11, 1522*, preuzeto sa sajta http://www.godrules.net/library/luther/NEW1luther_b8.htm (poslednji put pristupljeno 07.08.2017.).

Marrow (1977): James Marrow, *Circumdede runt me canes multi: Christ's Tormentors in Northern European Art of the Late Middle Ages and Early Renaissance*, *The Art Bulletin*, Vol. 59, No 2 (1977), 167–181.

McLuhan (1964): Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York: McGraw-Hill.

Melanchton, Luther (1522): Philippus Melanchton, *Martin Luther, Deutung der zwei gewlichen Figuren: Bapstesels zu Rom, und Munchkalbs zu Freyberg in Meyssen funded*, Wittemberg: Johann Rhau–Grunenberg, preuzeto sa sajta <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/item/YGDEDWIQJ3J2VU5HT76O5DRXVHMJIYHP>.

Michalski (1999): Sergiusz Michalski, *Reformation and the Visual Arts. The Protestant Image Question in Western and Eastern Europe*, London: Routledge.

Moore (2010): Colin Moore, *Propaganda Prints. A History of Art in the Service of Social and Political Change*, London: Black Publishers.

Moxey (1989): Keith Moxey, *Peasants, Warriors, and Wives: Popular Imagery in the Reformation*, Chicago: University of Chicago Press.

Noble (2009): Bonnie Noble, *Lucas Cranach the Elder. Art and Devotion of the German Reformation*, New York: University Press of America.

Oberman (2003): Heiko A. Oberman, *The Two Reformations. The Journey from the Last Days to the New World*, New Haven: Yale University Press.

Pettibone (2007): Dennis Pettibone, *Martin Luther's View on the Antichrist*, *Journal of the Adventist Theological Society*, 18/1 (Spring 2007), 81–100.

Robinson-Hammerstein (1989): Helga Robinson-Hammerstein, *Luther and the Laity*, in: Helga Robinson-Hammerstein (Ed.), *The Transmission of Ideas in the Lutheran Reformation*, Dublin: Irish Academic Press.

Rosin (2003): Robert Rosin, *The Papacy in Perspective: Luther's Reform and Rome*, *Concordia Journal*, 29 (October 2003), 407–426.

Rowland (1998): Ingrid D. Rowland, *The Culture of the High Renaissance. Ancients and Moderns in Sixteenth-Century Rome*, Cambridge: Cambridge University Press.

Rupp (1983): G. Rupp, *Luther against 'The Turk, the Pope, and the Devil'*, in: N. Brooks (Ed.), *Seven-Headed Luther: Essays in Commemoration of a Quintencentenary, 1483–1983*, Oxford: Clarendon Press, 255–273.

Scribner (1994): Robert W. Scribner, *For the Sake of Simple Folk. Popular Propaganda for the German Reformation*, Oxford: Clarendon Press.

Signoroto, Visceglia (2002): Gianvittorio Signorotto, Maria Antonietta Visceglia (Eds.), *Court and Politics in Papal Rome, 1492–1700*, Cambridge: Cambridge University Press.

Starkey, Wenzel (2005): Kathryn Starkey, Horst Wenzel (Eds.), *Visual Culture and the German Middle Ages*, Basingstoke, England: Palgrave MacMillan.

Stinger (1998): Charles L. Stinger, *The Renaissance in Rome*, Bloomington: Indiana University Press.

Waltz (2005): Mitzi Waltz, *Alternative and Activist Media*, Edinburgh: Edinburgh University Press.

Withford (2008): David M. Whitford, The Papal Antichrist: Martin Luter and the Underappreciated Influence of Lorenzo Valla, *Renaissance Quarterly*, Vol. 61, No 1 (Spring 2008), 26–52.

Angelina R. Milosavljević
Singidunum University
Faculty of Media and Communication
Belgrade

REFORMATION, LUTHER AND PROPAGANDA PRINTS: POPE AS ANTICHRIST

Summary: The publication of Luther's 95 thesis in 1517 resulted in a revolution in understanding the role of printed material as a powerful means of political propaganda which advocated changes in religious and socio-political climate in Europe. This paper analyses several examples of anti-papal propaganda embodied in the new iconography that allowed quick spreading of Luther's ideas in Northern Europe. Special attention is paid to the representations of the pope, the head of the Catholic Church, which is portrayed as the Antichrist in the works of Lucas Cranach the Elder and Erhard Shön. The notions of media and alternative are often considered as belonging to the contemporary world; however, they could be applied to all epochs and historical circumstances, especially those in which new social powers emerge in opposition to the established regime and institutions.

Key words: media, alternative, reformation, print, Luther, pope as Antichrist.

Olivera B. Nušić

Radio Beograd

Treći program

Predrag M. Krstić

Univerzitet u Beogradu

Institut za filozofiju i društvenu teoriju

УДК 316.774:81'42

NOVI MEDIJI – STARA ALTERNATIVA

Apstrakt: Tražajući za savremenim medijskim alternativama, članak podseća na jednu istorijsku alternativnu „društvenu mrežu”, koja je tokom čitavog modernog doba igrala ulogu (para)institucionalnog utočišta pred dominirajućom stvarnošću i njenim diskursom ili njihove subverzije. Rekonstrukcija nastanka i razvoja Republike ljudi od pera (République des Lettres) ukazuje na one tipske i do danas aktuelne oblike organizovanja koji ispunjavaju niše ili stvaraju paralelne prostore slobode u okrilju ovog ili onog „starog režima”. Ali, zaključuje se, njihova uspešnost, nekad kao i sad, zavisi, makar koliko od prohodnih kanala komuniciranja i izražavanja, toliko i od onoga što u njima ili kroz njih imaju da saopšte.

Ključne reči: Republika ljudi od pera, saloni, kafei, učena društva, časopisi, nova društvenost, alternativa.

Temu „mediji i alternativa” moguće je, naravno, shvatiti kao odnos ove ili one alternativne opcije s obzirom na njenu medijsku promociju ili zastupljenost. Ne sporeći potencijalnu plodnost i takvog pristupa, radije ćemo se, međutim, odlučiti za razumevanje i razabiranje odnosa dominirajućih medija uopšte i diskurzivnih formacija koje oni prenose i, s druge strane, načina organizovanja i delovanja onih grupa čiji glas je utihnut ili skrajnut. Ali već tu nastaju nevolje. Da li su društvene mreže danas alternativni glas, kao što su nesumnjivo bile krajem prošlog i početkom ovog veka, ili su već postale noseći oblik obaveštavanja i oglašavanja? I nije li svaki medij, dok ne postane mejnstrim, odnosno noseće glasilo, bio rezervoar i promoter alternative, šta god ona bila, a onda ga je zadesila sudbina okoštavanja, ritualizacije, trivijalizacije. Nije li knjiga (s njom i pismenost, pisano uopšte) – dakako, ništa drugo nego jedan medij – protoprimer tog preokreta: viševековног kretanja od povlašćene učenosti do banalnog zapisa neukih za još neukije čitaoce.

Ali zadržimo se na društvenim mrežama. Nekako smo podrazumevali – kao što se danas obično podrazumeva – da je reč o elektronskim sinapsama, nekako

smo već unapred primislili Fejsbuk i slične, u najboljem slučaju profesionalne mreže ili povezivanja, kojima se pristupa sa računara ili mobilnog telefona. Stoga nije zgoreg podsetiti da su društvene mreže postojale daleko pre njihove elektronske varijante i da i danas mogu da označavaju bilo koju grupu ljudi koja se interesno, na ovaj ili onaj način, formalno ili neformalno, manje ili više institucionalizovanim kanalima, povezuje. I postojala je jedna takva društvena mreža koja je dugi niz godina, i vekova, bila istinska alternativa. Moglo bi se reći nešto kao LinkedIn danas – samo mnogo manje lukrativno, probitačno, samohvalisavo, mnogo opasnije pokatkad i mnogo ozbiljnije upravo u smislu stvarne alternative negostoljubivom okruženju.

Zamislite svet ratova, verskih sukoba, nesigurnosti, progona, bolesti, kakav je zaista bio u rano moderno doba. I onda zamislite da u njemu postoji jedna ne samo društvena mreža, nego čak čitava republika – imaginarna u smislu granica, državljana, ustava i sličnih krupnica, ali ipak ne manje stvarna – republika više mimo odurnog sveta nego protiv njega, ali sopstvenim krhkim postojanjem već opomena da može biti drugačiji. Govorimo, naravno, o *Republici ljudi od pera* ili – umnogome istoznačni ali kasnije ređe korišćen termin – o *Književnoj republici, Respublica literaria* (Waquet 1989: 475–481). Upotreba potonjeg imena je detektovana još 1417. godine, ali je na Evropu delotvorno proširena tek vek docnije blagodarajući Erazmu (Erasmus).

Moglo bi se reći da je, kako god nazvali tu „republiku”, ona predstavljala međunarodnu i nezavisnu „društvenu mrežu” za korespondenciju i razmenu knjiga, rukopisa i antikviteta. Bila je laička „ustanova” koja, doduše, nije isključivala sveštenstvo ali, operišući izvan struktura religije, nije dozvoljavala ni da crkvena hijerarhija diktira uslove njenog funkcionisanja. I takva Republika ljudi od pera je, u istrajnoj indiferenciji ili kontrapoziciji, nadživela rasep zapadne crkve, izdigla se iznad konfesionalnih sukoba reformacije i kontrareformacije i, štaviše, nastavila da raste. Sedamnaesti vek se smatra dobom njene pr(a)ve ekspanzije: preduzimljivi pojedinci hrabro preuzimaju ulogu „administratora”, čvorišta korespondencije i okupljaju i povezuju „učene” širom Evrope. Njihovu herojsku misiju će kasnije institucionalno zastupati sekretari Akademija (Ultee 1987: 108).

Verovatno je za većinu pripadnika Republike ljudi od pera ona predstavljala niz konvencija – pre svega pristanak na „članstvo” i spremnost da se prihvati reciprocitet u razmeni knjiga i drugih „kulturnih” objekata – koje jemče svojevrsnu statusnu etiketu erudite, ali (još) ne i ovu ili onu „ideologiju” (Brockliss 2002). Pa i pošto je zajednica hugenota u egzilu preuzela vodeću ulogu u transformaciji *République des lettres*, negde od poslednje decenije sedamnaestog veka njen značaj se u očima njenih članova po svoj prilici iscrpljivao u ulozi jedinog preostalog prostora religijske i intelektualne tolerancije u kojem se moglo pronaći utočište pred konfesionalnim isključivostima i ograničenjima koja nameću zemne

vlasti.¹ Dejstvo tih načelnih „kosmopolitskih” vrednosti koje su baštinili, međutim, ograničavala je upravo autonomija koju su izvojevali. Republika ljudi od pera je olakšala razmenu ideja njenih pripadnika, ali (još) nije bila „platforma” s koje bi se obraćalo „javnosti”. Tu dimenziju „publiciteta”, uzima se, tek je prosvetiteljstvo dodalo književnoj republici u osamnaestom veku. U svakom slučaju, takvo je bilo samorazumevanje i autoistorizacija samih ljudi od pera u doba prosvetćenosti. Pristupili su, naime, jednom neposrednijem, a opet možda najstarijem mediju, čime se transformisala i njihova Republika.

Preobražaj se poglavito odigrava s obzirom na „sferu javnosti” pa, umesto samodovoljne erudicije, nastupa novo geslo Republike: usavršavanje i reforme (uporediti: Goodman 1996: 12–52; Goldgar 1995: 219–250). Pristupivši dotad nepoznatim sredstvima komunikacije širokog dejstva (debatna društva, politički i književni klubovi, akademije, eruditski časopisi, „univerzalne” biblioteke, leksikoni, enciklopedije), ljudi od pera sada mogu da artikulišu zajednički intelektualni program i, istovremeno, obrazuju svoju publiku u pogledu sredstava njegovog ostvarenja. Rešeni da se obrate (naj)široj javnosti, možda i pre nego jedni drugima, „prosvetćeni” ljudi od pera su tako „iskoristili” jednu nadolazeću „industriju”: u saradnji sa preduzimljivim izdavačima, ostvarili su projekat velike *Enciklopedije*, učinili dostupnim mnogo više prevoda na francuski jezik i sa njega, počeli da izdaju knjige i u džepnom formatu i, na taj način, doprli do različitih slojeva čitalaca sa različitom dubinom džepa.

U članku u *Enciklopediji* za odrednicu „Ljudi od pera”, potpisani „g. Volter” (Voltaire), sasvim u skladu s duhom vremena i s očitom namerom da nadogradi prethodne njihove vizije, insistira da čovek dostojan tog imena mora biti „vispren”, svetski čovek s duhom, „prisutan u javnosti kao i u svom kabinetu”, te da čak uživa u prijatnoj konverzaciji po salonima. Negdanju filološku kritiku klasičnih tekstova, koja je bila zaštitni znak ljudi od pera šesnaestog i sedamnaestog veka, usamljenih pismenjaka i naučnika zatvorenih u svoje radne sobe koji su doneli silnu radost malom broju ljudi rasutih širom sveta (Volter 1973: 199–201), sada smenjuje „filozofski duh”: „Taj filozofski duh izgleda da je u prirodi *ljudi od pera*, i kad je spojen sa dobrim ukusom čini celovitog pisca” (Voltaire 1751–1765).²

1 Samo naizgled paradoksalno, pripadnici Republike su ovim formalno obavljali onaj univerzalistički ideal i „gregarnu društvenost” intelektualaca *Respublica christiana* – čiji sadržaj su (uglavnom) poricali (Waquet 1989: 494–500; Daston 1991; Malcolm 2002: 539–541).

2 Za razliku od sugestija Dikloa (Duclos) u *Razmatranjima o običajima veka* (Duclos 1751) i Dalambera (d’Alembert) u *Eseju o društvu ljudi od pera i o velikanima: o reputaciji, mecenatu i književnim nagradama* (Alembert 2006), koji takođe slave pojavu novog lika čoveka od pera, Volter, međutim, ne smatra poželjnom njegovu „profesionalizaciju”. Ako ga prohtevi aristokratskih zaštitnika primoravaju da se potčini njihovim ćudima, položaj nezavisnog „autora” ga prepušta još gorjoj stezi nečasnih zahteva knjižara i publike i ubacuje u esnafske sukobe zbog bezočne konkurencije (Voltaire 1751–1765; uporediti: Popkin 1989: 361). Tako čovek od pera, prema jednom zapisu Volterovog *Filozofskog rečnika* iz 1765. godine, „liči na leteću ribu; ako se malo uzdigne prožderu ga

Marmontel (Marmontel), štaviše, ni dobro pisanje više ne smatra presudnim uslovom: čoveka od pera osamnaestog veka, prema njegovom razumevanju, obeležava ne toliko činjenica da živi od pisanja, koliko učešće u „društvu ljudi od pera”, u odabranoj zajednici koja uživa u specifičnoj konverzaciji po *salonima* ili na *večerama* (uporediti: Marmontel 1972; Šartje 2006: 162–163). Ne bi bilo pogrešno reći da je pomodni osamnaestovekovni društveni i elitni intelektualni život zaista gravitirao oko tih neformalnih sedmičnih *soirée*-a. Čovek od pera više ne podnosi usamljenost i stara se da se ne udalji od centra književne republike, od onih malih pariskih društava u kojima ugodno raspravljaju ljudi od pera i na koje se sa zavišću ugleda čitava Evropa.

Savremenici su ovakva okupljanja retko nazivali „salonima”; najčešće su ih zvali „kućama”, „društvima”, „druženjima”, „večerama”. Između njih i salona sedamnaestog veka (Louggee 1976) postojale su značajne razlike. Tematski, prednost se sada načelno daje razmeni informacija, sučeljavanju ideja, kritici, razvijanju filozofskih projekata, čime osamnaestovekovni saloni negdanji „opušteni oblik društvenog okupljanja pretvaraju u ozbiljno radno mesto” (Goodman 1989: 338). Po sastavu, i dalje prevladava plemstvo, ali se razlike u imanju i staležu brišu ili zanemaruju pred jednakošću u intelektualnoj raspravi. Takođe, saloni koji su nekada bili deo dvorske sredine i afirmacija apsolutističke vlasti, u doba prosvetljenosti, obratno, postaju privatni prostor koji omogućuje i artikuliše pojavu one javne sfere koja se kritički odvajala od monarhije. Najzad, nekada uglavnom ženska druženja smenjuje društvo muškaraca – kojim upravlja jedna žena, „domaćica” kuće i moderatorka konverzacije.³

Salons u razvoju republike učenih zauzimaju mesto onog momenta kada se ljudi od pera više ne zadovoljavaju unutrašnjim saobraćajem i preskaču njegove granice, kada *philosophes* pretenduju na mnogo širi krug konzumenata ideja, pored kolektivnog poduhvata *Encyclopédie*, koristeći i njih u tu svrhu. To menja i karakter i orijentaciju Republike ljudi od pera i, istovremeno, vodi raspadu dotadašnjih *salons*. Negde u pretposlednjoj deceniji osamnaestog veka revolucionarni politički ciljevi su konačno potisnuli one ciljeve prosvetiteljstva koji

ptice, ako zaroni pojedju ga ribe”, pa jedino прибежиште на крају мора да пронађе у „великодушности просвећеног владара” (Šartje 2006: 149–154).

3 O presudnom značaju konverzacije, shvaćene kao „žanra”, sa svojim pravilima i konvencijama, svedoče dva članka Morelea (Morellet) u *Francuskom merkur*u 1778. godine: prevod Sviptovog (Swift) teksta „Hints toward an essay on Conversation”, naslovljen jednostavno kao „Essai sur la conversation” i njegov prilog „O duhu protivrečnosti” („De l'esprit de contradiction”). U tim tekstovima Morele definiše konverzaciju kao glavni žanr književne prakse, jer obuhvata sučeljavanje, pa i suprotstavljanje ideja i mišljenja u finom društvu i dozvoljava utvrđivanje istine bez razaranja društvenosti preteranim napetostima. „Gospodarica” dobro vođene konverzacije, „ni strogo metodične” ni potpuno rasute, ni pedantne ni neozbiljne, ujedinjuje različite glasove i usklađuje sve pojedinačne partiture (Morellet 2000; o tekstovima Morelea videti: Gordon 1989, Hanning 1989: naročito 518, Šartje 2006: 171).

su se određivali ličnim i društvenim usavršavanjem. Pristup sve politizovanijoj Republici ljudi od pera bio je s obzirom na to redefinisani i sužen, a filozofsku „kulturu prosvetećenosti” smenila je „revolucionarna kultura” (Robertson 2005: 20; uporediti: Darnton 1971).

Večere probranog pariskog društva ljudi od pera, istovremeno „svetskih ljudi” i „filozofa”, bile su najočitija ulaznica i legitimacija za jednu „republiku” bez prestonice i granica, ali ne i jedina mesta intelektualnog okupljanja njenih „građana”. Među druge vidove društvenosti koji afirmišu status ljudi od pera u poslednjim decenijama starog režima ubrajala su se i Učena društva. Ta poglavito književna društva su istovremeno i podržavala i suprotstavljala se okoštanim i nedostupnim akademijama i okupljala su mlade književnike iz provincije bez preporuka i zvaničnog priznanja. Oni su, međutim, nema sumnje, u takvoj vrsti slobodnog udruživanja našli „utešan” način organizovanja, nestrpljivo čekajući prijem u lokalne akademije osnivane po uzoru na parisku.⁴ Drugde u Evropi su ovakva društva u još manjoj meri osporavala establišment. U Londonu je sredinom osamnaestog veka bilo nekoliko javnih debatnih društava koja su nudila oratorska takmičenja i živu raspravu o aktuelnim društvenim i moralnim pitanjima – svakome ko je spreman da plati ulaz. I u drugim gradovima, privatno inicirani i vođeni klubovi i društva su uglavnom uslovljavali prisustvo sesijama plaćanjem godišnje članarine. *Select Society of Edinburgh*, recimo, čiji članovi su bile vodeće ličnosti škotskog prosvetiteljstva, kao i pravna i zemljoposedička elita i liberalnije krilo crkve, najintenzivnije je radilo od 1754. do 1764. godine. Njegove rasprave su obuhvatale širok spektar moralnih, filozofskih, ekonomskih i društvenih pitanja, o kojima se nije diskutovalo na spekulativan način, te je preko dobro „umreženog” članstva, moglo (gotovo) neposredno da utiče na unapređenje poljoprivredne proizvodnje, obrazovnu reformu i podizanje svesti o drugim problemima od opšteg interesa (Emerson 1973; Robertson 2005: 69).

U nemačkim zemljama je najslbličniju i makar jednako važnu (ne)formalnu organizaciju predstavljalo berlinsko (polu)tajno *Društvo prijatelja prosvetećenosti*, koje je delovalo između 1783. i 1798. godine i koje je bilo poznatije pod eksternim imenom *Društvo srede (Mittwochsgesellschaft)*. Ono je zamišljeno kao kritičko podražavanje, s jedne strane, berlinskog *Kluba ponedeljka (Montagsclub)*, koji je ustanovljen 1749. godine i organizovan kao učeno izborno društvo u kojem se članovi uzajamno obrazuju i šire prosvetećenost i, s druge strane, kao protivteža protivprosvetiteljskom tajnom društvu *Bruderschaft der Gold und Rosenkreuzer*. U relativno redovnom ritmu Društvo se sastajalo da bi diskutovalo o značajnim filozofskim, društvenim i političkim pitanjima. Sažeci debata i njima inspirisani tekstovi objavljivani su u najuticajnijem prosvetiteljskom časopisu *Berlinische*

4 Književna i filozofska društva različitih vrsta cvetala su zapravo najviše u provincijskim gradovima Britanije i Francuske (videti, na primer, Roche 1978).

Monatsschrift.⁵ Pravedno bi, međutim, bilo reći da je Društvo srede predstavljalo (isprva) spolja neometan „forum”, ali za ipak probran krug od propisana dvadeset četiri člana, regrutovana iz redova uglednih pisaca i mislilaca i viših državnih službenika.⁶

Budući da Pruska kraljevska akademija nauka, koja je osnovana 1700. i koju je reformisao Fridrih Veliki 1740. godine, sve do 1786. nije bila dovoljno otvorena za pruske prosvetitelje – za račun francuskih filozofa koji su se protivili volfovsko-lajbnicovskoj teorijskoj tradiciji (uporediti: Israel 2011: 188–195) – posećivanje šarolikih „društava prosvetčenih” bilo je, ako ne jedini, ono jedan od retkih oblika ispoljavanja nove društvenosti. Uz njega, ljude od pera nemačkog prosvetiteljstva i geografski razbacane po malim državama, moraju pre svega da povezuju sve brojniji časopisi. U nedostatku intelektualne prestonice poput Pariza, oni predstavljaju presudno važan prostor zajedničkog nastupa, rasprave i protoka ideja. Društva koja su ovde ispunila „novi društveni prostor”, za razliku od francuskih, ipak su bila „nezvanični nastavak” apsolutizma, makar koliko i „utočište” od njega, a apsolutistička država, u karakterističnoj ambivalenciji nemačkih ljudi od pera, „predmet i kritike i identifikacije” (La Vopa 1992: 89; Kopitzsch 1989: 381; Šartje 2006: 177). U poslednjoj deceniji osamnaestog veka nova književna generacija se udaljuje od prosvetčenih društava i daje prednost – opet salonima, ali ovog puta romantičarskim.

U pogledu rasprostranjenosti i „demokracije”, ipak se posebno izdvaja „nova društvenost” pariskih *kafea*. Oni su iz Engleske „uvezena” i brzo narasla kopija ili varijanta londonskih *coffee-houses*. *Café Procope*, *Café Palais-Royal*, *Café Rotonde*, *Café Gradot*, *Café Laurent*, *Café de la Régence*, da pomenemo samo najglasovitije sredinom osamnaestog veka, ne samo da su bili različiti od salona nego su umnogome predstavljali njihovu suprotnost (Darnton 1971: 100): bili su istinski otvoreni za sve, a ne samo za odabrano društvo i – u njima su se družili isključivo muškarci, lišeni uprave žena.⁷ Mersije (Mercier) detektuje šest ili sedam hiljada kafea u predrevolucionarnom Parizu, koje, međutim, ne treba idealizovati.

5 Časopis je štampao predavanja svojih članova i organizovao rasprave na svojim stranicama, uporedo sa raspravama koje su se vodile u Društvu. Najčuvenija među njima intonirana je u obliku pitanja *Was ist Aufklärung?*. Za istorijski kontekst postavljanja pitanja o prosvetiteljstvu u *Berlin-skom mesečniku* videti: Schmidt 1992, Dülmen 1977, Dülmen 1986, Laursen 1996, Lestition 1993, Möller 1990, Möller 1989: 219–233.

6 Među (naj)značajnijima, izdvajaju se imena Imanuela Kanta (Immanuel Kant), Fridriha Nikolaja (Friedrich Nicolai), Mozesa Mendelsona (Moses Mendelssohn), Kristijana Garvea (Christian Garve), Johana Eriha Bistera (Johann Erich Biester) i Karla Vilhelma Muzena (Karl Wilhelm Möhsen). Za opštu diskusiju o *Mittwochsgesellschaft*-u i njegovim članovima videti: Birtsch 1996, Keller 1896, Im Hof 1982, Meisner 1896, Hinske 1977, Hellmuth 1982, Schmidt 1989, Nehren 1986, Schulz 1968.

7 O engleskim *coffee-houses* i njihovoj demokratskoj i/a maskulinoj razlici od salona videti: Ellis 1956, Clery 1991, Šartje 2006: 178–180.

Oni su najvećim delom bili utočišta za nezaposlene i siromašne koji tu mogu da se ogreju zimi, a tek u ponekom su se održavale akademske diskusije i sudilo o autorima knjiga i pozorišnih komada (Mercier 1781: 102; videti: Brennan 1988). Slično je bilo i sa londonskim kafeterijama, tavernama, pivnicama i gostionicama (Clark 1983: 306–326; Brewer 1997: 34–50).

Prevratnička nota koju je zajednica učenih, dakle, dobila tek sa prosvetiteljstvom ne vezuje se jednako za sve oblike nove društvenosti. Ona je bila naročito приметна tek kada je reč o učenim klubovima iz osamdesetih godina, od kojih možda vodi direktna linija do *Cercle Social* i jakobinskih klubova poslednje decenije osamnaestog veka. Taj okret neposrednom društvenom angažmanu, svejedno, inspirisao je i zamisao preobražaja Republike ljudi od pera u jedinstvenu organizaciju sa centralizovanim rukovodstvom. „Doba razuma” tako obeležavaju i anonimni „Projekt osnivanja biroa za književnu republiku”, koji je štampan još 1747. godine u Amsterdamu u *Bibliothèque raisonnée des ouvrages des savants de l'Europe*, kao i „Plan opšteg udruživanja naučnika, ljudi od pera i umetnika da bi se ubrzalo usvajanje dobrih običaja i prosvetljenosti”, jedan predlog opata Gregora (abbé Grégoire) odmah posle Revolucije, koji je predviđao održavanje prvog svetuskog kongresa „ljudi od pera i naučnika” u Frankfurtu na Majni 1817. godine. Sa značajnim izuzetkima *Société des gens de lettres de France*, koji su 1838. osnovali Balzac (Balzac), Igo (Hugo), Dima (Dumas) i Sand (Sand), taj tip institucionalnog jedinstva nikada nije ostvaren, a zajednica ljudi od pera nastavila je da postoji prevashodno kroz prepisku i putovanja njenih članova (Šartje 2006: 181–182).

Štaviše, moglo bi se reći da je jedna neprestano živa, „izvorna” tradicija razumevanja uloge i uloga ljudi od pera odnela prevagu nakon pokušaja njihove institucionalizacije i političke instrumentalizacije. U verovatno prvom delu koje je integralno posvećeno čoveku od pera, knjizi jezuita Danijela Bartolija (Daniello Bartoli) iz 1645. godine *Dell'Uomo di lettere difeso e emendato*, tvrdi se da se dostojanstvo književnog i, šire, intelektualnog poziva plaća ili brani apsolutnom nekoristoljubivošću nalik antičkim mudracima (Bartoli 1672; uporediti: Cristin 1973). Posle desetine rimskih izdanja, knjigu je preveo na francuski 1654. godine takođe jezuita, otac Le Blan (Le Blanc), pod naslovom *La guide des beaux esprits*, da bi je već kao klasik 1769. godine ponovo preveo jezuita, otac Delivo (Delivoy), pod naslovom koji je postao lozinka: *Čovek od pera (Homme de lettres)*.

Negde u isto vreme, u delu istog naslova, Žan-Žak Garnije (Jean Jacques Garnier), kraljevski profesor hebrejskog i član Akademije, ne pristaje na definisanje čoveka od pera ni na način na koji to čini „običan svet”, koji ga brka sa „autorom”, ni na način „društva u modi”, koje čoveka od pera zamišlja kao „zabavnog čoveka koji je vešt u konverzaciji”. On bi da definiše čoveka od pera prema njegovom „osnovnom zanimanju”: „negovanje svog duha učenjem da bi postao bolji i korisniji društvu”. A to pretpostavlja povlačenje iz sveta a ne salona, izbegavanje strasti i rasonode koje štete duhu a ne volju da se, „očaravajuće konverzacije” radi,

umesto човек od pera postane „човек u друштву”. I то подразумева прихватање часног сиромаштва, које не тражи ни признање ни издржавање. Човек од пера је, према овој визији, нека врста световног клерика: заветован је на целибат, некористолјубив је у свом бављењу науком и уметношћу и не предузима субверзивну друштвену критику већ, у битном смислу, напротив. „[Ћ]итава његова независност ни у чему није у супротности са утврђеним законима, ако они нису неправедни: човек од пера се не потчињава у страху од казне као подли роб, већ из поштовања реда, већ зато што боље од свих зна своје предности и дужности у уређеном друштву. Он ће, дакле, бити његов одлучни бранитељ” (Garnier 1764: 198).

Књиге Бартолија и Гарнијеа представљале су кроз читав осамнаести век противтежу Диклоовом, Даламберовом или Волтеровом одређењу човека од пера „париског света” нове друштвености, афирмишући традиционални модел његове идентификације са посвећеношћу мудрој и мирној ерудичији (Ѓартје 2006: 183–185). Просветитељство и Република људи од пера се, стого, свакако не могу поистоветити, како се неретко то и даље чини.⁸ Поштенјим се чини рећи да су енциклопедисти, додуше привремено али са неизбрисивим последицама, „адаптирали” а не „апсорбовали” Републику људи од пера, да следбеници просветитељства јесу радили унутар ње, али су је преобразили с обзиром на властите интелектуалне потребе (Robertson 2005: 38–41). Да ли ћемо то назвати њеним епизодним искоришћавањем у „пропагандне” сврхе или њеном скривеном истином која се, на несрећу, с Револуцијом није праведно обистинила већ, напротив, кривотворила, зависи од процене колико је „интервенционистичка” амбиција већ (била) уписана у вредносно устројство и критички потенцијал Републике људи од пера (потонје изричито тврди Wokler 1998; Wokler 1999).

Верујемо да се исто може рећи за савремене наследнике Републике људи од пера. Они ни данас не пребивају у све бруталнијем и све више индустријализованом научном погону, него заправо тек у савременим варијантима салона – било да су они у сајберпростору било да их (и) данас називамо „филозофским кафеима”. Учени и/или ангажовани разговор, размена идеја, то остају константе, утолико више ukoliko мањка и једног и другог. Простор који се осваја или успоставља може бити и био је различит: од атинских тргова и гозби до специјализованих платформи у darknetу. Али посвећеност, таланат и постигнуће умрежених – и некад и сад – одлучује о успешности и делотворности ове или оне мреже. Најславнији издаци Републике људи од пера су она пера која су је прославила: она је ту због њих, а не обрнуто. Можда то није најлошији суд о свакој институцији: колико омогућаује, а не колико условљава своје чланове. Данашње конвенционалне, али у доброј мери и алтернативне варијанте те волје за комуникацијом и производњом нових идеја, пред тим судом вероватно не би прошле ни боље ни (много) горе него досадашње.

⁸ Lorens Broklis (Laurence Brockliss) је у својој студији о *Esprit Calvet* сугерисао такво једначење, али је и сам показао да је један марљиви провинцијалац у касном осамнаестом веку могао сасвим складно да учествује у Републици људи од пера као кореспондент, антиквар, историчар и bibliofil, а да уопште не познаје просветитељску мисао (Brockliss 2002: 95).

LITERATURA

Alembert (2006 [1752]): Jean Le Rond d'Alembert, *Essai sur la société des gens de lettres et des grands: sur la réputation, sur les mécènes et sur les récompenses littéraires*, Loverval: Université populaire.

Bartoli (1672): Daniello Bartoli, *Dell'huomo di lettere difeso, et emendato: parti due*, Venetia: Nikolò Pezzana. Pristupljeno 3. maja 2014: www.babel.ahthitrust.org/cgi/pt?id=ucm.5322453332;view=1up;sey=1.

Birtsch (1996): Günter Birtsch, The Berlin Wednesday Society, In: James Schmidt (prir), *What Is Enlightenment? Eighteenth-Century Answers and Twentieth-Century Questions*, Berkeley: University of California Press, 235–251.

Brennan (1988): Thomas Edward Brennan, *Public Drinking and Popular Culture in Eighteenth-Century Paris*, Princeton: Princeton University Press.

Brewer (1997): John Brewer, *The Pleasures of the Imagination: English Culture in the Eighteenth Century*, New York: Farrar Straus Giroux.

Brockliss (2002): Laurence Brockliss, *Calvet's Web: Enlightenment and the Republic of Letters in Eighteenth-Century France*, Oxford: Clarendon.

Clark (1983): Peter Clark, *The English Alehouse: A Social History 1200–1830*, London: Longman.

Clery (1991): E. J. Clery, Women, Publicity and the Coffee-House Myth, *Women: A Cultural Review*, 2 (2), 168–177.

Cristin (1973): Claude Cristin, *Aux Origines de l'histoire littéraire*, Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Darnton (1971): Robert Darnton, The High Enlightenment and the Low-life of Literature in pre-revolutionary France, *Past and Present*, 51, 81–115.

Daston (1991): Lorraine Daston, The Ideal and Reality of the Republic of Letters in the Enlightenment, *Science in Context*, 4, 370–375.

Duclos (1751): Charles Pinot Duclos, *Considérations sur les mœurs de ce siècle*, Amsterdam: Compagnie. Pristupljeno 3. februara 2014: <https://archive.org/details/considrationss00ducl>

Dülmen (1977): Richard van Dülmen, Die Aufklärungsgesellschaft in Deutschland als Forschungsproblem, *Francia*, 5, 251–275.

Dülmen (1986): Richard van Dülmen, *Die Gesellschaft der Aufklärer: zur bürgerlichen Emanzipation und aufklärerischen Kultur in Deutschland*, Frankfurt am Main: Fischer.

Ellis (1956): Aytun Ellis, *The Penny Universities: A History of the Coffee-Houses*, London: Secker and Warburg.

Emerson (1973): Roger Emerson, The Social Composition of Enlightened Scotland: the Select Society of Edinburgh, 1754–1764, *Studies on Voltaire and the Eighteenth Century*, 114, 291–329.

Garnier (1764): Jean-Jacques Garnier, *L'Homme de Lettres*, Paris: Panckoucke. Pristupljeno 20. juna 2014: <https://archive.org/details/lhommedelettres01garngoog>.

Goldgar (1995): Anne Goldgar, *Impolite Learning: Conduct and Community in the Republic of Letters, 1680–1750*, New Haven: Yale University Press.

Goodman (1989): Dena Goodman, Enlightenment Salons: The Convergence of Female and Philosophic Ambitions, *Eighteenth-Century Studies*, 22 (3), 329–350.

Goodman (1996): Dena Goodman, *The Republic of Letters: A Cultural History of the French Enlightenment*, Ithaca: Cornell University Press.

Gordon (1989): Daniel Gordon, „Public opinion” and the Civilizing Process in France: The Example of Morellet, *Eighteenth-Century Studies*, 22 (3), 302–328.

Hanning (1989): Barbara Hanning, Conversation and Musical Style in the Late Eighteenth-Century Parisian Salon, *Eighteenth-Century Studies*, 22 (4), 512–528.

Hellmuth (1982): Eckhart Hellmuth, Aufklärung und Pressefreiheit: Zur Debatte der Berliner Mittwochsgesellschaft während der Jahre 1783 und 1784, *Zeitschrift für historische Forschung*, 9, 315–345.

Hinske (1977): Norbert Hinske, Einleitung, In: Norbert Hinske (prir.), *Was ist Aufklärung? Beiträge aus der Berlinischen Monatsschrift*, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, str. xii–lxix. Pristupljeno 9. jula 2008: http://books.google.rs/books/about/Was_ist_Aufklärung.html?id=2qAEAAAAYAAJ&redir_esc=y.

Im Hof (1982): Ulrich Im Hof, *Das gesellige Jahrhundert. Gesellschaft und Gesellshaft im Zeitalter der Aufklärung*, Munich: Beck.

Israel (2011): Jonathan Israel, *Democratic Enlightenment: Philosophy, Revolution, and Human Rights, 1750–1790*, Oxford: Oxford University Press.

Keller (1896): Ludwig Keller, Die Berliner Mittwochs-Gesellschaft. Ein Beitrag zur Geschichte der Geistesentwicklung Preußens am Ausgang des 18. Jahrhunderts, *Monatshefte der Comenius-Gesellschaft*, 5 (3–4), 67–94.

Kopitzsch (1989): Franklin Kopitzsch, Sozialgeschichte der Aufklärung in Deutschland. Eine Skizze, In: Helmut Berding, Etienne François, Hans-Peter Ullmann (prir.), *Deutschland und Frankreich im Zeitalter der Französischen Revolution*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 373–390.

La Vopa (1992): Anthony La Vopa, Conceiving a Public: Ideas and Society in Eighteenth-Century Europe, *Journal of Modern History*, 64, 79–116.

Laursen (1996): John Christian Laursen, The Subversive Kant: The Vocabulary of 'Public' and 'Publicity', In: James Schmidt (prir.), *What Is Enlightenment? Eighteenth-Century Answers and Twentieth-Century Questions*, Berkeley: University of California Press, 253–269.

Lestition (1993): Steven Lestition, Kant and the End of the Enlightenment in Prussia, *Journal of Modern History*, 65, 57–112.

Malcolm (2002): Noel Malcolm, Hobbes and the European Republic of Letters, Noel Malcolm, *Aspects of Hobbes*, Oxford: Clarendon Press, 457–545.

Marmontel (1972 [1804]): Jean François Marmontel, *Mémoires*, tom 1, John Reinwick (ur.), Clermon-Ferrand: G. De Bussac.

Meisner (1896): Heinrich Meisner, Die Freunde der Aufklärung: Geschichte der Berliner Mittwochsgesellschaft, In: Oskar Brenner (prir.), *Festschrift zur 50jährigen Doktorjubelfeier Karl Weinholds*, Strasburg: Karl J. Trübner, 43–54.

Mercier (1781): Louis-Sébastien Mercier, *Tableau de Paris*, tom 1, Hambourg: Virchaux & Compagnie. Pristupljeno 1. juna 2009: <http://ia700506.us.archive.org/21/items/tableaudeparis00merc/tableaudeparis00merc.pdf>

Möller (1989): Horst Möller, *Vernunft und Kritik. Deutsche Aufklärung im 17. und 18. Jahrhundert*, Frankfurt: Suhrkamp.

Möller (1990): Horst Möller, *Enlightened Societies in the Metropolis: The Case of Berlin*, In: Eckhart Hellmuth (prir.), *The Transformation of Political Culture: England and Germany in the Late Eighteenth Century*, London: German Historical Institute, 226–232.

Morellet (2000 [1821]): André Morellet, *Mémoires de l'abbé Morellet*, Paris: Mercure de France.

Nehren (1986): Birgit Nehren, *Selbstdenken und gesunde Vernunft. Über eine wiederentdeckte Quelle zur Mittwochsgesellschaft, Aufklärung. Interdisziplinäre Halbjahresschrift zur Erforschung des 18. Jahrhunderts und seiner Wirkungsgeschichte*, 1, 87–101.

Popkin (1989): Jeremy Popkin, *Pamphlet Journalism at the End of Old Regime*, *Eighteenth-Century Studies*, 22 (3), 351–367.

Robertson (2005): John Robertson, *The Case For The Enlightenment: Scotland and Naples 1680–1760*, Cambridge: Cambridge University Press.

Roche (1978): Daniel Roche, *Le siècle des Lumières en province. Académies et académiciens provinciaux 1680–1789*, Paris: Mouton.

Schmidt (1989): James Schmidt, *The Question of Enlightenment: Kant, Mendelssohn, and the Mittwochsgesellschaft*, *Journal of the History of Ideas*, 50 (2), 269–292.

Schmidt (1992): James Schmidt, *What Enlightenment Was: How Moses Mendelssohn and Immanuel Kant Answered the Berlinische Monatsschrift*, *Journal of History of Philosophy*, 30, 77–101.

Schulz (1968): Ursula Schulz, *Die Berlinische Monatsschrift (1783–1786). Eine Bibliographie*, Bremen: Bremer Volkshochschule.

Šartje (2006): Rože Šartje, *Čovek od pera*, U: Mišel Vovel (prir.), *Čovek doba prosvetljenosti*, Beograd: Clio, 149–198.

Ultee (1987): Maarten Ultee, *The Republic of Letters: Learned Correspondence 1680–1720*, *The Seventeenth Century*, 2, 95–112.

Voltaire (1751–1765): François-Marie Arouet de Voltaire, *Gens de lettres*, *Encyclopédie*, tom 7, Wikisource, La bibliothèque libre. Pristupljeno 11. maja 2008: http://fr.wikisource.org/wiki/L%E2%80%99Encyclop%C3%A9die/1re_%C3%A9dition/GENS.

Volter (1973): Franjo Mari Arue Volter, *Filozofski rečnik*, Novi Sad: Matica srpska.

Waquet (1989): Françoise Waquet, *Qu'est-ce que la République des Lettres? Essai de sémantique historique*, *Bibliothèque de l'École des Chartes*, 147, 473–502.

Wokler (1998): Robert Wokler, *The Enlightenment Project as betrayed by Modernity*, *History of European Ideas*, 24, 301–213.

Wokler (1999): Robert Wokler, *Nation-state and the Primal Patricide of Modernity*, In: Norman Geras (prir.), *Enlightenment and Modernity*, New York: Palgrave, 161–183.

Olivera B. Nušić
Radio Belgrade
The Third Programme
Predrag M. Krstić
University of Belgrade
Institute for Philosophy and Social Theory

NEW MEDIA – OLD ALTERNATIVES

Summary: In search of contemporary media alternatives, the paper deals with an alternative historical "social network", which, throughout the whole modern age, played the role of a (para)institutional shelter from reality and its dominating discourse, or the role of subversion of it. The reconstruction of the origin and development of the *Republic of Letters* (*République des Lettres*) indicates standard and still up-to-date organizational forms that fill the space or create a parallel space of freedom in the midst of an "old regime". It is concluded, however, that their successfulness, then as now, depends at least as much of the clear channels of communication and expression, as of the content which they intend to convey.

Key words: Republic of letters, salons, cafes, intellectual communities, journals, new sociability, alternative.

Dejana B. Prnjat
Alfa univerzitet u Beogradu
Akademija umetnosti
Katedra za produkciju u umetnosti
i medijima

УДК 37.018.43:004

DIGITALNI MEDIJI I OBRAZOVANJE

Apstrakt: Mediji su oduvek imali veliki značaj u obrazovnom procesu, međutim, ni jedan se ne može meriti sa internetom, koji je izmenio način na koji se komunicira, na koji se razmišlja, na koji se živi i čiji se sadržaj svakog momenta značajno uvećava. Osnovni cilj rada je da prikaže i analizira mogućnosti primene interneta u obrazovanju, a posebna pažnja pridaje se jednom od najznačajnijih vidova alternativnog obrazovanja, učenju na daljinu, koje danas primenjuju mnogi univerziteti širom sveta. Kako je internet otvorio potpuno nove mogućnosti obrazovanja, a uz sve veću dostupnost pametnih uređaja, može se zaključiti da će se mogućnosti učenja na daljinu u kratkom roku drastično povećavati, kao i da će uskoro biti potrebno redefinisane samog pojma *obrazovanje*.

Кljučне речи: digitalni mediji, internet, online kursevi, obrazovanje, otvoreni edukativni resursi.

DIGITALNO DOBA: OSVOJENE I IZGUBLJENE SLOBODE

Kada je američko Ministarstvo odbrane, u doba Hladnog rata, konstruisalo decentralizovanu komunikacionu mrežu, kao prevenciju prekida komunikacije u slučaju atomskog udara, nije ni slutilo da će samo nekoliko decenija kasnije ona postati dostupna širokim masama. Za mogućnost korišćenja otvorene platforme poznate kao *World Wide Web* zaslužna je grupa naučnika iz Evropskog centra za nuklearna istraživanja u Ženevi, na čelu sa Timotijem Bernersom Lijem (Todorović 2009: 59), koji su je pre skoro tri decenije ostavili na korišćenje svima i pokušali da je održe bez vlasnika (Brigs, Berk 2006: 413).

Tako su sa digitalnim medijima osvojene nezapamćene slobode koje se ogledaju ne samo u pristupu ogromnom broju medijskih sadržaja za sve koji su online, već i u mogućnosti svakog pojedinca da stvara, kopira i deli sa drugima najrazličitije informacije. Ova situacija otvorila je potrebu za redefinisanjem nekih pojmova poput autorskih prava i privatnosti, a svakako i problem kontrole protoka tolikog broja informacija (Makner 2005: 293). Čak i komunikacija mobilnim telefonima može biti velika pretnja nekom režimu, ako se sprovede na odgovarajući

način. Kastels navodi da je „korišćenje mobilnih telefona imalo (...) značajnu ulogu u pokretu Моћ ljudi II (People Power II), што је довело до пада председника Estrade на Филипинима 2001. године; у избору корејског председника Му-Хјуна (Мoo-Hyun) 2002. године; у Наранджастој револуцији у Украјини 2005; у покрету Los Forадјис, којим је сменјен председник Gutјerez у Еквадору 2005; у побуни на Тајланду из 2006...” (Kastels 2014: 405).

Осим најчеšћег вида забрана, којима се онемогућава објављивање непожељних садржаја и које успевају да спрече највећи број људи, али не и све, постоји и контрола коју врше владе и неке организације, а које се огледају у коришћењу компјутерских програма за чување, филтрирање и сортирање података о сваком кориснику интернета, јер приликом сваког изласка на интернет остају трагови.

Питање заштите деце и младих од могућих злоупотреба на интернету најчеšће се своди на њихову заштиту од пропагандних порука, али и на разматрање смањивања шанси да они ступе у неодговарајуће контакте (Livingstone 2003). Родитељи могу у извесној мери да имају контролу над њиховим понашањем на интернету, али не увек, па дете често открива своје име, године, пол, здравствено стање, преференције, локацију и друго. Један од начина да се деца и млади donekle заштите свакако подразумева медијску писменост, „skup гледишта које у коришћењу медија креативно примењујемо да бисмо protумачили значење порука које примамо” (Poter 2011: 47). У исто време, медијска писменост може да утиче и на заштиту личности од медијске зависности (Джајлс 2011: 29) којој смо сви подложни.

Резултати обимног истраживања коришћења интернета код деце и младих рађеног у Великој Британији показују да, и поред тога што влада даје новца за увођење интернета у школе, пре свега у функцији образовања, информалног учења и медијске писмености, деца и млади га највише користе као средство комуникације (Livingstone, Bober 2004: 413–414).

И поред изузетних могућности које интернет доноси, не треба, међутим, заборавити да сам напредак технологије не доводи безусловно до значајног унапређења процеса учења и да, ukoliko се не користи на адекватан начин, може овај процес и да успори (Brandsford, Brown, Cocking 2000: 206).

УЧЕЊЕ НА DALJINU

Појава медија пре интернета, прво немог филма, а касније електронских медија, посебно радија и телевизије, будили су наду неких да ће, захваљујући њима, методе dotадашњег образовања бити знатно унапређене. Ипак, иако се доста експериментисало, ни један од поменутих медија није се задржао као основно средство учења, осим, наравно, када је реч о студентима који проучавају саме медије, од њихове израде до креирања и тумачења медијских садржаја.

Prvi kursevi učenja na daljinu postojali su i pre interneta, takozvane dopisne škole, ali sa njegovom pojavom obrazovanje je postalo pristupačnije nego ikada. Posebno su značajni onlajn-kursevi koje nude univerziteti širom sveta, od kojih su mnogi i besplatni (Aparicio, Bacao, Oliveira 2016). Preduslov, međutim, za pohađanje onlajn-kurseva je digitalna pismenost, što je Eko ilustrativno objasnio na primeru korišćenja knjiga za učenje. Da bi se učenik osposobio da koristi knjige za učenje, ističe Eko, mora prvo da nauči slova, reči, razliku između priče i istorijske knjige itd. (Eko 1993: 96).

Kursevi na daljinu najčešće nude jednu od dve mogućnosti za studiranje, pa tako studenti mogu da se opredele da pohađaju onlajn-kurseve koji se odvijaju istovremeno sa nastavom koja se izvodi na tradicionalan način, a mogu i da izaberu kurseve, koji su po pravilu znatno kraći, koji dopuštaju studentima da sami odrede, u zavisnosti od svojih mogućnosti, kada i koliko će se posvetiti materijalima za učenje. Postoji i ponuda koja uključuje kombinovanu varijantu, u kojoj se deo nastave odvija onlajn, dok deo podrazumeva prisustvo, a verovatno najveći broj je onih koji se školuju na tradicionalan način, ali paralelno koriste i onlajn-kurseve. Ipak, neke oblasti nisu pokrивene učenjem na daljinu, jer zahtevaju praksu.

Kako se pokazalo da veći broj studenata koji pohađa onlajn-kurseve napušta studije u odnosu na one koji studiraju na tradicionalan način, univerziteti preduzimaju različite mere kojima bi se broj onih koji odustaju smanjio. Tako, oni pokušavaju da omoguće ovakvim studentima uključivanje u različite forume da bi mogli da komuniciraju sa svojim kolegama, čime se donekle ublažava problem izolovanosti, daju im neke zadatke kako bi ih motivisali na kontinuirano praćenje gradiva i slično. Primećeno je da je za uspeh studija na daljinu jedan od ključnih faktora sposobnost studenta da se samodisciplinuje i uradi zadatak, bez spoljne kontrole (Williams et al. 2004: 71).

Veliki broj onlajn-kurseva obezbeđuje i sertifikate, ali oni mogu biti veoma različiti po svojoj težini, od onih koji svedoče o pohađanju do onih koji su zasnovani na ozbiljnim testiranjima, pa stručnjaci upozoravaju da se ne smeju izjednačavati (Keevy et al. 2015: 114).

OTVORENI EDUKATIVNI RESURSI

Jedan od vidova učenja na daljinu omogućen je i korišćenjem otvorenih edukativnih resursa, koji mogu biti vrlo kvalitetni, pogotovo kada ih nude univerziteti. Ovi kursevi se mogu shvatiti i kao odgovor na pravo na obrazovanje koje je proklamovano još u Univerzalnoj deklaraciji o ljudskim pravima iz 1948. godine i u kojoj se, pored preporuke da osnovno obrazovanje bude besplatno, navodi i da tehničko i stručno obrazovanje treba svima da bude dostupno (*The Universal Declaration of Human Rights* 1948). Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje,

nauku i kulturu potvrdila je svoj stav još mnogo puta – na Međunarodnoj konvenciji o ekonomskim, socijalnim i kulturnim pravima, Bernskoj konvenciji o zaštiti književnih i umetničkih dela (1971), WIPO sporazumom o autorskim pravima (1996), Milenijumskom deklaracijom (2000), Dakarskim okvirom delovanja (2000), Deklaracijom o načelima Svetskog samita o informatičkom društvu (2003), Preporukom ove organizacije o korišćenju višejezičnosti i omogućavanju pristupa svima kibernetičkom prostoru (2003), Konvencijom o zaštiti i unapređenju raznolikosti istraživanja kulture (2005), Konvencijom o pravima osoba sa invaliditetom (2006) i Deklaracijom šest međunarodnih konferencija o obrazovanju odraslih (*Paris OER Declaration 2012*).

Na Forumu o otvorenim materijalima i softveru za obrazovne kurseve (2002) eksperti UNESCO-a su osmislili termin *otvoreni edukativni resursi* pod kojim podrazumevaju „materijale za nastavu, učenje i istraživanje na bilo kom medijumu... koji se nalaze u javnom domenu ili su objavljeni pod otvorenom licencom koja dozvoljava besplatan pristup, korišćenje, prilagođavanje i redistribuciju materijala od strane drugih lica sa ili bez ograničenja” (*Paris OER Declaration 2012: 1*).

Deset godina kasnije održan je i Svetski kongres o otvorenim edukativnim resursima u Parizu, a Pariskom deklaracijom, koja je uvažila sve prethodne deklaracije i smernice posvećene ovom pitanju, poput Deklaracije iz Kejptauna (2007), Dakarske deklaracije (2009), Smernica Komonvelta za obrazovanje i smernice UNESCO-a o otvorenim edukativnim sredstvima u visokom obrazovanju (2011), formulisano je deset preporuka za države i to:

1. da podstiču korišćenje otvorenih edukativnih resursa radi omogućavanja širim slojevima formalnog i neformalnog obrazovanja na svim nivoima, uvažavajući perspektivu doživotnog učenja;
2. da omogućavaju stvaranje okruženja za korišćenje informacionih i komunikacionih tehnologija putem razvijanja odgovarajuće infrastrukture, kao i unapređivanja medijske i informatičke pismenosti;
3. da ojačavaju razvoj strategija i politika ovakvog obrazovanja u okviru širih strategija za unapređenje obrazovanja;
4. da promovišu upotrebu otvorenih okvira licenciranja širom sveta poštujući istovremeno autorska prava;
5. da podržavaju izgradnju kapaciteta institucija, nastavnog kadra, da izrađuju kvalitetne materijale za otvoreno učenje uzimajući u obzir lokalne potrebe učenika;
6. da podstiču strateške veze sa otvorenim edukativnim resursima poput biblioteka, medija, unutarobrazovnih institucija i drugih, u cilju razmene materijala koji su objavljeni pod otvorenim licencama;
7. da ohrabruju razvoj i prilagođavanje ovakvih programa na raznim jezicima i u različitim kulturnim kontekstima;

8. da ohrabruju istraživanja vezana za pravljenje, korišćenje i evaluaciju ovakvih resursa;
9. da olakšavaju razvoj alata za pronalaženje, preuzimanje i deljenje otvorenih obrazovnih resursa;
10. da podstiču otvoreno licenciranje obrazovnih materijala koji su proizvedeni javnim sredstavima (*Paris OER Declaration 2012: 1–2*).

U praksi je sve više i pojedinaca koji se, da bi omogućili što veću dostupnost sadržaja koje su stvorili, odriču svojih autorskih prava i objavljuju svoj rad u javnom domenu.

ZAKLJUČAK

Sa pojavom *mreže svih mreža*, otvorene su mogućnosti za formalno i neformalno obrazovanje koje se ne mogu uporediti ni sa jednim ranijm vidom edukacije. Jedna od značajnih mogućnosti koju internet donosi je i onlajn-obrazovanje, koje ima i prednosti i mane u odnosu na tradicionalni vid školovanja.

Od prednosti su najočiglednije smanjenje troškova studiranja, dostupnost kurseva u celom svetu, a veoma je pogodno i što video-zapise predavanja učenici mogu više puta da pregledaju, što je posebno dragoceno za one koji uče na jeziku koji im nije maternji. Takođe, onlajn-kursevi podržavaju ideju doživotnog učenja, jer pojedinac može da odabere da pohađa samo one kurseve koji su mu potrebni u ovladavanju novim znanjima i veštinama potrebnim za posao.

Kada se govori o ključnim manama onlajn-učenja, kao najveći problem se obično ne navodi jezička barijera, neophodni preduslovi za pohađanje kurseva poput pristupačnosti kompjutera, poznavanja njegovog korišćenja i stabilne internet konekcije, već mogućnost da, s obzirom na to da učenik i učitelj mogu biti iz različitih sredina, oni mogu jedan o drugom da imaju značajne predrasude, koje potiču od različitih sistema vrednosti, različite veroispovesti itd.

Sudeći po brzini tehnološkog napretka u poslednjih par decenija i sve većoj cenovnoj pristupačnosti pametnih uređaja, kao i sve većem broju ponuda za formalno i neformalno obrazovanje na daljinu, možemo zaključiti da će se mogućnosti ovog vida učenja sve više razvijati, ali i da će u skoroj budućnosti i sam pojam *obrazovanja* morati da se redefiniše.

LITERATURA

- Brigs, Berk (2006): Asa Brigs, Piter Berk, *Društvena istorija medija*, Beograd: Clio.
Brigs, Kobli (2005): Adam Brigs, Pol Kobli, *Uvod u studije medija*, Beograd: Clio.
Kastels (2014): Manuel Kastels, *Moć komunikacija*, Beograd: Clio.

Makner (2005): Brajan Makner, Tehnologija – nove tehnologije i mediji, U: Brigs, Koblj (ur.), *Uvod u studije medija*, Beograd: Clio.

Poter (2011): Džeјms Poter, *Medijska pismenost*, Beograd: Clio.

Todorović (2009): Aleksandar Luj Todorović, *Umetnost i tehnologije komunikacija*, Beograd: Clio.

Džajls (2011): Dejvid Džajls, *Psihologija medija*, Beograd: Clio.

WEBOGRAFIJA

Aparicio, Bacao, Oliveira (2016): Manuela Aparicio, Fernando Bacao, Tiago Oliveira, An e-Learning Theoretical Framework, *Educational Technology & Society*, 19 (1), 292–307. Retrieved in January 2018 from http://www.ifets.info/journals/19_1/24.pdf.

Bransford, Brown, Cocking (2000): John D. Bransford, Ann L. Brown, Rodney R. Cocking, Technology to support learning, In: J. Bransford, A. Brown, R. R. Cocking (eds.), *How people learn: Brain, mind, experience*, Washington, DC: National Academies Press, 206–230. Retrieved in January 2018 from <https://www.colorado.edu/MCDB/LearningBiology/readings/How-people-learn.pdf>.

Eco (1993): Umberto Eco, Can Television Teach?, In: M. Alvarado, E. Buscombe, R. Collins (eds.), *The Screen Education Reader*, No 31, London: Palgrave, 95–107. Retrieved in January 2018 from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-349-22426-5_7

Keevy, Chakroun (2015): James Keevy, Borhene Chakroun, *Level-setting and recognition of learning outcomes: The use of level descriptors in the twenty-first century*, Paris: UNESCO, 129–131. Retrieved in January 2018 from <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002428/242887e.pdf>.

Livingstone (2003): Sonia Livingstone, Children's Use of the Internet: Reflections on the Emerging Research, *New Media & Society*, Vol. 5, Issue 2, 147–166. Retrieved in January 2018 from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444803005002001#articleCitation> Download-Container.

Livingstone, Bober (2004): Sonia Livingstone, Magdalena Bober, Taking up Online Opportunities? Children's Uses of the Internet for Education, Communication and Participation, *E-Learning and Digital Media*, Vol. 1, Issue 3, 395–419. Retrieved in January 2018 from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.2304/elea.2004.1.3.5>.

UNESCO (1948): *Universal Declaration on Human Rights*. Retrieved in January 2018 from <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>.

UNESCO (2012): *Paris OER Declaration*. Retrieved in January 2018 from http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/Events/Paris%20OER%20Declaration_01.pdf.

Williams, Hellman (2004): Peter E. Williams, Chan M. Hellman, Differences in Self-Regulation for Online Learning between First and Second Generation College Students, *Research in Higher Education*, Vol. 45, No. 1, 71–82. Retrieved in January 2018 from <https://link.springer.com/article/10.1023/B:RIHE.0000010047.46814.78>.

Dejana B. Prnjat
Alpha University in Belgrade
Academy of Arts
Department for Art and Media Production

DIGITAL MEDIA AND EDUCATION

Summary: The media have always had a huge significance in educational process; however, none of them can be compared to the Internet, since it has changed the way people communicate, think and live and its content is constantly growing. The main goal of this paper is to present and analyze the possibilities of using the Internet in education, with special attention paid to one of the most important forms of alternative education, distance learning, which is nowadays being applied by many universities around the world.

Since the Internet has offered entirely new educational opportunities and the availability of smart devices is constantly increasing, it could be concluded that distance learning possibilities will drastically increase over a short period of time, so it seems that a redefinition of the core concept of education will be required very soon.

Key words: media, digital media, Internet, online courses, education, open educational resources.

Milan A. Radovanović
Akademija umetnosti
Beograd

УДК 316.774
316.728

SEMIOTIKA ALTERNATIVNIH MEDIJA

Apstrakt: Osnovna pitanja koja ćemo razmatrati su kako „mejnstrim” mediji doprinose održavanju postojećih odnosa u društvu i šta omogućava alternativnim medijima da budu instrumenti društvene promene. U tekućoj eri dominacije digitalnih tehnologija i invazije nepreglednog mnoštva vizuelnih predstava, pristup realnosti je sve manje direktan, a sve više medijski posredovan. Mediji nisu samo neutralni prenosioci ponuđenih sadržaja, već su i sastavni deo kompleksnih znakovnih sistema i interpretativnih praksi savremenog društva. Primenom semiotičke teorije istražićemo ulogu medija u kreiranju različitih pogleda na svet, a sagledavanjem fenomena medija iz poststrukturalističke perspektive pokazaćemo kako alternativni mediji ostvaruju svoju funkciju subverzije i dekonstrukcije dominantnih medija.

Ključne reči: mediji, alternativa, društvo, semiotika, znak.

Živimo u civilizaciji u kojoj su, više nego ikada, životna iskustva i društvene vrednosti posredovani medijima. Za većinu ljudi koji nemaju razvijenu medijску писменост и критичку свест, догодило се само оно што је медијски произведено. Мејнстрим медији учествују у конструкцији и натурализацији жељених друштвених вредности тако што имају моћ да их непрекидно емитују публици. Репродуковање једног погледа на свет чини их идеолошки одређеним. Мејнстрим медији су по правилу у идеолошкој функцији одржавања постојећих друштвених односа, а посебно заштите политичких и економских центара моћи у једном друштву. За разлику од њих, алтернативни медији имају неколико карактеристичних паралелних функција: да буду у служби неке мање друштвене заједнице и њених потреба, да буду комплементарни мејнстрим медијима или субверзивни у односу на њихов доминантан положај, или да припадају медијском простору цивилног друштва, независни како од државних медија, тако и од утицајних приватних комерцијалних медија:

„Савремени мејнстрим медији обично се сматрају за: медије великих размера усмерене ка бројној, хомогеној (њеним сегментима) публици; организације у државном власништву или комерцијалне компаније; вертикално (или по хијерархији) структурирани организације које воде професионалци; носиоце доминантних дискурса и репрезентација.

Alternativni mediji mogu zauzeti jednu ili više suprotnih pozicija po ovim pitanjima: mediji malih razmera, orijentisani prema specifičnim zajednicama, često obespravljenim, uzimajući u obzir njihovu različitost; nezavisni od države i tržišta; horizontalno (nehierarhijski) strukturirani, dozvoljavajući uticaj publike i participaciju u okviru demokratizacije i mnogostrukosti; nosioci nedominantnih (moguće i protiv-hegemonih) diskursa i reprezentacija, naglašavajući važnost sopstvenog zastupanja” (Bailey, Cammaerts, Carpentier 2008: 18).

Aktuelni vidovi medijske komunikacije mogu biti karakterisani metaforom premeštanja sa literarne prakse *kazivanja o svetu* ka medijskoj praksi *pokazivanja sveta*. Metafora ukazuje na korenitu promenu načina čitanja medijskih tekstova od 'proizvodnje značenja na osnovu pisanog teksta' do šireg 'osmišljavanja sveta koji nas okružuje'. Oba načina čitanja se zasnivaju na interpretaciji različitih vrsta tekstova kao znakovnih sistema. Mediji ne funkcionišu samostalno i izolovano od društvenog uticaja, već zavise od istorijskog, ekonomskog, političkog i kulturalnog konteksta u kojima deluju. Da bismo razumeli kako alternativni mediji mogu ostvarivati svoju društvenu ulogu, posmatraćemo ih iz ugla bazičnih teorija koje se bave pitanjima komunikacije, kao što su semiotika i lingvistika.

Semiotika je presudno uticala na napuštanje koncepta izučavanja medija po modelu „direktnog uticaja”, gde na spoljašnji medijski stimulus publika odgovara bihevioralnom reakcijom, kod koje medijski sadržaj ima funkciju okidača. Domen izučavanja medija izmešten je u teorijske okvire semiotike i lingvistike, koje su dale doprinos istraživanju ideološke uloge medija. Mediji su po svom uticaju svakako ključne kulturalne i ideološke sile u društvu, zbog čega zaslužuju našu posebnu pažnju. Ideološka priroda medija i kompleksnost strukturiranja medijskog jezika nezaobilazne su teme za teoretičare medija. Primenom semiotike, napušten je tradicionalan pristup publici kao pasivnim i jednoobraznim recipijentima. Sve manje se govori o konzumentima medijskih sadržaja, a sve više o aktivnim čitaocima medijskih tekstova. Semiotika kao opšta teorija o znakovima koristi metodologiju uz pomoć koje je moguće istražiti i objasniti načine na koje medijski sadržaji proizvode svoje efekte. Semiotika ima četiri glavna polja istraživanja: *znak* – šta je, od kojih elemenata se sastoji i koje su vrste znakova; *sistemi znakova* – kako se znakovi kombinuju i formiraju sisteme znakova; *kodovi* – pravila kombinovanja znakova koja omogućavaju razumevanje od strane recipijenata; *značenje* – šta je značenje i kako se proizvodi. Sa stanovišta semiotike, medijski sadržaji su različite reprezentacije realnosti koje su posredovane znakovima. Celokupno ljudsko iskustvo je zasnovano na proizvodnji, distribuciji, upotrebi i razmeni znakova. Veoma važan uvid semiotike je da znak nije stvar nego društveni događaj:

„Интерпретацијска игра svakako nije potpuno slobodna; u suprotnom, ne bi bilo razloga za odnose moći i za isključenja u akademskoj praksi. Na liniji Vitgenštajnovog shvatanja jezičke igre, semiotika predlaže aktivnost znakova i zahteva njihovo javno korišćenje u skladu sa pravilima igre. Znak tako nije *stvar* već, kao što smo rekli, *događaj* koji se odigrava u istorijski i društveno specifičnoj situaciji. Znakovi-događaji se dešavaju u specifičnim okolnostima i u skladu sa konačnim brojem kulturno validnih, konvencionalnih, a ipak ne nepromenljivih pravila, koje semiotika zove kodovima. Izbor ovih pravila i njihovih kombinacija vodi ka specifičnom interpretativnom ponašanju” (Bal, Brajson 2002: 159).

Zbog toga je u medijskom prostoru moguća praksa participacije recipijenata koja dovodi do toga da i oni sami postaju aktivni učesnici u praksama proizvodnje značenja, oduzimajući monopol autorstva od samih mediја.

Istražujući jezik kao sistem znakova, švajcarski lingvista Ferdinand de Saussure (Ferdinand de Saussure) predložio je model znaka koji se sastoji iz dva dela: označitelja (*signifiant*) – akustične slike i označenog (*signifié*) – pojma. Iako se danas označitelj često zamišlja kao materijalna (fizička) forma znaka, kao nešto što se može videti, dodirnuti, čuti, pomirisati ili okusiti, za Sosira su oba dela znaka ‘psihičkog’ karaktera (psihički karakter akustičnih slika po Sosiru jasno se vidi kada govorimo u sebi ne mičući ni usnama ni jezikom), predstavljaju neku vrste nematerijalne forme:

„Lingvistički znak ne spaja stvar sa imenom, već pojam sa akustičnom slikom. Ova slika nije materijalan zvuk, čisto fizička stvar, već psihički otisak toga zvuka, predstava koju nam o njemu daje svedočanstvo naših čula; ona je čulna, i ako nam se desi da je nazovemo ‘materijalnom’, to će biti samo u tom smislu, suprotstavljajući je drugom članu toga spoja: pojmu, koji je obično apstraktniji” (Sosir 1969: 83–84).

Sosir je pokazao da veza koja spaja ime sa stvari nije nimalo jednostavna operacija jer, iako se čini prirodnim da imamo neposredan odnos sa spoljašnjom realnošću, reč je u stvari samo o unutrašnjem procesu koji se događa u našoj svesti. Sosirov model znaka nema referenta, jer isključuje referenciju ka objektima u svetu. Sosirovo označeno nije stvar, nego predstava o stvari. Ovo važno zapažanje je omogućilo neiscrpnu upotrebu Sosirovih ideja za postavku i razvoj mnogih savremenih teorija i iz njih rezultujućih društvenih praksi. Sosir dalje izvodi važan i veoma uticajan princip svoje lingvističke teorije koji odnos između označitelja i označenog određuje kao proizvoljan: „Veza koja spaja oznaku za označeno

произvoljna je, ili, pošto mi pod znakom podrazumevamo celinu koja proističe iz spoja oznake i označenog, možemo reći jednostavnije: *lingvistički znak je proizvoljan*” (Sosir 1969: 85). Sosirov princip arbitrarnosti znaka je za posledicu imao da relaciju između označitelja i označenog određujemo kao *konvencionalnu* – zavisnu od društvenih i kulturalnih pravila koje pripadnici jedne zajednice moraju da nauče. Arbitrarnost odnosa između označitelja i označenog onemogućava fiksiranje jedinstvenog značenja za znak, tako da možemo pridavati različita značenja istom znaku. Slikovit primer arbitrarnosti znaka imamo u tekstu kataloga jedne američke robne kuće iz 1918. godine (*The Infants Department: A Monthly Magazine of Merchandising Helps for the Infants Wear Buyer*, Vol. 1, No. 10, June 1918, 161): „Roze ili plavo? Koja boja je namenjena dečacima, a koja devojkama? [...] opšte prihvaćeno pravilo je roze za dečake, a plavo za devojkice. Razlog je u tome što roze predstavlja određeniju i jaču boju, čime je podesnija za dečake; dok plava, koja je više delikatna i nežna, lepša je za devojkice”. Ova ideja je omogućila ubrzan razvoj savremenih lingvističkih teorija koje su pokazale da jezik ne reflektuje realnost, već je *konstruiše*.

Medijska poruka nikada nije samo prosta kombinacija reči, slike i zvuka kao verbalne, vizuelne i akustične reprezentacije. Ona je i *tekst* – skup znakova, jer u trenutku kada je sagledamo kao *reprezentaciju*, oznake koje percipiramo postaju znakovi koji učestvuju u procesu proizvodnje značenja. U savremenoj semiotičkoj teoriji konzument jednog medijskog teksta je dobio isti značaj kao i njegov producent, što dovodi do preispitivanja odnosa u tradicionalnoj trijadi *pošiljalac poruke – komunikacijski kanal – primalac poruke*. Semiotika umesto sintagme ‘primalac poruke’ koja dolazi iz teorije komunikacije koristi sintagmu ‘čitalac teksta’, jer ona u mnogo većoj meri implicira aktivnost recipijenta i njegovo kulturalno nasleđe u procesu recepcije. Čitalac nikad nije samo pasivni primalac medijske poruke, nego je aktivni učesnik u kreiranju njenog tekstualnog značenja. Istorijski gledano, sve do 60-ih godina XX veka, nastanak i recepcija jednog dela shvatani su kao jednosmeran proces: autor stvara delo, a zatim delo sugestivno deluje na čitaoca, kod koga izaziva estetski ili kognitivni doživljaj. Zadatak teorijskog istraživanja bilo je razumevanje tog jednosmernog dejstva. Do promene paradigme dolazi zahvaljujući istorijskom uticaju semiotike na književnu teoriju, što otvara jedno potpuno novo polje istraživanja:

„A do novog razumijevanja tog odnosa došlo je prije svega zato što je i samo književno djelo protumačeno na nov način: ne više kao *mimesis* (slika životne stvarnosti, koja se čitaocima daje na uvid), niti kao *ekspresija* (izražajna forma emocije, s kojom su neki estetičari poistovećivali umjetnost, a posebno poeziju), niti kao *simbolička forma* (koja nas vodi u svijet transcendencija), već kao znak (riječ, jezički iskaz, ili „poruka”), koji je primarni element komunikacije” (Lešić 2003: 10–11).

Proces čitanja nije pasivno odražavanje značenja teksta u svesti čitaoca, niti proces otkrivanja i dešifrovanja značenja koje je imanentno tekstu, već je to aktivan proces proizvodnje značenja. Čitalac ne preuzima gotova značenja iz teksta, već ih sam učitava u tekst i u procesu čitanja konstruiše njegova značenja. U tom smislu čitalac preuzima ulogu autora. Zato medijskom tekstu kao znakovnom sistemu ne pristupamo kao stabilnoj i jedinstvenoj značenjskoj celini, već kao elementu šireg društvenog, kulturalnog i tehnološkog konteksta. Stjuart Hol (Stuart Hall) taj fenomen objašnjava na primeru televizijske slike:

„Televizijski znak je kompleksan. On je konstituisan od dva tipa diskursa, vizuelnog i slušnog. Štaviše, to je ikonički znak, u Persovoj terminologiji, jer 'poseduje neka od svojstava stvari koje reprezentuje'. Ovo je tačka koja je dovela do velike konfuzije i kontroverze u studijama vizuelnog jezika. Kako vizuelni diskurs prevodi trodimenzionalni svet u dvodimenzionalnu ravan, on naravno ne može biti referent ili koncept koji označava. Pas u filmu može da laje, ali ne može da ujede! Realnost postoji van jezika, ali je konstantno posredovana sa i kroz jezik: ono što možemo znati i reći mora biti proizvedeno u diskursu i kroz diskurs” (Hall 2005: 121).

U trenutku prenosa nekog događaja putem medija, da bi taj „događaj” mogao da stigne do publike, on mora prestati biti realnim događajem i pretvoriti se u diskurzivni sistem znakova čije značenje podleže svim kompleksnim pravilima na osnovu kojih dolazi do proizvodnje značenja u jeziku. Gledano iz ugla semiotike, značenje medijske poruke postoji samo u njenoj realizaciji u svesti recipijenta kao čitaoca. Ono nikada nije fiksirana suština poruke, već nastaje zahvaljujući aktivnosti u procesu čitanja. Poststrukturalizam je zaslužan za zaokret od tradicionalne koncepcije poruke kao završene značenjske strukture, ka tekstu kao otvorenom sistemu kome čitalac dodeljuje značenje.

Kontekst nikada nije unapred dat, on je i sam tekstualni konstrukt, što alternativnim medijima omogućava strategiju rekontekstualizacije – proces ekstrakcije informacija iz konteksta mejnstrim medija i njihovo unošenje u novi kontekst kreiran od strane alterantivnih medija. Promenom konteksta, kao što je poznato, moguće je dramatično promeniti značenje nekog znaka ili teksta kao skupa znakova. Dišanovo *readymade* delo *Fontana*, nastalo rekontekstualizacijom standardnog pisoara, kao i slične umetničke prakse, odlično ilustruju ovu činjenicu:

„Kao što Duchampov pisoar ubačen u kontekst različit od uobičajenog i praktičnog poprima drugu semantičku vrijednost dok se njegova uobičajena i banalna upotreba ironično naznačuje, tako i predmeti umjetnika pop-arta ili 'novih realista' koje sakuplja suvremeni

svijet, tehnološki i potrošački nagomilani i raskomadani (podsjetimo se samo na Armanove 'assemblages' i 'dissemblages', na predmetne kombinacije Spoerrija ili na 'décollages' Heinza i Rotelle), nisu jednostavno predmeti iz našeg društvenog konteksta nego – samom činjenicom što su izdvojeni iz svoga ambijenta ili istaknuti određenim umjetničkim postupkom, iako ostaju u običnom ambijentu (kao što se dogodilo s 'empaquetages' Christa) dobivaju u našim očima jedno novo viđenje i zbog toga i novu semantičku pregnantnost osvjetljavajući – nekritički ili, još češće, kritički ili polemički – neke aspekte društva u kojem su prisutni" (Canton 1981: 237).

Na sličan način, alternativni mediji mogu otvoriti nove i često neočekivane perspektive čitanja i razumevanja dominantnog medijskog teksta.

Masovni mediji inicijalno su koncipirani na osnovu pretpostavke da je put poruke od njenog producenta do konzumenta linearan i da ona ima direktan uticaj na ciljnu grupu kojoj je upućena. Na osnovu lingvističkih istraživanja jezika i procesa proizvodnje značenja, ovo shvatanje se smatra krajnje pojednostavljenim. Razvoj medija, od tradicionalnih štampanih medija ka novim informacionim i komunikacionim tehnologijama, doveo je do mogućnosti jednostavnog kombinovanja više modaliteta – pisanog teksta, nepokretne ili pokretne slike, grafike, muzike i zvučnih efekata. Uz primenu interaktivnosti i hiperteksta, reprezentacione i komunikacione mogućnosti novih medija dramatično su povećane:

„U poslednje tri decenije, umnožavanje i konvergencija umreženih medija i informacionih tehnologija pomogla je pojavu renesanse novih žanrova i vidova komunikacije, redefinišući odnos ljudi i medija. Veliki korporativni igrači i institucije i dalje, naravno, postoje, ali njihova dominacija više nije tako osigurana kao ranije, jer njihove tržišne povlastice i poslovni modeli postaju ugroženi mnogim konkurentima koji ciljaju na vreme, novac i pažnju ljudi. Medijska publika i potrošači sada su takođe korisnici i učesnici medija, uroñjeni u kompleksne ekologije podela, različitosti, mreža, zajednica i pismenosti. Ovo promenljivo okruženje je stvorilo potpuno nove mogućnosti za izražavanje i međusobno delovanje, posebno među aktivistima, umetnicima i drugim političkim ili kulturalnim grupama u svetu, koji su u novim medijima pronašli jeftino, a moćno sredstvo za preispitivanje mejnstrim ili popularne kulture. Veb sajtovi, mobilni telefoni, digitalna fotografija, video, kao i audio, blogovi, vikipedije, sistemi za razmenu fajlova, društveni mediji i open-source programi, svi oni omogućavaju društvenim grupama sa različitim interesovanjima da izgrade i održavaju zajednice, postignu vidljivost

i uticaj, prezentuju alternativne ili marginalne poglede, proizvode i dele svoje do-it-yourself (DIY) izvore informacija i pruže otpor, odgovore, ili na neki drugi način konfrontiraju dominantnu medijsku kulturu, politiku i moć” (Lievrouw 2011: 1–2).

Iako su literarni, vizuelni i akustički tekstovi suštinski različiti modaliteti, oni obrazuju simbiozne interakcije kreirajući koherentne i smislene multimodalitetne poruke. Multimodalitet je složena kombinacija pisanog teksta, slike, grafike, govora, muzike, ili zvuka, čije značenje realizujemo kroz više semiotičkih kodova: „Multimodalitetni tekstovi su poruke koje sadrže više od jednog semiotičkog modaliteta” (Martinec, Salway 2005: 339). Dominacija modaliteta vizuelnog teksta i mediја ekrana proizvela je duboke promene u načinu komunikacije i sticanja znanja. Pisana reprezentacija ‘realnosti’ razlikuje se od vizuelne reprezentacije iste te ‘realnosti’, što ima veliki uticaj na kulturalne procese u jednom društvu. Veća semiotička moć novih mediја znači i veću društvenu moć. Zato prisustvo ekrana kao glavnog mediја komunikacije ima dalekosežne uticaje na raspodelu odnosa moći u jednom društvu, što za posledicu ima političke, ekonomske, društvene i kulturalne konsekvence. Postojanje i sveprisutnost novih mediја uključuje tri aspekta: konkretna tehnološka *sredstva* koja omogućavaju ljudima da komuniciraju; *prakse* komunikacije u koje su ljudi uključeni kada koriste određena sredstva komunikacije; šire društvene *odnose* koje ljudi grade oko tehnoloških sredstava i komunikacionih praksi:

„Medijacija može da se razume u oba značenja same reči, kao upotreba tehnoloških kanala za proširivanje ili unapređivanje komunikacije, i kao interpersonalni proces participacije ili intervencije u kreiranju i deljenju značenja. Iz perspektive medijacije, interpersonalna interakcija i mediji, kao i ponašanje i kultura, jesu komplementarni i uzajamno determinišući aspekti celokupnog fenomena komunikacije, pre nego analitički razdijeljeni i kompetitivni domeni” (Lievrouw 2011: 4).

Pojam koda zauzima centralno mesto u strukturalističkoj semiotici. Već je Sosir naglasio da znakovi nemaju značenje kada stoje izolovano, već samo onda kada su interpretirani u svojim međusobnim relacijama. Kodovi obezbeđuju okvir u kome znakovi medijskog teksta mogu imati smisla. Znakovi ne proizvode značenja na osnovu egzistencijalnih ili analognih relacija sa objektima na koje se odnose, već na osnovu konvencija. Ideja koda implicira izvesnu konvenciju, a to je ideja društvenog odobravanja sa jedne strane i skup određenih pravila sa druge. Konvencionalnost kodova reprezentuje društvenu dimenziju semiotike. Stjuart Hol zaključuje:

„Diskurzivno 'znanje' nije proizvod transparentne reprezentacije 'realnog' u jeziku, već artikulacije jezika u odnosu na realne relacije i preduslove. Zato nema shvatljivog diskursa bez operacije koda” (Hall 2005: 121).

Lingvistički kodovi imaju veoma važnu ulogu u načinu na koji konstruišemo realnost. O svetu saznajemo posredstvom kodova koji ga strukturiraju. Sa stanovišta naivnog realizma, reči prosto reflektuju objekte u spoljašnjem svetu. One su samo nazivi za stvari, što je posledica naizgled očigledne pretpostavke da 'stvari' egzistiraju nezavisno od jezika posredstvom koga ih označavamo. Gledano sa ove pozicije, postoji direktna korespondencija između reči i njenog referenta. Jezik je nomenklatura – imenovanje stvari koje postoje oko nas u svetu. Nasuprot realistima, relativisti tvrde da stvari ne postoje nezavisno od znakovnih sistema koje koristimo. Jezik ne označava prethodno postojeće kategorije, one ne postoje izvan nas 'u svetu'. Kada bi postojale, onda bi prevođenje sa jednog jezika na drugi bilo veoma jednostavno. Međutim, to nije slučaj. Ne samo što ne postoji podudarnost između onoga što označavaju reči u različitim jezicima, nego iste reči tokom istorije menjaju svoje značenje. Zato je ono što nazivamo realnost kreirano u jeziku koji koristimo:

„Tvrđnja da literarna forma reflektuje svet, jednostavno je tautološka. Ako pod 'svetom' razumemo naše iskustvo sveta, onoga sveta koji je diferenciran jezikom, tada tvrdnja da realizam reflektuje svet znači da realizam reflektuje svet konstruisan u jeziku. Ovo je tautologija. Ako tekstovi povezuju pojmove posredstvom sistema znakova koji ostvaruju značenje na osnovu njihovih međusobnih relacija, a ne na osnovu relacija prema entitetima u svetu, i ako je književnost značenjska praksa, sve što ona može reflektovati je poredak upisan u određenim diskursima, a ne prirodu sveta” (Belsey 2002: 39).

Realnost je konstruisana u okviru medijskog jezika, medijskog diskursa i medijske reprezentacije, u specifičnom istorijskom trenutku, društvenom okruženju i pripadajućoj kulturi. To znači da medijska reprezentacija ne reprezentuje manje ili više precizno realnost na koju se odnosi, koliko omogućava sredstva kojima se realnost aktivno konstruiše. U tom smislu, mediji ne nude recipijentima realnost po sebi, nego interpretaciju realnosti zasnovanu na određenim, često prikrivenim, ideološkim matricama.

Rolan Bart (Roland Barthes) je svakako jedan od značajnih i uticajnih strukturalista i poststrukturalista čiji nam teorijski uvidi doprinose razumevanju načina na koje alternativni mediji kreiraju značenja koja ne pripadaju dominantnom mejnstrim diskursu. Bartova posebna zasluga je primena osnovnih principa

Sosirove lingvistike na sveobuhvatnije izučavanje fenomena iz domena medija i popularne kulture. Za Barta, bolje razumevanje uloge masovnih medija u savremenom društvu traži teorijski pristup iz domena semiotike. Zainteresovan za jedan od najuticajnijih novih medija – fotografiju, Rolan Bart se u svojoj knjizi *Svetla komora* bavi problemima koncepta i značenja fotografije u kulturi i istražuje načine na koje određena kombinacija vizuelnih znakova proizvodi značenje u datom kontekstu. O uverljivoj naturalizaciji medijskih sadržaja Džilien Rouz kaže:

„Sve ove različite vrste tehnologija i slika nude poglede na svet; oni grade prikaz sveta u vizuelnim terminima. Međutim, ovakav prikaz, čak i uz pomoć fotografije, nikad nije nevin. Ove slike nikad nisu transparentni prozor ka svetu. One interpretiraju svet; one ga pokazuju na veoma posebne načine” (Rose 2002: 6).

Bart smatra da je interakcija između posmatrača i fotografije kulturalno uslovljena. To znači da posmatrač pri interpretaciji slike koristi celu jednu arhivu vizuelnih i verbalnih tekstova koji su proizvedeni u specifičnom društvenom i kulturalnom diskursu. Da bi objasnio kulturalni efekat i značenje fotografije, Bart identifikuje njena dva aspekta – *studium* i *punctum*. *Studium* je onaj aspekt fotografije koji je kulturalno proizveden i interpretiran. Značenje se proizvodi u subjektivnom polju posmatrača, koji uvek pripada određenom kulturalnom poretku i senzibilitetu. Za Barta *studium* je primarni vid interpretacije fotografije. On je polazište sa koga su sva moguća čitanja fotografije generisana i kontekstualizovana. *Studium* je deo opšteg teorijskog diskursa; to je način na koji čitamo ili doživljavamo fotografiju u zavisnosti od našeg predašnjeg znanja i iskustva, koji uvek imaju važnu ulogu u tome kako vidimo svet oko sebe. Drugi pojam koji Bart koristi kada govori o fotografiji je *punctum*. Ako *studium* formira kulturalnu osnovu fotografije – kako za samu sliku, tako i za posmatrača – *punctum* je element koji je destabilizuje. *Punctum* ne samo što remeti način na koji *studium* organizuje značenje fotografije, već utiče i na promenu pozicije posmatrača. Po Bartu, *punctum* je različit za svakog pojedinog posmatrača. To je tačka u kojoj posmatrač investira u sliku i počinje da uzima učešće u stvaranju njenog značenja. *Punctum* hvata njegov pogled i od tog trenutka subvertira kodove koji pokušavaju da konstruišu celovitu i 'prirodno' komponovanu sliku. On kao strela probada *studium* i čini ga nestabilnim. *Punctum* je identifikovan sa detaljima koji privlače pažnju posmatrača i remete poredak fotografije. *Punctum* nije nešto što je namerno uneto u fotografiju: „To je dodatak: to je ono što dodajem fotografiji, a što je, ipak, već tu” (Bart 2004: 57–59). On nas uvek pogađa slučajno i iznenadno. Nedeterminisan sadržajem fotografije, *punctum* proishodi iz subjektivnosti posmatrača. Veoma korisna Bartova zapažanja možemo primeniti na svet medija – dominantne medije koji

predstavljaju *studium*, destabilizuju i dekonstruišu alternativni mediji kao *punctum*. Rolan Bart je izdao svoju čuvenu zbirku eseja *Mitologije* u kojoj se bavio semiotičkom analizom različitih 'mitova' francuskog građanskog društva 50-ih godina XX veka. Obuhvatio je mnoge savremene i popularne teme kao što su novi model *Citroën*-a, striptiz, francusko vino, profesionalno rvanje, itd. Hteo je da pokaže kako funkcioniše proces naturalizacije u građanskom društvu u kome se uz pomoć medija i masovne kulture ono što je istorijsko pretvara u prirodno kako bi građanska ideologija sačuvala svoj povlašćeni status:

„Na ova razmišljanja bi me najčešće pokrenula uzrujanost koja se javlja zbog 'prirodnosti' koju štampa, umetnost i zdrav razum neprekidno pridodaju realnosti koja, iako u njoj živimo, jeste bez sumnje determinisana istorijom. Jednom rečju, kada se govori o našim sadašnjim okolnostima, zameram što na svakom koraku vidim kako se brkaju Priroda i Istorija, pa sam hteo razobličiti ideološku zloupotrebu koja se, po mom mišljenju, skriva u običaju da se dekorativno iznose stvari koje se *razumeju-same-po-sebi*” (Barthes 1991: 10).

Zato je praksa reprezentacije u medijima veoma važan faktor u kontekstu konstituisanja i proizvodnje ideološke i političke moći. Istraživanje odnosa između autoriteta, političke moći i reprezentacije, otkriva model po kome je strukturirana svaka vlast. Osnovni zadatak reprezentacije je učiniti nešto prisutnim, ali na način koji nije imitacija prisustva, već koji bi bio efekat samog prisustva. Često reprezentacije imaju veći efekat od onoga što reprezentuju. Reprezentacija proizvodi dvostruki efekat. Prvi efekat reprezentacije je demonstracija moći prisustva kroz ponavljanje imaginarno prisutnog:

„Prva karakteristika ideološkog autoritativnog diskursa je da je definitivan i sveobuhvatan i, na taj način, otkriva svoju autoreferencijalnost. On postaje mesto gde se ustanovljeni principi ponavljaju i glorifikuju” (Goldschläger 1982: 13).

Drugi efekat je konstituisanje sopstvenog legitimnog i autoritarnog subjekta vlasti u vidu institucionalne moći:

„U isto vreme reprezentacija konstituiše svoj subjekat. To bi bio drugi efekat reprezentacije uopšte, da konstituiše subjekat kroz refleksiju reprezentacionog okvira” (Marin 1988: 5).

Kako reprezentacija ne samo *de facto* već i *de jure* reprodukuje uslove koji je čine mogućom, to znači da je glavni efekat reprezentacije moć, koja je zauzvrat

autorizuje. Моћ означава способност kojom se моће имати uticaj i деловати на некога или на нешто. Она није само то деловање, већ потенцијал који омогућава деловање. Моћ није коришћење силе, већ стање из кога је употреба силе могућа. Систем репрезентација је средство којим се моћ исказује и утемељује. На тај начин систем репрезентација трансформише силу у моћ, valorizujući је као легитимно стање. Репрезентација као важан елемент владајућег дискурса без репресије дисциплинује људе да на одређене начине мисле и делују и на тај начин их производи у субјекте.

Umesto tradicionalnog i prevaziđenog shvatanja медија као средства преношења поруке од пошљача ка примаоцу, семиотичка теорија сугерише приступање медијским феноменима као комплексним знаковним системима. Ако под језиком подразумевамо сваки систем комуникације који користи знакове организоване на одређен начин, онда и медијске репрезентације можемо сматрати за праксе производње значења које конституишу медијски језик који узимамо као предмет семиотичког истраживања. Конзумирање медијских садржаја није само перцептивна и контемплативна активност, већ је то пракса читања и интерпретације медијског текста, која се применом семиотичке теорије моће истраживати као процес производње значења у ширем друштвеном и културалном контексту. Иако моће изгледати да медијски текст реферише ка реалности изван самог знаковног система, он се заправо састоји од *репрезентација* – знаковних формација које су 'идеолошки производи' или 'културални конструкти' друштвених и историјских околности специфичних за своје време. Зато медији не служе само да пренесу одређену количину информација од пошљача ка примаоцу како поједностављени модели комуникације сугеришу, већ активно учествују у интерпретацији и креирању света који нас окружује. Медији никада нису били само невини преносиоци „порука”, него су и средство помоћу кога се успостављене друштвене разлике naturalizuju и одржавају као такве. Потенцијалност значења и pluralnost читања svakог медијског текста омогућава алтернативним медијима да актуализују значења која не потпадају под дискурс мејнстрим медија. Да би остварили своју комплементарну функцију, алтернативни медији не морају да произведу нове медијске садржаје, довољно је да пружи нове читања постојећих медијских садржаја. Када говоримо о алтернативним медијима, језик отпора доминантном медијском простору могуће је произвести зато што значења нису фиксирани нити их је могуће фиксирати за знак. Реконтекстуализација, punctum, као и свака могућност отвореног читања текста значење чини нестабилним и лако променљивим. Апропријација старих означајача од стране нових означајача ову промену чини могућом. Локалне и marginalizovane заједнице могу се супроставити културалној доминацији и homogenizaciji критичким односом према садржајима и порукима мејнстрим и корпоративних медија, а посебно градећи своје локалне, алтернативне медијске просторе који могу на прави начин репрезентовати њихове интересе и погледе на свет.

LITERATURA

Bailey, Cammaerts, Carpentier (2008): Olga Bailey, Bart Cammaerts, Nico Carpentier, *Understanding Alternative Media*, Maidenhead: Open University Press.

Bal, Brajson (2002): Mieke Bal, Norman Brajson, *Semiotika i istorija umetnosti, II deo* (prev. Ksenija Stevanović i Dragana Kitanović), *PRELOM*, 2/3, Beograd: Centar za savremenu umetnost.

Bart (2004): Rolan Bart, *Svetla komora: nota o fotografiji* (prev. Mirko Radojičić), Beograd: Rad.

Barthes (1991): Roland Barthes, *Mythologies*, New York: The Noonday Press.

Belsey (2002): Catherine Belsey, *Critical Practice*, London and New York: Routledge.

Canton (1981): Giussepina Dal Canton, *Problemi semiotike suvremene umjetnosti, Plastički znak – zbornik tekstova iz teorije vizualnih umjetnosti*, Rijeka: Izdavački centar Rijeka.

Goldschläger (1982): Alain Goldschläger, *Towards a Semiotics of Authoritarian Discourse, Poetics Today*, Vol. 3, No. 1, Durham: Duke University Press.

Hall (2005): Stuart Hall, *Encoding/decoding, Culture, Media, Language*, London: Routledge.

Lešić (2003): Zdenko Lešić (ur.), *Nova čitanja – Poststrukturalistička čitanka*, Sarajevo: Buybook.

Lievrouw (2011): Leah Lievrouw, *Alternative and Activist New Media*, Cambridge: Polity Press.

Marin (1988): Louis Marin, *Portrait of the King*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Martinec, Salway (2005): Radan Martinec, Andrew Salway, *A System for Image-Text Relations in New (and Old) Media, Visual Communication*, Vol. 4, Thousand Oaks: SAGE Publishing.

Rose (2002): Gillian Rose, *Visual Methodologies, An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, London: SAGE Publications.

Sosir (1969): Ferdinand De Sosir, *Opšta lingvistika*, Beograd: Nolit.

Milan A. Radovanović
Academy of Arts
Belgrade

THE SEMIOTICS OF ALTERNATIVE MEDIA

Summary: The main issues considered in the paper are the following: How do mainstream media contribute to maintaining existing relationships in the society and what enables alternative media to act as instruments of social change? In the modern era dominated by digital technologies and the invasion of a multitude of visual representations, the approach to reality is less direct and increasingly mediated. The media are not only neutral transmitters of offered contents, but are also an integral part of complex sign systems and interpretative practices of contemporary society. In order to achieve their complementary function, alternative media do not have to produce new media contents, it is enough to provide new readings of the existing ones. When talking about alternative media, it is possible to produce a language of resistance to the dominant media environment, because the meanings are not fixed to the sign. Re-contextualization, the punctum, as well as any possibility of an open reading of a text, make the meaning unstable and easily changeable. Appropriation of old signifiers to the new signifieds makes this change possible. Local and marginalized communities can confront cultural domination and homogenization by critical attitude towards content and messages of mainstream and corporate media, especially by creating their local, alternative media environments, representing their interests and worldviews in their own way.

Key words: media, alternative, society, semiotics, sign.

Maја D. Ristiћ
Univerzitet umetnosti u Beogradu
Fakultet dramskih umetnosti
Katedra za menadžment i produkciju pozorišta,
radija i kulture

УДК 7.038.531:316.776.33
792.01:316.776.33

PERFORMANS KAO DRUGOST

Apstrakt: Osnovni cilj rada je da definiše i istraži osobenosti performansa kao hibridne forme izvođačkih umetnosti i njegovu ulogu u svetlu kulturnih promena u eri globalizacije, ubrzanog razvoja tehnologije, dominacije novih medija i komercijalne kulture – potrošačkog stila života otuđenog pojedinca. Performans ćemo u radu analizirati prateći razvoj avangardnog pozorišta dvadesetog veka, internet i sajber pozorišta, definišući navedene pojmove u kontekstu promena koje je poslednja decenija donela u sagledavanju pozorišta i odnosa dramskog teksta i teksta predstave. Istraživačka pitanja koja ćemo u radu postaviti su sledeća: Na koji način performans može da predstavlja alternativu novim medijima? Zbog čega je i da li je performans kao forma pristupačnija širem auditorijumu, koji nije samo posetilac i učesnik tradicionalne, prosvetiteljske umetnosti? Kako je tehnologija uticala na promene u estetici i značenju, načinima izvođenja izvođačkih umetnosti? Rad će biti napisan korišćenjem teatroloških teorija (Patrik Pavis), teorija izvođačkih umetnosti (Aleksandra Jovićeвић, Ana Vujanović), teorija medija (Rodžer Fidler), kao i metodom studije slučaja koja će poslužiti za analizu sajber performansa Bojana Đorđeva *Psihoza 4:48*, koji je nastao prema komadu Sare Kejn, digitalnog performansa *Klanica broj 5* i performansa *Žene Dade* Dah teatra u režiji Dijane Milošević. Zaključci navedenog istraživanja imaju za cilj da dovode u vezu osobine novih medija i performansa.

Кljučне речи: performans, novi mediji, internet teatar, sajber pozorište, hibridna forma, avatari, otuđenje.

*Završiti sa ovim poretkom i preduzeti
u novoj igri čovekovo telo
raskinuti sa ovim svetom mikroba
koji je tek slepljeno ništavilo.*

Antonen Arto

Mediji nas svakodnevno zavode. Dostupnost informacija, brzina protoka sadržaja, vizuelno atraktivne slike i skandalozne priče menjaju se vrtoglavom brzinom na našim malim ekranima telefona, televizora, tableta. Internet nam nudi nepouzdanе i neproverene informacije o svim segmentima života, različitim

delatnostima i naukama: medicini, psihologiji, umetnosti. *Sajber stručnjaci* nam daju savete kako da se upustimo u život a da ne pogrešimo, kako da provodimo svoje slobodno vreme, koje vrednosti da zastupamo u našim *malim* egzistencijama. Muzika, knjige, predstave, koje čitamo i gledamo putem interneta, virtuelna komunikacija, odavno su deo našeg ritualnog kretanja kroz svakodnevicu. „Uprkos čestom pominjanju da smo *prenatrpani informacijama*, ljudska bića poseduju urođenu sposobnost ne samo da asimiliraju ogromne količine informacija, nego da ih filtriraju u skladu sa svojim potrebama. Ljudi neprestano u svom svakodnevnom životu biraju informacije, pri čemu ne moraju da se osećaju *prenatrpani*. Postoje, naravno, frustracije prouzrokovane raskorakom u vremenu i nesposobnošću postojećih medija da na prikladan i isplativ način odgovore na razne potrebe i interesovanja. Međutim, sve dok velika većina potrošača ne uvidi jasne i nepobitne razloge da prihvati nove vidove sajber medija, sva je verovatnoća da će oni ostati manje-više zadovoljni nizom medija i telekomunikacijskih tehnologija koje su im sada na raspolaganju” (Fidler 2004: 243). Sajber mediji nam pružaju lakše i brže načine za *učlanjivanje* u grupe sličnih interesovanja. Komunikacija nam je brža, emocije izražavamo likovno, neutralno. Čini nam se da se brže i lakše zabavljamo, vreme brže prolazi, a mi smo sve prividno zadovoljniji. „Međutim, kao ni stvarni svet, ni virtuelne zajednice nisu bez problema i ne može se očekivati da će se svako vladati kao odgovoran i poverenja vredan građanin. Sajber prostor, prema opasnostima kojih je pun, jednako kao i povoljnostima, često se poredi sa američkim zapadom u drugoj polovini devetnaestog veka” (Fidler 2004: 260). Dakle, odgovornost prilikom biranja i recepcije sadržaja potrebna je i u virtuelnom i u realnom svetu.

Ako virtuelni svet dominira našim umom, čulima i ponašanjem, pitanja koja želimo da postavimo u radu glase: Koja forma umetnosti bi se sofisticirano suprotstavila novim medijima? Šta je alternativa medijima danas? Da li ona uopšte postoji? Koja to umetnička forma uspostavlja dobru i otvorenu komunikaciju sa publikom, korespondira direktno, bez ideološke ili demagoške *uvijenosti* sa potencijalnim ili stalnim recipijentima? Imajući sve navedeno u vidu, osnovnu hipotezu rada definišemo na sledeći način: performans kao izvođačka umetnost – *široki spektar* raznolikih akcija, rangiranih od igre, rituala, plesa, sporta, zabave, upotrebe senzibiliteta popularne umetnosti je drugost, alternativa novim medijima. Izvođenja koja odražavaju i predstavljaju svakodnevne događaje ili ljudske postupke, probleme, previranja, traume, deo su sadržaja i izražajnih mogućnosti performansa. „Bilo koje izvođenje koje se sastoji od fokusiranih, jasno označenih i društveno ograničenih oblika ponašanja koja su posebno napravljena/pripremljena za pokazivanje može se nazvati kulturalnim performansom” (Jovićević 2007: 29). U širokom spektru izvođačkih umetnosti ne mogu se jasno povući granice između performansa i religije, performativnog izvođenja i društvenih pojava koje on kritički sagledava ili nudi drugi ugao, vizuru opažanja gledaocu.

Performans je blizak različitim oblicima održavanja državnih ili sportskih svečanosti ili medijskih *rijaliti programa* poput *Velikog brata*. „U svakodnevnom životu, ljudi predstavljaju određene radnje koje se mogu doživeti kao gluma ili igra od strane *gledalaca* zbog konteksta u kome se izvođenje odvija. Najzad, jedna osoba može igrati nekoliko uloga u toku svog života, ili jednog dana, i promena uloga je nešto što je uobičajeno. Biti ono što jesmo znači ponašati se na nereprezentabilan način, ali izvođenje već podrazumeva određeno *prerušavanje* ili preuzimanje uloga, kao i izvesnu napetost tokom izvođenja” (Jovićević 2007: 29). Prema Ričardu Šekneru (Richard Schechner), pojam performansa „prevazilazi izvođačke umetnosti – ali i generalno umetnost i odnosi se na različite izvođačke prakse u umetnosti, kulturi i društvu [...]. Performansi se dešavaju na mnogo različitih instanci i konteksta i u mnogo različitih oblika” (Šekner 1992: 162). „Performans kao jedna sveobuhvatna kategorija mora biti konstruisan *kao široki spektar* ili *kontinuum akcija*” (Vujanović 2007: 22). Umetnost performansa i njegova ostvarenja se „nalaze negde između muzike, plesa i pozorišta – kao *pank, new wave*” (Šekner 1992: 154) i ovu formu izvođačke umetnosti Šekner vidi kao značajno dostignuće eksperimentalnog pozorišta koje je proširilo delokrug tema kojima se bavi. „Iako se mi danas nalazimo u periodu ekstremnog formalizma i nihilizma, dostignuća eksperimentalista moći će kad-tad da se iskoriste. Vrednosti proširenog raspona pozorišta mogu biti sumirane navođenjem svih načina na koje predstave mogu biti ostvarene. Najmanje ih ima osam: drama, teorije, pozorišna dela čiji su autori pozorišne trupe. Takva su *Hleb i lutke, Trilogija Round Ajlend*, u kojima nije bio prisutan rad pojedinca, već čitavog kolektiva, pozorišna dela čiji su autori glumci (Lini Sak, Bob Kerol, Džef Vajs), umetnost performansa, hepeninzi, likovni umetnici koji prave predstave – ljudi koji prave predstave izvan očekivanog konteksta, političko pozorište, ulično pozorište: *Nevidljivo pozorište* i *Teatar – forum*, pozorišne radionice i parateatar: Grotovski, Barbina pozorišna antropologija, religiozne ceremonije kao pozorište, rastući broj antropologa koji posmatraju pozorište” (Šekner 1992: 88). Šekner posmatra i proširuje polje delovanja izvođačkih umetnosti u kojima svoje mesto nalazi i performans.

Za francuskog teoretičara, semiologa teatra Patrisa Pavisa (Patrice Pavis), izvođačke umetnosti obuhvataju i pozorište, ali i druge oblike scenskih umetnosti: cirkus, lutkarsko pozorište, film, radio-medijske prakse. Pavis izvođačke umetnosti u svom rečniku *Dictionary of the Theatre: Terms, Concepts and Analysis* postavlja kao semiološko-fenomenalističke. Za njega „izvođačke umetnosti kao generički termin pokrivaju sve umetnosti zasnovane na izvedbi (reprezentaciji) ili na reprezentaciji njihovih sirovina: scena, glumac, slika, glas” (Vujanović 2007: 23). Igranje uloga u kontekstu proučavanja izvođačkih umetnosti značajan je element za razumevanje i definisanje performansa. „Još u srednjem veku postojala je svest o društvenim ulogama koje ljudi igraju tokom svog života. U vizuelnim predstavama *dance macabre*-a, na raznim litografijama i crkvenim reljefima iz srednjeg

veka, postoje slike u kojima smrt, oličena u mrtvacu ili lešu koji se raspada, dolazi po smrtnike i odvodi ih do smrti, bez obzira na njihov društveni status ili životno doba, u kojima su zastupljeni svi staleži u rasponu od kralja i pape, preko plemića do običnih građana. S obzirom na to da žene tada nisu imale društvene uloge, bile su predstavljene u različitim fazama svog bitisanja: devojčice, devojke, dragane, udate žene, majke, udovice, starice. Iako je tokom vekova bilo sličnih razmišljanja na temu društvenih uloga, kao i da je metafora sveta kao pozornice nastala u filozofskom i dramskom pisanju 20. veka, javljaju se prve jasnije strategije istraživanja igranja uloga kao društvenih pojava, odnosno povezivanja kulturnih i umetničkih izvođenja” (Jovićević 2007: 30). Poznata su istraživanja sociologa pozorišta Žana Divinjoa i Žorža Gurviča o društvenoj ulozi pozorišta i pozorišta kao segmenta, možda bez mogućnosti velikih promena, ali ipak značajnog dela političkog i društvenog života, a koji se ogleda u održavanju manifestacija, političkih ceremonija. Augusto Boal (Augusto Boal) pozorište vidi kao instrument za razvijanje bazičnih kulturnih potreba i način *isceljenja*, pridruživanje društvenoj zajednici marginalizovanih socijalnih grupa: samohrane majke, lica sa težim psihološkim problemima, žene žrtve nasilja, zaverenici, vojnici koji pate od posttraumatskog sindroma, siromašni građani. Boal u pozorištu animacije i pozorištu potlačenog ne želi da se bavi didaktičkim pozorištem. Njegovo pozorište je interaktivno i podrazumeva iznalaženje slobodnih formi izražavanja i glumaca i gledalaca. „Ta spontanost, slučajnost i neponovljivost svake predstave *pozorišta potlačenog*, gde su razlike između pojedinih izvođača tolike da su krajnji rezultati sasvim drugačiji, da negde grupa učesnika usvoji jedno, a drugde drugo rešenje kao najpovoljnije, te odvede predstavu u sasvim drugi tok, ogromna je prednost *pozorišta potlačenog* i upućuje na njegov ogromni značaj, pre svega kao metode sociološkog eksperimentisanja, a zatim i zahteva permanentnog obrazovanja i metode kulturne animacije. To što se baš u sociologiji, čak i u akcionim istraživanjima, ova metoda gotovo uopšte ne koristi, samo je pokazatelj koji upućuje na često veoma neopravdanu podvojenost naučnog i umetničkog rada. Smatrajući da je *pozorište potlačenog* u suštini životni stav – nije dovoljno da pozorište samo upozna svet, već da ga menja (Dragičević Šešić 2012: 143). Poput Boalove težnje za sjedinjavanjem izvođača i publike, u središtu performansa nalazi se zajedništvo između umetnika i publike, čime se publika podstiče i *poziva* da učestvuje u igri glumaca oslobađajući je od strogih i urođenih društvenih okvira.

RIJALITI ŠOU ILI RIJALITI PERFORMANS VS TEORIJE PERFORMANSA

Performans koji odražava sve ove osobenosti o kojima smo govorili je delo letonskog reditelja Alvisa Hermanisa *Drugi život*, predstava koja je koncipirana kao „isečak iz života” veoma starih penzionera u zajedničkom stanu u Rigi

(Letonija, bivši SSSR), u vidu svojevrstnog brisanja razlike koja postoji između svakodnevnog života i pozorišne glume i značenja rada pozorišnih i filmskih glumaca. U *Drugom životu* „glumačka tehnika je dovedena do takve izveštačenosti da gledaoci još opreznije govore o novoj stvarnosti jer je u ovim komadima sve pod kontrolom (...). Hermanis je napravio predstavu u kojoj je gledalac doveden u situaciju *unutrašnje montaže*, odnosno situaciju u kojoj je svaki gledalac pojedinačno čitao predstavu drugačije, montirajući je po sopstvenom redu” (Jovićević 2007: 33).

Prvu teoriju performansa izložio je Džon Lengšo Ostin na Harvardu 1955. godine. Ostin je uveo i istraživao performativne iskaze, kao i razliku između njih i konstativa. Iskazi podležu kriterijumu istinitosti, ali i promenljive istinitosti. Performativi su iskazi koji ne utvrđuju već deluju, učinkoviti su i deo su stvarnosti. Ostin dalje razvija opštiju teoriju govornih činova, u okviru koje je podela iskaza na performative i konstative uključena u problematiku različitih činova koje iskazi izvode. Lokucijski čin je čin iskazivanja, ilokucijski se dešava kada se u iskazivanju vrši radnja, a perlokucijskim se nešto postiže iskazivanjem. Pošto svaki iskazani iskaz jeste lokucijski čin, važno je ukazati na razliku između ilokucije i perlokucije. Na primer, „Proglašavam kraj suđenja” – u određenim okolnostima iskazivanje ima ilokucijsku moć da završi suđenje; dok je kod iskaza „Zamolite je da završi suđenje” završetak suđenja izražen perlokucijskim učinkom. Izgovoreno je posledica iskaza, a ne radnje koju sam iskaz izvodi. Prema Ostinu, odrediti značenje iskaza znači odrediti konvencije koje omogućavaju različite ilokucijske činove, jer da bi se dobro izvela govorna radnja nije dovoljno izgovoriti performativni iskaz (npr. „Proglašavam kraj suđenja”), već je nužno da veliki broj činilaca i pravila konteksta iskazivanja *teče ispravno* (Vujanović 2007: 59). Za Ostinovu teoriju performansa je važno razumeti značenje koje određeni iskaz ima. Oblik ili usmerenje iskaza određuje njegov smisao i cilj, čime ova teorija ulazi u domen psiholoških nauka. Za uspeh performansa nije značajno samo šta se izgovara, već sam kontekst u kome se govor postavlja i uokviruje. Teorija performansa i govornih činova je nastala u okviru posleratne britanske filozofije jezika, tj. filozofije običnog govora započete Vitgenštajnovim *Filozofskim istraživanjima*. Autori koji istražuju performativ u umetničkoj izvedbi naglašavaju da se na sceni u nemetaforičnom smislu suočavaju dve stvarnosti: umetnička stvarnost (simbolički poredak scenske situacije) i stvarnost konteksta izvođenja (prostor–vreme izvođenja/publika, društveni kontekst). Tako Aldo Milohnić pokušava da opovrgne Ostinovu tvrdnju primerima prave performativnosti. Osnovna zamerka autora koji izučavaju samu prirodu izvođenja kao oblika predstavljanja zameraju Ostinu njegovo nepoznavanje suštine izvođenja: igru, spontanost i sinkretizam. Ovakva logika teorije performansa nagoveštava pojavu Boalovog *nevidljivog pozorišta*, hepeninga, bodi-arta, kao i performerski futuristički teatar. „Nepersformativna izvedba stvara značenja u odnosu prema spoljašnjim referentima, činjenicama izvanumetničke

ili izvanizvedbene stvarnosti” (Vujanović 2007: 62). Značenja mogu da budu *preuzeta* iz događaja društvene krize, privatnih ili seksualnih doživljaja. Činom izvođenja neperformativna izvedba analizira, osporava, kritički sagledava događaj koji se nalazi izvan referenta. „Mimetičnost je tu zastupljena, svakako, pre u aristotelovskom nego u platonovskom smislu. Paradigmatski primer takve izvedbe je dramska predstava, često čak i kada je postdramska, a takođe je tradicionalna opera i balet – koji nevidljivim četvrtim zidom osiguravaju relativno jasne granice simboličke situacije na sceni” (Vujanović 2007: 62). Performativna izvedba sa aspekta analitičke filozofije vezuje se za postojanje fizičkog, neverbalnog pozorišta koje može da ostvari dublju analizu i izražajnost u odnosu na predstavljanje stvarnosti. U domaćoj pozorišnoj praksi neverbalnog pozorišta najbolje primere ovog pristupa možemo da sagledamo u radu Dah teatra, Plavog pozorišta, Ister teatra. Iako njihove izvedbe najčešće nisu na dramsko-teatarski način referencijalne – već je reč o direktnom bihevijoralno-ekspresivnom izvođenju značenja – one nisu ni doslovno performativne, jer referent ostaje spolja i značenje koje uspostavlja odnosi se na realnu ili fiktivnu, objektivnu ili subjektivnu postojeću stvarnost. Njihovi učinci stoga spadaju u domen perlokucije, a ne ilokucije. S aspekta Ostinove teorije, performativne izvedbe su one koje značenje uspostavljaju u činu izvođenja (Vujanović 2007: 63). To su izvođenja čiji akcenat je na čulnom, fizičkom. Značenje ovog oblika performansa nije na *komentarisanju* spoljašnjeg događaja, već na izazivanju, ali i na stvaranju unutrašnjih referenci. Značenja se proizvode tek u ostvarivanju celokupnog odnosa prostora, vremena, tela izvođača, njegovog identiteta i publike. Ovaj oblik performansa vidimo u radu Augusta Boala, Hermana Ničea, *Electronic Disturbance Theater-a*. Teorije performansa izučavaju performativnost performansa sa aspekta psihoanalize zalažući se za činjenicu da performativ ima potpuno različita značenja u odnosu na okolnosti. U fokusu proučavanja performansa sa aspekta psihoanalize je performativni referent o kome piše Šošana Felman u studiji *Skandal tela u govoru*. Učinak i dejstvo performansa, prema Šošani Felman, ne može se svesti na iskaz. „Ona ističe da autoreferencijalnost performativa podrazumeva asimetričan odnos iskaza i iskazivanja, tj. proizvodi se višak iskazivanja, ilokucijska moć koja nadilazi iskaz” (Vujanović 2007: 64). Performans se na osnovu ove teorije ostvaruje u stvarnosti, on je deo materijalno-društvene prakse. Dobar primer ovakvog vida performativnosti je ono što se zbiva u *Hamletu*, u komadu sukobljavanja unutrašnjih konflikata koji proističu iz šireg okruženja: porodice, društva. Dobar primer je i *gay parada* koja se može tumačiti kao *borba* pojedinca za socijalna prava i ravnopravnost populacije homoseksualne orijentacije, a, opet, ovakve vrste manifestacija su i primer čiste kič estetike. Kontraverzni performans koji je dobar primer navedene teorije je i *I Miss You* Franka B koji je svesno nanosio žiletima povrede na svom telu izazivajući namerno krvarenje iako je zaražen virusom HIV-a, o čemu je publika bila informisana. U Beogradu je ovaj performans izveden 2002. godine kao gest

pokajanja nad prolivenom krvlju u грађанском рату на просторима ex-Jugoslavije, dok je на Западу требало да провоцира појаву или епидемију хипохондрије. Изведба је материјални чин, изведена сада и овде, увек другачија у зависности од окружења и друштвеног контекста у коме се налази. Перформативни референт се не може пронаћи нити видети ни у једној другој стварности. Он је јединствен за дату изведбу; већ у другом извођењу, на другом подручју, он се менја, прилагођава, што перформативном извођењу даје динамичност, покретљивост и јединственост као особности. Са развојем технологије перформанси постају *видљивији* и доступнији публици различитих националности, стилова живота. Перформанс се одвија пред публиком и која није физички присутна на датом извођењу. „Упркос што је најважнија карактеристика перформанса (била) да су њихови извођачи присутни само у стварном времену, односно *овде и сада*, савремено доба омогућава документовање, чување и историјску реконструкцију перформанса (...), обнављање перформанса, као на пример у случају Marine Abramović, или интернет перформанса *Desktop teatra (Desktop Theater, Avatar Body Collision)*. Обнављање перформанса доводи у питање суштину уметности перформанса, јер иако је уметност перформанса била видљива, она није остављала трагове, она није могла да буде купљена или продата. На тај начин, сви покушаји да се помере границе уметности перформанса завршили су се у музеју, перформанси се реконструишу и снимају, откупљују и чувају” (Јовићевић 2007: 86).

TEHNOLOGIJA U POZORIŠTU I SAJBER PERFORMANS

Danas se pozorište suočava sa brojnim izazovima u načinima izvođenja usled primene novih tehnologija. Sa jedne strane, upotreba tehnologije može da doprinese spektakularnijem izvođenju, da redukuje upotrebu klasično израђене scenografije, ali tehnologija može da učini mnogo više. „Tehnologija se најчешће u театру представља као неутрална, као чисто средство, и u томе је највећа опасност и могућа злоупотреба. Још је Бакунјин, од кога је и преузет термин за авангарду, пре више од сто година упозорио да се треба чувати владавине научне интелигенције, коју је он дефинисао као најаристократскијег, најдеспотовскијег, најарогантнијег и најелитистијег од свих режима. Па ипак, државе и мултинационалне корпорације се не би бориле тако грознијачаво за контролу над доменом дигиталног када би нове технологије биле само средство” (Јовићевић 2004: 16). Поборници класичног театра, песимисти, заступају негативна становишта у вези са коришћењем нових технологија у извођењу представа, док футуристи славе компјутеризовано управљање информацијама, биотехнологију, кибнетиком, сасгледавајући употребу технологије у смеу стварања и реализације снажније и упећатљивије сценске метафоре. За футуристе је значајна сублимација и брзина извођења, док надреалистима технологија служи како би приказали нелогијно, реално, из различитих углова и сфера. Простор за сједињавање технологије и позоришта настаје у тренутку када теоретичари позоришта одустају од

dominacije dramskog teksta i *vladavine* literarnog pozorišta. Naime, čitav avangardni pokret i njegovi predstavnici smatrali su da teatar ne mora da koristi samo reči, kao i da pozorište ne služi samo kao posrednik za predstavljanje ili interpretaciju dela iz drugih umetnosti. Antonen Arto (Antonin Artaud) je zamerao pozorištu Zapada psihologizaciju i naturalizam, izučavajući pozorište Istoka kao autentično pozorište koje podrazumeva nelogični, ali vizuelno snažan spoj zvukova, kostima, maski, jarkih boja, plesa, glumaca na štakama. „Kreg (Craig) je insistirao na stanovištu da je svaka umetnost definisana jedinstvenim kvalitetom materijala koji koristi. Materijal teatra su: pokret, glas i scenski dizajn. Stoga je potrebno da reditelj ovlada veštinom radnje, linija, boja, ritma i reči, kako bi *umetnost teatra* ponovo zadobila *svoja prava* i postala kreativna umetnost koja veruje u samu sebe, a ne puka veština interpretacije. Kreg je smatrao da je došlo krajnje vreme da se pozorište vrati svom poreklu i da se elitarizuje [...]. Ovaj zahtev je napustio osnovne principe iluzionističkog pozorišta srednje klase. Ako je pozorište shvaćeno kao umetnost, njegov zadatak ne može biti jednostavno imitiranje prirode i pružanje iluzije realnosti” (Jovićević 2004). Pozorište budućnosti treba da koristi različite instrumente predstavljanja ideja, znakova, a ne celovite priče. U futurističkim *seratama* pojavila se osnova svega što je kasnije poslužilo kao model za formiranje performansa i hepeninga u drugoj polovini dvadesetog veka. One su bile pre svega mešavina umetnosti, polemike i pseudopolitičke akcije. Pozorište se kreće ka ujedinjenju svih elemenata (scenarija, zvuka, pokreta, kostima, svetla...). „Jedan od ideologa Bauhauasa, Laszlo Moholy-Nagy u svom eseju *Teatar, cirkus, varijete* (1924) ponovio je ideju o *totalnom pozorištu*, kao velikom, dinamičkom i ritmičkom procesu, koje će u sebi sadržavati sve tehničke i umetničke medije. Vreme je, pisao je Nagy, da se sva tehnička dostignuća (film, automobil, lift, avion, optički instrument) iskoriste za složeni scenski aparat, jer je krajnje vreme da se proizvede vrsta pozorišne predstave koja više neće dozvoliti da masa budu pasivni posmatrači, već će se one fuzionisati sa radnjom na sceni. Takva scena zahtevala je modernog reditelja koji će imati hiljadu očiju i biti u stanju da razume i kontroliše sve elemente moderne komunikacije” (Jovićević 2014: 28). Glumca su zamenile nadmarionete u pozorištu Gordona Krega, dok je Hajner Gebels *izbacio* glumce sa pozornice kreirajući svoje instalacije od vode, muzike, svetla, šumova i glasa koji su publici predstavljali *teze*, segmente za razmišljanje, a ne gotove ideje.

PSIHOZA I SMRT AUTORA, ŽENE DADE I KLANICA BROJ 5, PERFORMATIVNOST NA IVICI ŽIVOTA I SMRTI

Bojan Đorđev u digitalnom, internet performansu *Psihoza i smrt Autora – Algoritam Yu03/04.13* sledi definisana teorijska određenja performansa istražujući

domete izvođačkih umetnosti u vreme novih medija. Ovaj autor kreira prvi ovakvo delo u našoj sredini i pokreće značajna pitanja vezana za socio-kulturni kontekst, položaj pojedinca u našem društvu, ali i svojim radom teži da doprinese proširivanju publike koja može da aktivno učestvuje u ovako značajnom delu koje preispituje sve postojeće modele zapadne kulture i zapadnog načina života.

Internet teatar kao umetnička koncepcija nastaje sredinom devedesetih godina dvadesetog veka, prvo na prostorima zapadne Evrope, a kasnije i Amerike. Internet teatar nije animirani film ili video-rad. U kontekstualnom pogledu, internet teatar se realizuje u savremenim institucijama kulture i performansa, kao produkt određenog vremena i kulture: kasnog – postmodernog pozorišta. Za realizaciju internet teatra nije potrebno posedovanje mašine i prikazivanje umetnosti putem *svetlucavih ekrana*, potrebno je mnogo više, kao i za opstanak svake umetnosti, kako naglašava sociološkinja umetnosti Viktorija de Aleksander u studiji „Socijologija umetnosti”. Socijalni ili politički kontekst, estetska forma, postojanje opipljivog zaokruženog i celovitog proizvoda potrebno je za definisanje i uobličavanje internet pozorišta i performansa. „Internet teatar nije homogena, ni konzistentna medijski određena umetnička oblast čije prakse dele jedinstvenu poetiku. To je erozivna oblast koja obuhvata neujednačen skup mikrokonceptata i praksi umetnika/ca i teoretičarki različitih disciplina, obrazovanja i usmerenja, estetičkih i etičkih kriterijuma, zahteva i političkih, umetničkih i teorijskih pozicija. Taj (nehijerarhijski) raspon se može bledo opcrtati potezom od kompleksnih, umetničko-kulturalno-društveno kritičkih i teorijskih promišljanja projekata Igora Štrosmajera, često u saradnji sa filozofkinjom Bojanom Kunst, preko disciplinarnih i fenomenalističkih problematizacija i konfrontacija (visoka umetnost: pop kultura, dramski tekst: ekranski hipertekst, živi teatar: digitalna tehnologija, ljudsko telo performerera: pikselno telo avatara), karakterističnih za radove grupe Hamnet Players, Desktop Theater i Avatar Body Collision i umetnice Helen Varley” (Vujanović 2004: 38–39). Internet teatar čini *sajberperformans* koji se izvodi u virtuelnom internet prostoru. Scenografiju ovog pozorišta mogu da predstavljaju crteži, fotografije, animirani ambijenti, dok su *avatari* nestvarne, imaginarne figure, glumci-izvođači. „Osporavanjem statusa izvođača, avatarima se prikrija ili osporava rasep subjekta i individue, a nasuprot tome, proizvođenje nesamosvesnih ekranskih sličica u status nekad rezervisan za savremenog ljudskog aktera problematizuje čitav humanistički projekt subjekta” (Vujanović 2007: 133).

Performans Bojana Đorđeva *Psihoza i smrt autora – Algoritam Yu03/04.13* inspirisan je dramom Sare Kejn (Sarah Kane) *Psihoza 4:48* – predstavnicom novog brutalizma, dramaturgije *krvi i sperme*. Dramsko stvaralaštvo Sare Kejn obeležilo je evropsko pozorište dvadesetog veka, koje je bilo zatečeno i šokirano hrabrošću spisateljke da ogoljeno, bez trunke sentimentalnosti i teatralizacije prikaže na sceni lažne, puritanske i licemerne vrednosti i moral građanskog društva.

Njeni komadi se mogu *čitati* i procenjivati iz različitih perspektiva: idejno-filozofskih, estetsko-izvođačkih. Drama Sare Kejn *Psihoza 4:48* može se doživeti kao tok misli subjekta i objekta pred samu smrt. Sara Kejn dramatično opisuje svoje poslednje dane nezalečene psihoze, psihičke bolesti proistekle iz nedostatka autentične porodične ljubavi. Snaga ovog komada je u njegovoj autobiografskoj, ispovednoj reči, izvornim, traumatičnim osećanjima straha, koje je Sara Kejn opisala bez zadržske, već u groznici tela i uma umetnika koji umire.

Komad *Psihoza 4:48* nema jasnu dramsku strukturu, određene likove, uvod, zaplet, rasplet. Ona se ne bavi razvojem značenja, već uporno gradi ka onoj tački kada se život završava. „Taj splet objekta i misli ne može se povezati sa određenom predstavom/objektom koja se da imenovati” (Pelević 2007: 45). Julija Kristeva (Јулија Кристева) tok misli i događaja u ovoj drami proučava kroz pojam *zazornosti*. „Jedina osobina objekta koje *zazorno* jeste da se suprotstavlja njenom Ja” (Kristeva 1989: 159). Ali taj objekat je i izopštenik koji se pojavljuje tamo gde se smisao slama. S druge strane, protiv njega se *bori* pouzdano *Ja* koje uporno pokušava da otera *zazornost*. Ali *zazorno* poput grčeva i krika muči i izaziva junakinju. Drame Sare Kejn nisu samo lične ispovesti i upečatljive *slike* teške bolesti, već su one mnogo više od jednostavnog prikazivanja stradanja lika drame. Dimenzija stvaralaštva Sare Kejn se uzdiže do univerzalnog pokazivanja i ukazivanja na gorući problem zaglavljenosti čoveka dvadesetog i dvadeset prvog veka u materijalnom, pohotnom zadovoljenju svojih nagona preoblikovanih u egoizam i narcizam. Sav sunovrat pragmatičnog, bezličnog života opisala je Sara Kejn u svojim dramama *Razneseni*, *Fedrina ljubav*, te i u *Psihozi 4:48*. U digitalnom performansu *Psihoza 4:48*, Bojan Đorđev kao reditelj i Ana Vujanović kao konceptant projekta ne bave se individualnom patnjom Sare Kejn; umesto toga „projekat je usmeren na istraživanje interakcija: između paradigmi jedne male, lokalne kulture koja pokušava da sačuva sebe (i svoje /kvazi ili ne/ nasleđene vrednosti) od novih uticaja i paradigmi savremenog globalnog društva koje pokušava da asimiluje različitosti u neku vrstu površne bez-konfliktne jednakosti: između stare figure umetnika-genija koji stvara *ex nihilo* i moderne figure umetnika-operatera (prema tezama o smrti Subjekta i Autora); i između različitih praksi koje čine kulturu u kojoj živimo (savremene teorije kulture, novi mediji i tehnologije, teatar, performans i art)” (Đorđev, Jovanović, Vujanović 2004: 120).

Autori ovog performansa stvaraju hibridnu dramu od delova originalnog teksta Sare Kejn zadržavajući klinički ambijent originalnog komada. Komad je u *novoj verziji* podeljen na šest avatara, izvođača. „Osnovni sinopsis komada je situacija u nedefinisiranom prostoru sanatorijumskog tipa. Avatari su: predstavница institucije (nadzornica) i pet 'pacijenata' – autora. Nadzornica vodi grupnu terapiju podstičući ispovesti autora postavljajući pitanja koja odražavaju njihov život: svesni i nesvesni? Posle odgovora na pitanja, radnja se premešta u sledeću prostoriju, ali sa jednim avатаром manje – do poslednjeg. Ceo rediteljski postupak se oslanja

na tradiciju evropske avangardne drame 20. veka – posebno njenu konverziacionu *Talking Heads* nit: Sartre, Beckett, Sarah Kane” (Đorđev, Vujanović, Jovanović 2004: 121). Pred samo izvođenje razgledaju se tekstovi koji će biti izvedeni. Biraju ih avatari i publika, čime se razvija interaktivnost, različite mogućnosti u određivanju kraja performansa. Publika upravlja avatarima. Ona postaje reditelj i pisac predstave. Publika bira tekst avatara i može da se *kreće* kroz različite prostore. Ona sama odlučuje put svog kretanja, sadržaj i ishode. Publika postaje *glavni glumac* jer u performansu nema gotovih rešenja. Složeni za tumačenje i duboko potresni iskazi Sare Kejn uvođenjem digitalizacije postaju bezlični, hladni, ali dostupniji gledaocima. Performans stvara kritičku distancu prema iskazu i izvođačima. Sve postaje video-igra. „Glasanje publike odlučuje o tome koji će avatar ostati u igri, tj. koji će najduže ostati na sceni i time određivati dalji tok scenarija. Biranje se izvodi po principu eliminacije, glasanjem publike posle svake od pet scena. Svaki od avatara ima svoju *biografiju* koja se nudi publici pre samog početka predstave i na osnovu koje publika može unapred da odluči kojeg će avatara podržati svojim glasom ili čiji će integritet tek pratiti” (Đorđev, Jovanović, Vujanović 2004: 121).

Dramski komad upotrebom interneta kao novog medija dobija novi ideološki koncept. Informatičko doba problematizuje i ispituje granice tradicionalne umetnosti (teatar, posebno dramski). Gubeći se u okviru i polju novih tehnologija, on gubi sofisticiranost, ali dobija masovniju publiku, slobodan i istraživački pristup, eksperimentisanje i začuđujuće efekte.

Žene Dade Dah teatra, instalacija i izložba koja je tokom prošle i ove godine izvedena u Bitef teatru, Studentskom kulturnom centru, Institutu za umetničku igru u Beogradu, kao i na festivalu alternativnog pozorišta INFANT u Novom Sadu, deo su performativne umetnosti koja koristeći dostignuća vizuelnih umetnosti, težnju da pozorište može da utiče na promenu svesti gledalaca, upravo onako kako je želeo Boal, predstavlja repliku na jedno prošlo vreme – avangardu 20. veka. *Žene Dade*, instalacija i izložba, nastala je kao odgovor umetnica na obeležavanje stogodišnjice nastanka antiratnog, avangardnog pokreta dadaizma. Uloge u ovoj pozorišnoj instalaciji prema konceptu i režiji Dijane Milošević igraju: Evgenija Eškina Kovačević, Aleksandra Jelić, Ivana Milenović Popović, Ivana Milovanović i Ivan Nikolić. Muzičari u predstavi su Ljubica Damčević i Uglješa Majdevac, dok je scenografiju uradio Neša Paripović.

Po celom svetu umetnici su izvodili omaže ovom važnom umetničkom pokretu kroz razne vrste performansa, izložbi, edukativnih i interaktivnih događaja. Ipak, upadljivo je da su umetnice, čiji je značaj bio veliki i koje su odigrale veliku ulogu u pokretu DADA, bile nedovoljno zastupljene u pomenutim slavljenjima dadaizma, kao i u pokretu DADA uopšte.

Ova pozorišna instalacija govori o neophodnosti traganja za drugačijim interpretacijama koje će obezbediti celovitiju sliku pokreta DADA i predstavljati tumačenje pokreta koje je bazirano na relevantnijoj istoriji u kojoj su žene-umetnice

imale jednako važnu ulogu kao i umetnici. Takođe, ova instalacija razmatra dadaizam kao umetnički pokret koji nam se *posebno obraća danas*, kada nažalost vidimo toliko sličnosti sa vremenom pred početak Prvog svetskog rata: konflikti širom sveta, izbeglička kriza, zastrašujuće siromaštvo. U današnjoj političkoj klimi, umetnici moraju da nađu način da se kreativno angažuju da bi se suprotstavili sistemima nasilja kao što su mizoginija, ratovi i teror profita. Instalacija *Žene Dade*, sledeći manifest dadaizma, nema tačno zacrtan program, ali svojom idejnom angažovanošću želi da ukaže da je svetu potrebna upotreba *meke* komunikacije, asertivnosti, kao i novi prostor slobode za razvoj umetnosti koja nije deo samo komercijalnog tržišta. *Žene Dade*, okružene nerealnim prostorom, apstraktnom scenografijom, izvodeći geometrijski i matematički precizne pokrete, preispituju vrednosti kapitalizma, marginalizovan položaj žene i žene u umetnosti. U vremenima nihilizma, ova instalacija predstavlja pravi pokušaj da se umetnička elita podstakne na razmišljanje i aktivnosti, bilo putem javne debate, bilo kroz ostvarena dela.

Performans *Klanica broj 5* trebalo je prema prvobitnim idejama da se napravi i izvede na mestu na kome je do pre nekoliko godina stajala zgrada glavne pošte u Užicu, koja je bombardovana tokom poslednjeg rata. Performans *Klanica broj 5* je direktnim izrazom, odsustvom teatralizacije, forma za sagledavanje traumatičnih događaja. Predstava se bavi suočavanjem sa činom bezumnog i krvničkog bombardovanja gradova, sela i ljudi. U *Klanici 5* to je Dresden, ali vam ne treba mnogo mašte da vidite da je ta predstava i o nama – građanskim ratovima na prostorima bivše Jugoslavije, iako ne postoji nijedna direktna referenca koja bi se odnosila na ovu *noviju klanicu*. Masakr je univerzalna kategorija ljudskog duha karakteristična, nažalost, za sve narode ove planete. Bili Pilgrim, lik performansa, oboleo je usled svih užasa koje je video kao ratni zarobljenik u Drezdenu. „Ne znam koliko se naših ljudi iščašilo, ja sam ih sreo barem nekoliko. Pitanje je kada ćemo kao zajednica ljudskih bića početi da hrabro ili makar sa stidom govorimo o tome. Odatle proizlazi i moja želja da se na indirektan način suočimo sa nama samima jer je na direktan način to još uvek nemoguće – još se junački ne damo. *Klanica broj 5* je pokušaj da se žrtve na *drugoj* strani vide kao ljudi, da se iskorači iz ovog diskursa samosažaljenja i samoviktimizacije koji vodi do moralne otupelosti i samoidiotizacije, a kome se, čini mi se, svesrdno udvara vladajuća politička, crkvena i intelektualna elita. Lično pokušavam da se, kad god to prilike dozvoljavaju, distanciram od kvalifikacije da je pozorište koje pravim *digitalno*, jer je moj rediteljski pristup mnogo kompleksniji, a digitalnost je samo jedan segment u mom radu”, naglašava reditelj Fahrudin Nuno Salihbegović (Petrović 2008: 24). I u *Klanici 5* digitalnost stoji negde u pozadini priče o čoveku, njegovom *duševnom poremećaju* u ludilu istorije. „Biću srećan kada se digitalnost u mojim predstavama ne bude uopšte pominjala. Ali, digitalnost je još uvek seksi termin na koji se hvataju podjednako i novinari i publika i pozorišna kritika, a predstava mora da

se nekako reklamira da bi ljudi znali da postoji. Pozorište je uvek o čoveku, ne o tehnologiji – možda o čoveku u raljama tehnologije”, naglašava reditelj Fahrudin Nuno Salihbegović (Petrović 2008: 24). Opisane studije slučaja performansa mogu se dovesti u vezu sa sociološkom teorijom pozorišta Žorža Gurviča, s obzirom na ideju umetnika da individualne tragedije, strepnje, sagledaju ne iz ličnog, individualnog ugla, već da u tumačenju ponašanja pojedinca pronađu opštedruštvenu nit. Sva tri performansa bavila su se uticajem okoline na život traumatizovane jedinke, koja pristaje na ulogu žrtve. Snaga proučavanih koncepata nalazi se upravo u humanističkom pogledu na ponašanje umetnika, žena, novinara, žrtve i utopističke nade da performans može da ukaže na destruktivne sredinske uticaje koji ih postepeno *melju*.

ZAKLJUČAK

Izvođačke umetnosti unapred gube bitku sa novim medijima, njihovom zavodljivošću, sadržajima popularne i masovne kulture koji publiku *odvode* u svet iracionalnog, zabavnog, nekritičkog taloženja sadržaja u svest, koji se lako prihvataju i još lakše zaboravljaju. Izvođačke umetnosti i ne treba da se takmiče sa novim medijima, jer je njihova snaga upravo u hibridnosti, fleksibilnosti, propustljivosti granica i prihvatanju uticaja medija čime performansi, hepeninzi, instalacije predstavljaju drugost medijima, oni su alternative novim medijima. U vremenu globalizacije, tehnologizacije, *umorni* čovek Zapada nema više niti vremena, niti strpljenja da redovno i strastveno prati repertoare klasičnih, insitucionalnih pozorišta. Svakodnevne navike i egzistencija poprimaju danas ritual, poput provođenja vremena u tržnom centru, koji postaje simbol težnje za hedonizmom i samozaboravom, čitanja i sticanja znanja putem interneta i čitanjem knjiga koje su objavljene na internetu. Čitaju se priručnici, kratke forme, a vrednost izmiče velikim romanima koje su pisali Tolstoj ili Igo, koji se sada transformišu u nove umetničke forme: mjuzikle, filmove. Univerzalne ideje značajnih pisaca postaju deo popularne psihologije i literature za samopomoć. U eri neurotičnosti, narcističke kulture, apatije¹, performans može da bude alternativa novim medijima i pomogne publici u ostvarenju i zadovoljenju estetskih potreba ili čak može da joj pomogne u ličnom razvoju, introspekciji ili objektivnom sagledavanju društvenih i socijalnih pojava. Da biste stvarali performans, nije potrebno da posedujete elitno umetničko obrazovanje, nije vam potreban umetnički fakultet. Performer može da bude svako, jer veštine koje treba da imate kako biste ga izvodili nisu strogo zacrtane, dogmatske. Dovoljno je da imate ideju ili da sarađujete sa sociologom,

1 Navedeno tvrdimo na osnovu teorija Žila Lipovetskog, Pjera Burdijea, Vilijama Patrika. O ovoj temi videti više u: Džon T. Kasiopo, Vilijam Patrik (2014): *Usamljenost*, Beograd: Clío; Kit Autli (2014): *Emocije*, Beograd: Clío.

psihologom, animatorom. Performans je alternativa novim medijima jer se može izvoditi na ulicama, trgovima, aerodromima, železničkim i autobuskim stanicama (Siniša Ilić i Bojan Đorđev su nedavno izveli performans na železničkoj stanici u Beogradu, dok su devedesetih godina kreirali svoje viđenje života Fride Kalo smestivši jednu glumicu u zatvoreni Muzej savremene umetnosti). Protok informacija koje nudi biće dovoljno brz, a spontanost izvođača i njegova pristupačnost ostvariće nove horizonte *čitanja*.

Sa pojavom avangarde i internet teatra performans postaje interaktivan. Tehnologija omogućava dostupnost performansa. Njegova snaga ogleda se u simulaciji i virtuelnom izvođenju. Mašine su osporile *živa izvođenja*, otuđile su publiku zatvorivši je u sobe sa kompjuterima, ali su omogućile da umetnost performansa opstaje sada pod kontrolom pojedinca, a ne institucije ili reditelja. Na internetu se ostvaruje fluidni odnos javnog i intimnog, te svako sajber izvođenje omogućava stvaranje lažnih ili istinitih identiteta. Nekada smo imali iluziju da smo mi tvorci svoje sudbine, da možemo slobodno da volimo i radimo u skladu sa individualnim vrednostima. Danas nam multinacionalne kompanije nude gotove obrasce ponašanja, sticanja moći, novca, kao i načine kako da komuniciramo zadovoljavajući isključivo sopstveni narcizam. Performans je mala *svetlost na dnu tunela* jer nam bez ograničenja omogućava da stvaramo i kritički sagledavamo privid života i slobode koji se odvija isključivo u sadržajima i prostorima tržnog centra kao metafore *instant* postojanja i sve brže smrti pojedinca.

LITERATURA

Dragičević Šešić (2012): Milena Dragičević Šešić, *Umetnost i alternativa*, Beograd: Institut za pozorište, film, i televiziju, FDU, CLIO.

Fidler (2004): Rodžer Fidler, *Mediamorphosis*, Beograd: Clio.

Đorđev, Jovanović, Vujanović: Bojan Đorđev, Aleksandra Jovanović, Ana Vujanović, *Dosije digitalnog teatarskog projekta Psihoza i smrt autora – Algoritam YU03.04/13*;

Jovičević (2007): Aleksandra Jovičević, Šta je kulturni, a šta umetnički performans: od izvođenja u svakodnevnom životu do totalne glume, *Uvod u studije performansa*, Beograd: Fabrika knjiga.

Jovičević (2004): Aleksandra Jovičević, Od Nadmarionete do Neuromancera: Razvoj tehnologije i pozorište 20. veka, *Teorija koja hoda*, broj 7, Beograd: Generator.

Kristeva (1989): Julija Kristeva, *Moć užasa*, Zagreb: Naprijed.

Pelević (2007): Maja Pelević, Dramski tekst kao zazorni trag, *Scena*, broj 1–2, Novi Sad: Sterijino pozorje.

Petrović (2008): Svetlana Petrović, U raljama tehnologije, *Vreme*, broj 934, 27. novembar 2008, Beograd.

Vujanović (2007): Ana Vujanović, Performativ i performativnost: o događajnosti, učinkovitosti i nemoći izvedbe kao čina, *Uvod u studije performansa*, Beograd: Fabrika knjiga.

Vujanović (2004): Ana Vujanović, *Internet teatar: tigrovski skok u istoriju (teatra), Teorija koja hoda*, broj 7, Beograd: Generator.

Maja D. Ristić

University of Arts in Belgrade

Faculty of Dramatic Arts

Department for Management and Production

in Theater, Radio and Culture

PERFORMANCE AS OTHERNESS

Summary: The main objective of this paper was to analyse the characteristics of performance art as an open theater form. We intended to show that performance art can successfully compete with new media. Performance as a performing art can attract new media audiences and can be interpreted through the relationship between society and theater. Any performance piece that can be prepared for stage can be considered as cultural performing. Any performance that consists of clear and socially limited forms of behavior, specially designed, prepared to be staged, is also a cultural performance. Performance is characterized by everyday life themes; one actor can play several roles. The appearance of performance can be interpreted through the relationship of society to the emergence of theater theory and works of Richard Schechner and Augusto Boal. In this paper we analyzed "Second life", a performance by Alvis Harmanis, as a forerunner of reality TV shows. In Harmanis' play, the spectator is put in a situation of "internal editing", a situation in which each spectator reads the play differently and participates in its creation.

Nowadays performance art can attract a diverse audience because it is often set in different public places – squares, airports, shopping malls. The technology used in a performance is not just an additional element, a decoration for a performance. The new technology is an integral part of the performance art.

In this paper we analyzed the characteristics of Bojan Đorđev's famous performance that was created according to the text *Psychosis 4:48* by Sarah Cane. We also analyzed Dah theater's performance *Dada Women*, inspired by Dadaism and dealing with the situation of artists in the world of new technologies. Freedom of expression in the performance art can confront today's domination of the new media.

Key words: alienation, avatars, cyber theater, hybrid form, internet theater, new media, performance.

Саша Л. Саиловић
Универзитет уметности у Београду
Факултет драмских уметности
Катедра за менаџмент и продукцију позоришта,
радија и културе

УДК 792.01:316.776.33
792.091.4(497.11)

ПОЗОРИШНИ ФЕСТИВАЛ КАО АЛТЕРНАТИВНИ МЕДИЈ – У ПОТРАЗИ ЗА ЗАДАТКОМ –

„Толико оскудевамо у храбрости и у вери да је *happy ending* данас само индустријско подилажење. Не можемо да верујемо у рај али верујемо у пакао.”

Х. Л. Борхес, „Четири циклуса”

„... постмодерни човек свет спектакла прихвата као своју једину реалност. Своје место он налази још једино у хиперреалном свету који уместо одговора нуди моделе интерпретације.”

Д. Ђаловић

Ајсџракић: Циљ овог истраживања је да открије на чему један позоришни фестивал може заснивати своју алтернативну позицију у медијском пољу и како да оствари такав положај. У остварење овог циља полази се од претпоставке да је алтернативни положај позоришног фестивала, у конкретном случају Фестивала интернационалног студентског театра (ФИСТ), заснован на одлуци да његов задатак буде трагање за решењима проблема од виталног значаја за опстанак друштва и уверењу да ће подухват који са успехом испуни овакав задатак завредети пажњу друштва и обезбедити самоодрживост. Применом општих логичких метода анализе, синтезе, индукције и дедукције, развијен је поступак одређивања задатка позоришта, односно позоришног фестивала, док је применом студије случаја овај модел проверен и потврђен на примеру ФИСТ-а.

Кључне речи: фестивал, задатак, медији, алтернатива, ФИСТ.

Позориште је древни медиј масовне комуникације. Сведоче о томе антички драмски текстови у којима су сачуване и данас употребљиве поруке; сведоче и остаци позоришних здања у која су некада могле да стану десетине хиљада посетилаца (Ђурић 1990: 251) – готово целокупно становништво једног града-државе. Био је то медиј масовне комуникације са, данас бисмо

рекли националном фреквенцијом. Да се и позоришни фестивал може посматрати као медиј поново сведоче античка искуства. Саме Дионизијске свечаности биле су својеврсни фестивал позоришног стваралаштва (Исто: 260–261). Суштинско питање овог рада јесте питање алтернативе. На чему свој алтернативни положај може заснивати позоришни фестивал као медиј? Одговор ћемо понудити кроз посматрање ФИСТ-а – Фестивала интернационалног студентског театра који је развијен као део наставног процеса у оквиру предмета Позоришна продукција Катедре за менаџмент и продукцију позоришта, радија и културе на Факултету драмских уметности у Београду. Поред тога што служи као средство практичне наставе, овај међународни фестивал је и својеврсна истраживачка лабораторија у оквиру које се истражују нови (алтернативни) облици уметничког деловања, као и нови организациони и управљачки модели и поступци примерени области уметничког стваралаштва.

У покушају да се одговори на овако постављено истраживачко питање, развијена је полазна претпоставка да је алтернативни положај ФИСТ-а изграђен на одлуци да његов задатак буде трагање за решењима проблема од виталног значаја за опстанак друштва. Тако се овај фестивал поставља као алтернатива свим облицима медијског, али и уметничког деловања, који су своју улогу свели на потрошача слободног времена публике, а остварење профита (или личне користи¹) поставили као основну сврху свога постојања.

Природа медија као организованог система усмереног на остварење одређеног задатка захтева и развој одговарајућих управљачких знања и вештина које су пак утемељене у научним областима чији се вредносни систем првенствено оријентише у односу на економску исплативост подухвата. Резултат тога је појава у менаџменту и организацији утемељеног приступа који наглашава потребу за постојањем доминантно комерцијалних медија² у којима се „програм третира као производ... са циљем да се привуче публика и оствари профит од продаје тог производа” (Мартиноли 2015: 41). Колико је важно имати мере у примени оваквог приступа (а колико она истовремено недостаје) сведоче бројни примери у медијском простору данашњице који не представљају само особеност српског друштва. Постоје и начини да се та мера постигне (Исто: 41–47), па се тако успоставља и додирна тачка са филозофијом медија и ставом да је управо она „... један од последњих момената отпора тиранији (глупости), необразованости и бесловесном свету у чијем се средишту најчешће сусрећемо са профитом и његовим дериватима: различитим идолима, нарцисоидном телесношћу и култом (само)

1 Аутор текста никако не сматра личну корист непожељном или непримереном, већ жели да истакне да она не може бити важнија од заједничког интереса израженог кроз деловање система.

2 Не искључујући при томе и постојање некомерцијалних.

потрошње” (Вуксановић 2017: 16). Анализом фестивала као медија покушаћемо да помиримо ова два приступа, те да потребу за самоодрживошћу (што подразумева исплативост) повежемо са доприносом заједници. Ово настојање заснива се на темељном разумевању културе као појма „који обухвата делатности што теку по друштвено прихваћеним обрасцима, остварују се у свим областима људског живота, као и производе и предмете таквих делатности” (Клосковска 2001: 16). Усуђујући се да из овако постављеног оквира изведемо одређенији став, заузимамо се за разумевање културе као скупа поступака које једно друштво развија суочавајући се са изазовима опстанка, те да јој је један од циљева „образовање и развој аутономне, целовите, одговорне и свесне личности” (Миливојевић 2012: 46), способне да појединачно и у сарадњи са другима допринесе опстанку друштва којем припада. Овакав став заснива се на уверењу да је човек читавим својим бићем и деловањем усмерен на осигурање сопственог опстанка,³ па је то задатак и његовог уметничког стваралаштва⁴. Одмах је јасно да уметност опстанку друштва неће допринети непосредним, материјалним прилогом који је могуће обрачунати *друшћо друшћивеним ѝроизводом* – једном од мантри савременог економског поретка⁵. Још Аристотел уводи појмове који измичу овом књиговодству и као циљ трагедије истиче катарзу (Аристотел 1988: 54). Говорећи о вези између људског карактера и простора на којем живе, Иполит Тен каже: „Сврха је уметничком делу да открије који битан или истакнути карактер, а потом коју важну идеју, јасније и потпуније но што то чине истински предмети...” (Тен 1991: 40), а Хегел наглашава „... да уметност има дужност да открије истину у форми чулног уметничког уобличавања...” (Хегел 1975: 57). Ово је, у најкраћем, теоријски основ на којем се може засновати одређивање задатка установе културе, па тако и позоришног фестивала. Како би у наставку рада било омогућено моделовање одговарајућег система, додајемо

3 Не заборављајући при томе да у овој тежњи човек често долази и до супротне крајности и постаје највећа опасност по опстанак сопствене врсте, али и читаве планете

4 Овде желимо да нагласимо оштро супротстављање поистовећивању културе и уметности, што се готово нехотично, али сада већ редовно догађа. Тиме се уметност оптерећује задатком који не може да испуни, па тако долази до оспоравања не само уметничких домета, већ и саме друштвене потребе за уметношћу, експлицитно испољене кроз политику смањивања издвајања из државног буџета за ову област деловања.

5 Прилика је да се истакне како појам културна/креативна индустрија већ дуже време изазива забуну у јавном дискурсу наводећи на помисао да се уметност мора напрегнути и достићи размере индустријске производње и одговарајуће профитабилности. Упитност овакве поставке показала је недавно исказана намера администрације САД да у бруто друштвени производ ове државе обрачуна и допринос који је остварила тзв. културна индустрија још од тридесетих година прошлог века. Испоставило се да је иза свега само намера бирократа да себи омогуће додатно задуживање на основу ретроактивно повећаног БДП (види: „Математичко 'привредно чудо' САД“, Политика, 1.8.2013.).

и теоријски приступ из области менаџмента по којем одређивање задатка (мисије) организације представља први корак менаџера или онога ко оснива систем (види: Бернс 2009: 163–205), а на основу којег се касније развија читав поступак планирања и успостављања система. Уопштено говорећи, по овом приступу, најважније стремљење сваке организације па и уметничке јесте њен опстанак. Она га остварује својом способношћу да допринесе решавању проблема од виталног значаја за опстанак друштва којем припада. Уколико то чини успешније од других, сличних организација, може рачунати на већу посећеност својих програма, више цене карата или веће приходе из буџета, фондова или од спонзора. Тиме се и њени изгледи за опстанак повећавају. Уопштено говорећи, на овоме се заснива мисија/задатак сваке организације, па можемо предложити следећу дефиницију:

Мисија/задатак организације је решавање проблема од виталног значаја за опстанак друштва којем припада. Испуњење задатка је разлог постојања организације.

Како је у стварности делујући чинилац сасвим конкретна организација у конкретним околностима и на конкретном месту, неопходно је да се исказ о њеном задатку усклади са овим особеностима. Први ниво усклађивања одвојиће организације у области уметничког деловања од осталих и то захваљујући Хегеловом одређењу „...да уметност има дужност да открије истину у форми чулног уметничког уобличавања...”. Како се времена и окружења међусобно разликују, неопходно је да свака уметничка организација развије свој изворни исказ о сопственом задатку у конкретном времену и простору.

На први поглед може деловати претерано да се уметничка организација бави питањима од значаја за опстанак друштва. Међутим, барем када је позориште у питању, можемо се ослонити на најмање један пример када је оно имало овакву улогу. Реч је о стварању националних позоришта још од 1680. па све до половине 19. века, када је покрет изградње нација и националних држава захватио Европу а позориште у њему одиграло значајну улогу управо захваљујући својој медијској природи. Постоје и савремени примери који показују од каквог је значаја препознавање истински важног проблема за успех једног позоришног подухвата. Тако је представа „Тамна је ноћ” Александра Поповића постигла изванредан успех храбро проговоривши о питањима која су управо у тренутку њеног настанка била од пресудног значаја за српско друштво. Захваљујући својим високим уметничким донетима, ова представа је само у једној сезони изведена више од 150 пута, што је редак пример у нашој позоришној пракси. Имајући у виду ове примере, можемо се упустити у одређивање задатка позоришта:

Задатак позоришта је да уметничким средствима открива истину о питањима од виталног значаја за опстанак друштва и тако изазове емоције које ће бити покретач друштвеног деловања.

Као што је раније речено, овако исказан задатак се конкретизује у односу на питања која управа позоришта у датом времену сматра значајним. Нека као пример за овај став послужи сезона 2009/2010. у Атељеу 212 коју је управа ове куће насловила јединственим именом – РЕВОЛУЦИЈА, а на репертоару су се поред осталих нашла дела која су говорила о недовршеној транзицији („Докле”, „Чекаоница”), корупцији и изневереним очекивањима од друштвених промена („Прљаве руке”), злоупотреби рада и радника („Да нам живи, живи рад”⁶).

Настојећи да конкретније одреде задатак ФИСТ-а, студенти сваке генерације настоје да издвоје проблем који они доживљавају као посебно значајан.⁷

Одређивање задатка фестивала обично се креће у оквирима које одређује потреба да се направи пресек стваралаштва у одређеном периоду, прикажу нове тенденције или једноставно направи напор да се вреднују домети појединаца. Задатак студентског фестивала, какав је ФИСТ, додатно је сложен и изазован јер поред сличности са другим позоришним фестивалима ФИСТ представља и наставно средство, па његов задатак има и додатну – педагошку димензију.

Непосредно исказивање задатка може се постићи путем низа следећих корака:

1. Уочавање и опис проблема од виталног значаја за опстанак друштва

а) Описати појавни облик проблема, онако како га опажамо у свакодневном животу.

Већ је речено да се околности у којима организација делује разликују од времена до времена, па се тим разликама мора прилагођавати и њен задатак. Тако је, примера ради, Књажевско народно позориште у време свог

6 При позивању на овај пример није занемарена ни полемика која се поводом представе „Да нам живи, живи рад“ водила између редитељке и тадашњег управника позоришта, Кокана Младеновића.

7 Услед оваког приступа, свако фестивалско издање посвећено је различитим питањима: од потребе да се млади подстакну на суочавање са изазовима окружења (ФИСТ 10), преко потраге за одговором на питање да ли остати у Србији или отићи (ФИСТ 11), утиска да је друштвени амбијент сличан циркуском у негативном смислу (ФИСТ 12), жеље да се уместо ламентирања над судбином делује у жељеном смеру (ФИСТ 13), па до потребе за свеобухватном самоспознајом као условом да се буде одговоран, делујући члан друштва (ФИСТ 14 – у припреми за 2019.).

настанка, 1868. године, по свом карактеру било аристократско национално позориште јер му је превасходни задатак био да у идентитетском смислу успостави јединство тадашње српске аристократије и династије Обреновића⁸ и тако овој другој обезбеди симболички легитимитет. Данашњем Народном позоришту, наследнику Књажевског народног позоришта, задатак је да и даље гради национални идентитет, али сада заснован на сасвим другачијим садржајима и оријентисан у другачијем смеру. Сличних примера има још: Позориште Врбаске бановине (Бања Лука, 1930) основано је као израз жеље да се у Краљевини Југославији гради југословенски идентитет, баш као што је и Југословенско драмско позориште петнаестак година касније (1947) настало као израз тежње да се створи југословенска нација, овога пута у оквиру комунистичке државне идеологије. Распадом СФР Југославије ова позоришта нашла су се у прилици да трагају за сопственим, али и идентитетом друштва које ће градити.

Прилагођавање околностима подразумева јасно изражену свест о окружењу у којем се делује. Тако ће општински културни центар или позориште које у његовом саставу делује настојати да препознају проблем од пресудног значаја за своје непосредно окружење. Од способности да изабрани проблем прикажу значајним и за друге средине зависиће прихваћеност програма и код публике изван места деловања.

Утицај изабраног проблема на опстанак друштва је пресудан за успех позоришног подухвата. Што је његов значај већи, то је већа и вероватноћа да ће бити и веће интересовање публике за дело које настаје⁹. Зато је неопходно да приликом одабира проблема буде проверен његов значај развојем такозваног „погубног сценарија”. Овај поступак подразумева испитивање најлошијих могућих последица са којима се друштво може суочити уколико уочени проблем не реши у догледно време и на прави начин. Степен штетности и извесност уочених последица сразмерни су значају који проблем може имати за опстанак друштва.

8 Појава да владајућа група (у овом случају аристократија) представља нацију била је уобичајена у време стварања националних држава. „Све до револуције 1789. године француска нација се састојала од оних појединаца који су били политички делатни, будући да су имали однос према круни, или на сваки начин били сталешки заступљени... Немачка нација се састојала од царског племства, царске цркве и царских градова који су се састајали у Рајхстагу. Енглеска нација се појавила у Вестминстерском парламенту, француска у општим сталезима, а Монтескје ће још средином 18. века категорички објаснити да се у Версају окупља нација, то јест племство и клер... Од процвата средњег века па до пред крај 18. века је важило: нације не чине целину народа, већ владајући, политички репрезентован слој; ми овде немамо посла са 'народним нацијама' него са 'аристократским нацијама'” (Шулце 2002: 83).

9 Наравно да једнако важан допринос успеху позоришне представе даје и њен уметнички израз.

б) Описати настанак проблема

Свака појава настаје у конкретним друштвено-историјским околностима и под утицајем различитих чинилаца. Описујући како до проблема долази, ми приказујемо процесе који доводе до његовог настанка, што нам омогућава да уочимо чиниоце који изазивају или подстичу настанак проблема. Зато је важно да процес настанка проблема буде што веродостојније и подробније описан како би на основу њега било могуће уочити све значајне чиниоце, а потом одабрати оне на које се усмерава деловање.

в) Уочити и описати чиниоце који утичу на настанак проблема

Чиниоце описујемо на основу њихових особина и начина на који утичу на проблем. То могу бити конкретне друштвене групе, појединци или организације чије деловање доводи до појаве ученог проблема. За успешно одређивање задатка пресудно је правилно уочавање и опис чинилаца проблема јер они постају циљеви деловања, а спрам њихових особина се бирају и развијају одговарајућа средства.

2. Исказивање задатка организације

Јасан вербални исказ задатка организације треба да нам омогући развијање читаве лезе деловања, почев од одређивања циљева и избора средстава за њихово остваривање, преко избора и мотивисања сарадника, до уобличавања промотивне кампање. Овај исказ мора садржати изражену тежњу да се делује у правцу промене дејства чинилаца проблема који смо одабрали за предмет нашег рада. При овом поступку корисно је применити упитник који као средство за исказивање задатка уметничке организације даје Вилијем Ц. Бернс, а одговори на ова питања биће дати из угла ФИСТ-а.

а) Зашто постојимо?

При одговору на ово питање користимо се општим одређењем задатка уметничке организације: **да уметничким средствима откривамо истину о питањима од виталног значаја за опстанак друштва и тако изазовемо емоције које ће бити покретач жељеног деловања.**

Подсећамо да је при исказивању задатка неопходно узети у обзир конкретне друштвено-историјске околности у којима организација делује. Тако, свака генерација студената, стваралаца ФИСТ-а, одређује свој посебан задатак у складу са својим доживљајем окружења.

Како је ФИСТ истовремено и наставно средство, онда се овом исказу мора додати и следећи: **да пружимо прилику студентима да у пракси примене стечена теоријска знања, а своја искуства размене са колегама из света.**

б) У ком смо послу?

Двојна природа ФИСТ-а, као наставног средства и међународног позоришног фестивала, мора бити исказана у овом одговору: **ФИСТ је међународни позоришни фестивал студентског стваралаштва који настаје као саставни део наставног програма Факултета драмских уметности**. Реч је, према томе, о међународном позоришном фестивалу – делу културне понуде Београда, а истовремено средству практичне наставе.

в) Шта је наш најважнији производ или услуга?

На ово питање се такође мора дати двострано оријентисан одговор: најважнији производ ФИСТ-а је **фестивалски програм који је истовремено и средство практичне наставе** за студенте ФДУ и Универзитета уметности.

г) Ко чини нашу публику, волонтере и донаторе?

Публику ФИСТ-а претежно чине студенти уметничких и сродних факултета. Волонтере чине **студенти млађих година и средњошколци**, док су донатори у највећој мери **држава и локална самоуправа**, али и низ малих услужних и предузетничких фирми, као и средства јавног информисања.

д) Зашто су уз нас?

Сви сарадници ФИСТ-а раде без финансијске надокнаде, па би се по том основу сви могли сматрати волонтерима. Међутим, како је већини рад на ФИСТ-у део наставне обавезе за коју добијају и одговарајућу оцену, то се истинским волонтерима могу сматрати само они који за узврат не добијају ништа и немају никакве обавезе да раде на ФИСТ-у. Најбројнији припадници ове групе су студенти млађих година ФДУ који на овај начин **стичу искуство** које ће им користити када и сами буду у прилици да раде на ФИСТ-у у оквиру редовне наставе на вишим годинама студија. Поред њих, то су и средњошколци којима рад на ФИСТ-у најчешће представља прилику да **упознају професију продуцента**.

ђ) Како смо се променили у последњих пет година?

ФИСТ је током последњих пет година доживео значајне промене. Најочљивија је свакако **промена места одржавања**, па се готово целокупан програм фестивала одвија у већем броју различитих градских установа. Излазак у јавне градске просторе донео је ФИСТ-у статус културно-уметничке манифестације која мора водити рачуна и о интересовањима публике, али и интересима друштва, па је тако и **његов задатак са превасходно педагошког добио шире усмерење**.

е) Које су јединствене снаге и највеће шансе наше организације?

Одговор на ово питање започећемо приказом највеће слабости ФИСТ-а – непрекидне смене читавог тима који ради фестивал. Ово је можда и

јединствен случај да једна организација, одмах по окончању посла због којег је створена, мења целокупан извршни менаџмент. Управо ову слабост настојимо да претворимо у највећу снагу посматрајући сталну смену генерација као могућност да се у стваралачки процес на ФИСТ-у увек укључују нови кадрови са новим замислима и интересовањима и тако надокнађујемо потребно искуство. Развој пословања, па и друштвени напредак, у великој мери су условљени способношћу појединаца да понуде нове замисли и претворе их у нове производе или услуге. Зато су бројни примери „лова на идеје” који се одвија на разноврсним смотрама стваралаштва, али и у оквиру посебних манифестација током којих инвеститори трагају за новим пословним подухватима у које ће уложити новац. Захваљујући чињеници да је део наставног процеса на високошколској установи, ФИСТ је природно у позицији да непрестано има додир са младим људима и новим замислима. Зато је његова највећа шанса управо стварање околности у којима ће млади људи остварити своје идеје од којих ће неке, можда, постати покретачи развоја.

ж) Шта ће бити изгубљено ако престанемо да постојимо?

Престанак деловања ФИСТ-а довео би до губитка значајног вида практичне наставе који превазилази потребе Катедре за менаџмент и продукцију у позоришту, радију и култури, већ би се у извесној мери осетио и на читавом Универзитету уметности. Истовремено, његов нестанак значио би сужавање простора за стваралачко испољавање младих у периоду пре него што ступе у професионални живот.

Након овог теоријског приказа који уопштено описује поступак одређивања задатка уметничке организације, следи пример његове примене на конкретном примеру¹⁰.

а) Појавни облик проблема

Окружени породицом чији је опстанак озбиљно угрожен, вршњачком средином у којој су насиље, наркоманија и алкохолизам препознати као највећи проблеми (Мрђа 2011: 119) и у којој преовлађује уверење да се само кроз чланство у некој од политичких партија може обезбедити опстанак, млади испољавају висок степен пасивности, а најизвеснију перспективу виде у одласку у иностранство.

„Погубни сценарио” којим доказујемо да је овај проблем заиста од прворазредног значаја за опстанак друштва указује на то да ће услед одсуства образованог и стручно оспособљеног кадра доћи до пада квалитета

¹⁰ Пример који ће бити обрађен настао је као резултат вишегодишњег рада са студентима на припреми ФИСТ-а и представља сажимање ставова изнетих у оквиру више различитих генерација.

у области здравства и образовања, што ће додатно довести до урушавања друштва. Истовремено, низак наталитет у садејству са високом стопом исељавања младог становништва довешће до хроничног недостатка радно способног становништва, што ће довести до немогућности да се зараде пензије за актуелне пензионере, али и до недовољног пуњења буџета за одржавање осталих функција државе¹¹.

б) Настанак проблема

Низак ниво привредне делатности и њиме проузрокована лоша економска ситуација уочени су као основни узроци овог проблема. У спречи са неспособношћу државе да се избори са економским питањима, распрострањеним непотизмом и корупцијом, они доводе до осећаја да је будућност у Србији у најмању руку суморна, те да сами ништа не можемо учинити да је изменимо.

в) Чиниоци проблема

Посматрајући сам проблем и околности његовог настанка, уочено је да су најзначајнији чинилац управо млади. Они су починиоци насиља, корисници наркотика и алкохола, они осећају безнађе и одустају од деловања. Поред младих, значајан чинилац су и представници старијих покољења који су развили моделе понашања који доприносе појави проблема. Они делују у оквиру породице, па је издвајамо као посебан чинилац, али и у оквиру различитих друштвених група које безобзирно настоје да остваре сопствене интересе на рачун општих.

Полазећи од става да свако од нас ствара време у коме живи, студенти бројних генерација су изражавали уверење да се само стваралачким приступом могу унапредити услови живота, те да своје вршњаке и млађе од себе позоришним стваралаштвом могу подстаћи да се суоче са изазовима свог времена. Тако је настао један од најупечатљивијих слогана досадашњих фестивалских издања – „Суочавање”, а за исходиште је имао на следећи начин исказан задатак фестивала:

Задатак ФИСТ-а је да позоришном уметношћу, насталом као резултат рада студената у оквиру наставног процеса на Универзитету уметности у Београду и њихових колега из света, подстакне младе да се стваралачки суоче са изазовима опстанка – да делују уместо да чекају.

ФИСТ је стваралачка, али и истраживачка лабораторија у којој се кроз праксу проверавају нека теоријска уверења. Пред овим фестивалом и генерацијама које ће га стварати стоји изазов доказивања става да је позоришно стваралаштво средство опстанка друштва и да зато има право

¹¹ У саопштењу за јавност које је 30. јуна 2017. издао Републички завод за статистику Србије каже се да број становника континуирано опада, а да је коефицијент раста становништва 2016. у односу на 2015. био негативан и износио -5,2%.

на његову подршку чак и онда када на први поглед не испуњава своју улогу, јер разлог томе најчешће треба тражити у способности сваког нараштаја да разуме природу позоришта и употреби га за своје добро.

ЛИТЕРАТУРА

Аристотел (1988): Аристотел, *О њесничкој уметности*, Београд: Завод за уџбенике и наставна средства.

Бернс (2009): Вилијам Џ. Бернс, *Менаџмент и уметност*, Београд: Клио.

Вуксановић (2017): Дивна Вуксановић, *Филозофија медија 3, Онџолоџија, естетика, критика*, Београд: ФДУ и Чигоја штампа.

Ђурић (1990): Милош Ђурић, *Историја хеленске књижевности*, Београд: Завод за уџбенике и наставна средства.

Клосковска (2001): Антоњина Клосковска, *Социологија културе*, Београд: Чигоја штампа.

Мариноли (2015): Ана Мариноли, *Стратегије програмирања комерцијалној радији*, Београд: ФДУ и Самиздат Б92.

Математичко „привредно чудо“ САД, *Политика*, 1. август 2013, Београд.

Миливојевић (2012): Татјана Миливојевић, *Култура и срећа, Култура*, број 137, Београд: Завод за проучавање културног развоја, 26–48.

Мрђа (2011): Слободан Мрђа, *Културни животи и појаве ученика средњих школа у Србији*, Београд: Завод за проучавање културног развоја.

Тен (1991): Хиполит Тен, *Филозофија уметности*, Београд: Графички атеље Дерета.

Ђаловић (2012): Драган Ђаловић, *Некултура медијског окулароцентризма, Култура*, број 137, Београд: Завод за проучавање културног развоја, 49–61.

Хегел (1975): Георг Вилхелм Фридрих Хегел, *Естетика*, Књига 1, Београд: БИГЗ.

Шулце (2002): Хаген Шулце, *Држава и нација у европској историји*, Београд: Филип Вишњић.

Saša L. Sailović

University of Arts in Belgrade

Faculty of Dramatic Arts

Department for Management and Production in Theater,

Radio and Culture

THEATRE FESTIVAL AS AN ALTERNATIVE MEDIUM

Summary: Theatre and theatre festivals represent an ancient media of mass communication; therefore, this paper deals with the question of the basis of the alternative character of a theatre festival in the field of media. We started from the assumption that the alternative position of a theatre festival, in this case the International Student Theatre Festival (FIST), is based on its mission to solve the problems of vital importance for the survival of the society and on the belief that a project which successfully fulfills such a mission will earn people's attention and ensure self-sustainability.

By using logical methods of analysis, synthesis, induction and deduction, the procedure for determining the mission of a theatre, i. e. a theatre festival, is developed. This model is confirmed and tested on the example of the FIST, with the use of a case study.

Key words: festival, task, media, alternative, FIST.

Damir J. Smiljanić
Univerzitet u Novom Sadu
Filozofski fakultet
Odsek za filozofiju

УДК 316.774:1
101.3

MEDIAL TURN – ALTERNATIVNO MIŠLJENJE ILI PROLAZNA MODA

Apstrakt: Poslednjih godina je u akademskim krugovima – posebno onim nemačkim – počeo da kruži govor o „medijalnom obrtu” (*medial turn*). Pod njime se podrazumeva zaokret od jezičko-pojmovne orijentacije u filozofiji ka široj medijskoj perspektivi. Mediji se uzimaju za one forme kroz koje se artikuliše ljudsko znanje i oblikuju međuljudski odnosi. Pojam medija služi kao šarka za povezivanje različitih disciplina kao što su filozofija kulture, filozofija tehnike, epistemologija, etika i estetika. Iz te vizure, filozofija medija poprima ulogu nove „prve filozofije”. Zadatak priloga je da promisli ulogu medija u preorijentisanju filozofske misli i preispita univerzalističke pretenzije filozofije medija.

Кljučне реч: *medial turn*, mediji, instrumenti, smisao, filozofske discipline, filozofija medija, *prima philosophia*.

Zadatak ovog priloga je da u kratkim crtama skicira i preispita status *filozofije medija* u smislu fundamentalne discipline. Pri tome autor ima u vidu tendenciju koja se javlja početkom ovog veka u zapadnim akademskim krugovima (posebno onim nemačkim) – tendenciju koja se između ostalog prepoznaje u sve intenzivnijoj naučnoj produkciji u ovoj oblasti, sve učestalijim pokušajima institucionalizacije i umrežavanja ove discipline sa drugim – svojevrsan trend da filozofija medija ne bude samo jedna filozofska disciplina među drugim, nego u izvesnom smislu *iznad* svih ostalih. Da li to znači da je filozofija medija nova *prima philosophia* (da na neki način nasleđuje ono što je u tradiciji bila metafizika)? Da li je ona suvisla alternativa stereotipnom mišljenju u filozofiji ili samo neka vrsta intelektualne mode koja će poput svake mode biti kratkog veka?

Na početku valja napraviti jednu važnu distinkciju: onu između *šireg* i *užeg* smisla pojma filozofije medija. U širem smislu, filozofija medija je filozofija medija u *množini* – dakle, misli se na onu vrstu filozofskog mišljenja fokusiranu na pojedinačne medije (pismo, štampa, fotografija, film, radio, televizija, internet itd.), na istraživanje njihovih epistemoloških pretpostavki, ontoloških implikacija, etičkih konsekvenci i njihove uloge u određenoj kulturi. U užem smislu, filozofija medija je filozofija *medijalnosti*, fenomena koji nije ograničen na tehničke medije,

na način kako ovi prezentuju stvarnost (bez obzira na to da li ispravno ili ne) i način njihove recepcije – medijalnost je u neku ruku (hajdegerovskim rečnikom izraženo) *egzistencijal*, ona određuje naš odnos prema stvarima u svetu, kao i prema drugim ljudima. U poslednjem navedenom smislu, filozofija medija istražuje modus dejstvovanja koji leži u osnovi upotrebe bilo kog medija, od rukom napisanog pisma do elektronskog teksta, od fotografije do filma, od prenošenja usmenih glasina do poruka na smartfonu. Očigledno će fundamentalističke pretenzije filozofije medija biti povezane sa užim smislom, sa idejom univerzalnosti fenomena medijalnosti.

Glavni problemi pred kojima se nalazi fundamentalno koncipirani projekat filozofije medija tiču se određenja pojma medija, kritike medijalnog zaborava tradicionalne (akademske) filozofije i umrežavanja filozofske refleksije s metodskim pristupima u istorijski i sistematski orijentisanim specijalnim naukama o medijima. Ono što otežava konstituisanje jednoznačne filozofije medija (u smislu da je njena definicija institucionalno prihvaćena od svih strana u sporu što se vodi povodom određivanja njenih pravih zadataka – a to pokazuje već i refleksija značenja reči *medijum* u nazivu discipline) jeste zastupanje ekstremnih stavova – od negiranja samostalnosti filozofije medija do apsolutizovanja njenog značaja za celokupnu filozofsku misao.

Filozofija medija ne raspolaže jednoznačno određenim pojmom medija. Kao medij definišu se razne stvari, kako materijalne tako i nematerijalne, razna bića, kako živa tako i ona neživa. Navedimo ovde samo neke od primera: kod predsokratovaca su to vazduh, voda; kod Mekluana (Marshall McLuhan) to su stolica, točak, ogledalo; kod Flisera (Vilém Flusser) školski razred, fudbal, čekaonica; kod Bodrijara (Jean Baudrillard) izborni sistem, generalni štrajk, ulica; kod Virilija (Paul Virilio) konj, kamila, slon; kod Kitlera (Friedrich Kittler) gramofon, film, mašina za kucanje; kod teoretičara sistema Parsonsa (Talcott Parsons) i Lumana (Niklas Luhmann) novac, moć i uticaj, odnosno umetnost, vera i ljubav. Kao poseban kuriozitet može se navesti primer flanelnog materijala koji se ranije koristio za izradu ženskih jakni,¹ a još bizarniji primer medija je onaj žabe (!) kod Štefana Rigerera (Stefan Rieger).² Naravno, ne smemo zaboraviti ni odgovarajuće glagolsko stanje u starogrčkom između aktiva i pasiva, kao ni osobu koja prilikom spiritističkih seansi posreduje između sveta svakodnevnog života i sveta duhova. Na izvestan način medijum može biti sve i svašta, a to sa sobom donosi problem gubitka distinkcije i proizvoljnost prilikom upotrebe tog pojma. Filozofija medija mora da se izбори s tim problemom ukoliko želi da bude ozbiljno shvaćena.

U sklopu daljih terminoloških refleksija trebalo bi napraviti razliku između *medija* i *instrumenata*. Naime, olako bi se diferencija između tih pojmova mogla obrisati ukoliko bi se mediji smatrali nekom vrstom instrumenata. Na taj način bi

1 Upor. razna značenja reči *medijum* u: Münker, Roesler 2008: 7–9.

2 Upor. Rieger 2008.

mediji bili podvedeni pod kategoriju instrumenata. Ali mediji nisu instrumenti – barem *ne samo* instrumenti. Ukoliko upotrebim čašu, kako bih popio neku osvežavajuću tečnost, onda čašu upotrebljavam kao instrument (u svrhu zadovoljenja jedne telesne potrebe). Ali ako istu tu čašu prislonim na vrata, kako bih mogao čuti šta neke osobe govore u zatvorenoj prostoriji, onda čaša postaje medijum za prisluškiivanje, pomoću nje recipiram neki smisao (smisao nekog tajnog razgovora itd.). Čini se da neki artefakti tako mogu imati kako instrumentalnu, tako i medijalnu upotrebu. Moguće je zamisliti i suprotnu situaciju: tako knjigu, koju čitam kako bih uživao u razotkrivanju nekog (fiktivnog) zločina, dakle neki kriminalistički roman, mogu upotrebiti u druge svrhe, npr. kako bih tom knjigom podmetnuo vrata ili udario nekog insekta. Ali za knjigu nije konstitutivno to da njome podmećem druge stvari ili rasterujem insekte, nego da čitajući (dakle, koristeći je na taj način) recipiram smisao jedne jezičko-misaone tvorevine kao što je radnja nekog romana ili priče. Ukratko, u upotrebu medija (ili medijalnu upotrebu neke stvari) uključen je *smisao*. Mediji služe posredovanju smisla i generisanju smislenih odnosa. Oni procesuiraju smisao – putem medija ga recipiramo ili čak produkujemo. Mediji doslovno *posreduju* smisao između dva ili više subjekata – kako to sama latinska reč sugeriše, oni se nalaze u *sredini*, ali takođe čine *treću* instancu koja upotpunjuje trijadički odnos (subjekt 1–medij–subjekt 2).³

Kategorija smisla imala je sama posredničku funkciju, naime ona se ponudila kao operativni pojam da se ublaži (možda i premosti) dualizam između metafizike i kritike metafizike. Pojam duha je posle dominacije nemačkog idealizma postao neupotrebljiv, štaviše, smatran je metafizičkim terminom *par excellence*. Pojam smisla je na neki način „odmenio” pojam duha. On je bio kompatibilan s tendencijama na polju formalnih disciplina kao što su logika ili semiotika, ali je isto tako mogao biti od koristi u onim strujama mišljenja koje su nastavile da promišljaju fenomene ljudskog postojanja na način blizak metafizičarima (npr. filozofija života, filozofija egzistencije, aksiologija itd.).

U filozofiji medija takođe se reflektuje u kojoj meri je u tradicionalnoj filozofiji (a mogli bismo tome dodati i dobar deo 20-vekovne filozofije) bio zastupljen pojam medija i da li je – i ako jeste, onda i ovde važi: u kojoj meri – promišljena upotreba (ili zloupotreba) medija,⁴ a naposletku da li i na koji način je filozofija tematizovala sopstvenu medijalnost (uključenost i umreženost u medijalne konstelacije). Noviji filozofi medija, posebno oni koji insistiraju na samostalnosti i fundamentalnosti ove discipline, polaze od *medijskog zaborava* okcidentalne filozofije. Kao primer bi se mogla navesti Platonova kritika pisma i knjige, Adornova

3 „Fokus te neinstrumentalističke perspektive sastoji se u tome da se skupa misle 'sredina', 'treće' i 'posrednik' i dopusti da se ti termini međusobno odrede” (Krämer 2008b: 82). – Napomena autora: sve citate s nemačkog je preveo autor (D. S.).

4 Ne sme se izgubiti iz vida da nisu mediji po sebi dobri i loši, nego da ih njihova upotreba čini takvim.

(Theodor W. Adorno) kritika televizije u dobu kapitalizma ili Bodrijarova kritika simulakruma proizvedenih i održavanih kroz digitalne i ostale medije. Umesto toga, neki drugi filozofi vide čak izvestan pozitivni i emancipatorni potencijal nekih (novih) medija (u odnosu na starije): ceo *lingvistički obrt* u filozofiji i nekim naukama nezamisliv je bez prevrednovanja jezika kao medija kroz koji se obrazuju, prenose i dalje razvijaju saznanja, tako da bi u izvesnom smislu tzv. *linguistic turn* mogao da se poima kao svojevrsan *medial turn*; Benjamin (Walter Benjamin) smatra da film doprinosi razvijanju i primeni novih perceptivnih i kognitivnih shema koje nisu mogle biti potencirane i razvijane putem starijih medija (npr. prilikom insceniranja nekog pozorišnog komada); kao posebno ekstreman primer pozitivne evaluacije jednog medija mogli bismo navesti Deridinu (Jacques Derrida) kritiku logocentrizma kao primata glasa nad pismom koja tako leži u osnovi jednog od najradikalnijih savremenih pokušaja samopreispitivanja filozofije (možda radikalnijeg i od Hajdegerovog (Martin Heidegger) projekta prevazilaženja metafizike). Dakle, preispitivanjem sopstvene medijalnosti, filozofiji su se otvorili novi horizonti kritičke samotematizacije.

Last but not least, filozofija medija može da preuzme ulogu posredovanja (što je opet jedna medijalna funkcija) između različitih diskurzivnih formi u kojima se tematizuju mediji, recimo između istorije tehnike, semiotike medija, više empirijski orijentisane nauke o medijima (npr. one sociologije medija koja istražuje javno mnjenje putem intervjuva ili statističkih podataka) i drugih formi. I ovde mogu da se suprotstave suprotna gledišta: jedno koje tvrdi da filozofija medija treba da ograniči svoje aktivnosti na plodno povezivanje s tim istorijskim, društveno-teorijskim i empirijskim, odnosno praktičkim disciplinama (to bi bio *interdisciplinarni* smisao filozofije medija, ili, što je isto: razvijanje smisla za interdisciplinarnost upravo kroz filozofiju medija) i kao drugo stanovište ono koje ide dotle da filozofija može (možda čak i mora) da preuzme funkciju *utemeljenja* svih ostalih singularnih diskursa o medijima. Kako god se postavili prema jednom i drugom stanovištu, ključno je da u oba slučaja filozofija medija, pored refleksije pojmovnih sredstava kojima se analiziraju efekti medija, ta filozofska disciplina mora da u sebe uključi i vrlo dobro poznavanje istorijskog konteksta u kojem se javljaju mediji (posebno oni novi, tehnički i digitalni), tehničke produkcije i reprodukcije medija i uticaja medija na generisanje i transformisanje (mada i konzerviranje) socijalne stvarnosti. Dobar primer jednog interdisciplinarno orijentisanog teoretičara medija je Pol Virilio koji u svojim lucidnim studijama integriše poznavanje (socijalne) istorije, znanje o tehničkim pretpostavkama funkcionisanja medija i vrlo bogatu kazuistiku upotrebe medija (brojni primeri kako mediji deluju u određenom socijalno-istorijskom periodu). Što se tiče one druge grupacije teoretičara medija s fundamentalističkim pretenzijama, već sam naveo Deridu, a u tu grupu bi spadali i sociolozi Parsons i Luman koji su u višestrukom pogledu inspirativni i za filozofsku refleksiju medija.

Ukoliko se u obzir uzmu novije publikacije o ovoj tematici, u nemačkom akademskom kontekstu sve je zastupljenija tendencija da se teorija medija i filozofija medija međusobno razgraniče. Tako Diter Merš (Dieter Mersch), jedan od „metateoretičara” medija, u svom uvodu u teoriju medija piše: „Filozofije medija nisu, međutim, tipične ’domenske filozofije’ kao što su filozofija umetnosti ili filozofija biologije, nego one se afirmišu kao ’fundamentalne filozofije’, što znači da su se mediji – u najširem smislu ’medijacije’, tehnika kulture ili dispozitivā – razvili u ključnu kategoriju samog filozofiranja i sad zauzimaju rang nečeg ’apriornog’, nečeg prethodećeg” (Mersch 2006: 131). Merš čak prepoznaje neku vrstu transcendentne pretpostavke od koje manje-više polaze sve filozofije medija: medijski *a priori* kao polazište. „Mediji’ zauzimaju nekada ranije privilegovano mesto znaka, simboličkog, smisla ili jezika – i umesto lingvističkog obrta (*linguistic turn*) trebalo bi govoriti o medijskom obrtu (*medial turn*) što otada dominira kulturološkim debatama” (Isto). Ima i onih koji tvrde da je filozofija oduvek bila filozofija medija, u smislu da promišlja elementarne medije što tek omogućuju složenije forme komunikacije – kao što je to slučaj u filozofskim teorijama gde glavnu ulogu imaju pojam, duh ili pismo (Platon, Hegel (Georg Wilhelm Friedrich Hegel), Derida). Iz te perspektive, izraz ’filozofija medija’ bio bi puki pleonazam, pošto je svaka filozofija medijalno ustrojena ili usmerena na medije.

Međutim, ima i skeptika koji smatraju da je forsiranje medija u filozofiji posledica uticaja raznih medijskih tehnologija (ili, što je isto: pojave novih tehničkih medija) na oblikovanje svakodnevnog života, ali i na organizaciju u oblasti nauke i drugih kulturnih sfera. Filozofija medija bi u tom smislu bila pomalo nestašno i nestalno dete današnjeg *Zeitgeist*-a. Pretenzije tako koncipirane filozofije medija su, prema tim skepticima, neosnovane i preterane. Pre ili kasnije zamreće sistematski interes za razvojem sveobuhvatne filozofije medija i on će na taj način deliti sudbinu svih apsolutističkih zahteva za važenjem – nestaće vremenom. Kako to kaže estetičar Martin Zêl (Martin Seel): „Filozofija medija je prolazna stvar, ali ipak jedna dobra stvar” (Seel 2003: 10). On je ne vidi kao *zasebnu* disciplinu, već samo kao „renovirajući poduhvat” bez pretenzija na dugotrajno dejstvo. Prema Zêlu, filozofija medija nema zaseban predmet istraživanja, nego je odlikuje *promenjen pogled* na stvari, pre svega na „medijalnost ljudskih odnosa, s posebnim osvrtom na tehničke komunikacione medije i njihovu munjevituu evoluciju” (Isto). Žalopojke eminentnih filozofa medija o navodnom „zaboravu medijalnosti” u okviru filozofije Zêl smatra više posledicom „zaborava povesnosti” njihove filozofije nego preterano originalnom idejom, jer već kod Platona, Vilhelma fon Humbolta (Wilhelm von Humboldt) i Hegela mogu se naći razmatranja o medijalnosti ljudske komunikacije i umetničkog stvaranja. Po njegovom mišljenju, zadatak filozofije medija bi bio da budi i produbljuje svest o tome da je svaka ljudska praksa *medijalna praksa*. Stoga ona ne treba da proširuje dovoljno široki raspon filozofskih disciplina, nego da obogati način samog filozofiranja.

Kao Zêlovom mišljenju suprotstavljen pokušaj prevrednovanja samostalnosti filozofije medija mogu se navesti nastojanja onih autora koji sebe smatraju filozofima medija – među njima i radovi Rajnharda Margrajtera (Reinhard Margreiter) koji u njima ukazuje na fundamentalnu dimenziju filozofije medija, pre svega u kontekstu zasnivanja diskursa kulturoloških nauka.⁵ On pojavu dinamizacije refleksije medija krajem XX i početkom XXI veka vidi kao produžetak tendencije moderne filozofije da se orijentiše ka *znakovima* i *simbolima* (*linguistic turn* je samo jedna varijanta te orijentacije) – Margrajter kao predstavnike takve orijentacije navodi Ernsta Kasirera (Ernst Cassirer), Suzen K. Langer (Susanne K. Langer), Nelsona Gudmena (Nelson Goodman) i Osvalda Švamera (Oswald Schwemmer). „Simbolički sistemi imaju kako značenjsku tako i čulno materijalnu stranu. Ukoliko se zasebno i izričito baci pogled na ovu poslednju, onda se simbolički sistemi mogu opisati kao *mediji* – i obrnuto” (Margreiter 2003: 170). On medije i filozofiju poima kao „ambigvitetnu figuru”: jedno nužno ukazuje na drugo. S takvom koncepcijom može se uskladiti fundamentalistička funkcija filozofije medija, ali Margrajter ne želi da je tumači na taj način da pod nju treba podvesti sve ostale ili većinu drugih disciplina, nego ona pre treba da bude izraz jednog stalnog ispitivanja i preispitivanja aspekata ljudskog znanja čime se ono koriguje i dalje problematizuje. U sličnom smislu fundamentalističku orijentaciju novije filozofije medija (ne kao sveobuhvatnu, već kao sveprožimajuću disciplinu⁶) poimaju Matijas Fogel (Matthias Vogel), koji teoriju medija pokušava primeniti na koncepciju racionalnosti i time prevazići suviše jednostranu jezičku orijentaciju analitičke filozofije duha,⁷ odnosno Majk Zandbote (Mike Sandbothe), čija nastojanja idu u pravcu razvoja jedne *pragmatički* orijentisane filozofije medija.⁸

Korak dalje od Zandbotea, Fogela i Margrajtera ide Zibile Kremer (Sybille Krämer) koja se ne zadovoljava perspektivom filozofije medija kao ključne filozofske discipline, nego koja želi da, uzimajući u obzir temeljnost te discipline, razvije koncepciju jedne *metafizike medijalnosti*.⁹ Ova autorka u tom kontekstu razvija tezu o *heteronomiji* medija (uvek postoji nešto spoljašnje, strano što ih determiniše). Mediji u izvesnom smislu nestaju za vreme njihove aktualizacije – taj princip Kremerova naziva *artikulacija stranog putem samoneutralizacije* (Krämer 2008a: 83). Otuda se funkcija *prenošenja* kao jedna od ključnih funkcija medija

5 Vidi npr. Margreiter (2016), posebno interesantno: str. 243–273 (o konceptima i zadacima filozofije medija).

6 Kako Margrajter kaže: „Ona je ‘prima philosophia’ – međutim ne u bazalnom, aristotelovskom smislu, nego u jednom interdiskurzivnom ili, kako bi se reklo, u transverzalnom smislu” (Margreiter 2016: 170).

7 Fogel to čini u svom glavnom sistematskom delu: upor. Vogel (2001).

8 Glavna referenca je ovde njegova monografija: Sandbothe (2001).

9 Upor. njenu važnu publikaciju iz 2008. godine: Krämer (2008a).

може одредити као „činjenje opažljivim nečег neopažljivog”¹⁰. На примеру *traga* може да се реконструише та мисаона фигура која карактерише употребу медија. „Trag не показује свог одашилјаоца, него управо његову измакнутост; дакле, не појављује се оно одсутно, него његово *odsustvo*” (Исто: 89). У метафизичкој традицији, епистемологизација трага не фунгира као медијум позитивног стичања знања, него као негативно истацање граница сазнања и приказивања. Trag овде није пук знак – он указује на радикалну диференцију и недокучиву другост (Kremerova своју епистемологију медија/traga развија на трагу (sic!) Deridine критике теорије знака као нечег презентног и Levinasove (Emmanuel Levinas) феноменологије Другог). Метафизика медијалности тако има негативан „предзнак”. Пројекат филозофије медија као конзеквене има: (1) тематизацију материјалних (несмислених) услова настања смисла, употребе знакова и интерпретације, (2) неодвојивост „правила” (односно система, sheme, forme) од „примене правила” (односно реализације, актуализације, инстанцирања) у недualној онтологији, (3) алтернативну представу о деланју, где деланје није једноставно стварање *ex nihilo*, већ употреба нечегга што сами нисмо произвели, а што ипак током те употребе можемо менјати и на други начин конципирати.¹¹

Поглед на академску сцену у немачком говорном подручју нам показује тенденцију да се све више пажње посвећује темата интересантним за филозофију медија, а ова се све више конституише као засебна дисциплина у академским круговима и постаје тема различитих истраживачких програма. У том контексту јасно се могу препознати назнаке да се филозофија медија одреди насрам других, већ еталбираних дисциплина које чине канон проучавања филозофије.¹² Наравно, не проучавају се у филозофији све discipline с подједнаким интензитетом – више се обрађују логика, етика и естетика од филозофије вештачке интелигенције, филозофије права или филозофије историје. Чак и метафизика, дуго оспоравана у филозофији XX века, дује се проучава и одржава од многих дисциплина изниклих у новјем периоду. Шта онда очекивати од једне новоформиране discipline као што је филозофија медија? Да ли ће она моћи да се еталбира као дискурс који подмирује трајни интерес, а не само „interest дана”? Има оних који ће рећи да је то једна лабавна мисаона конструкција која ће временом или потпуно нестати или до те мере ослабити док се не изгуби или макар асимилује у неком другом дисциплинарном контексту (можда ће она да се инкорпорира у културолошке студије (*Cultural Studies*) или у неки други интердисциплинарни корпус). А видели смо да има и оних мислилаца који сматрају да ће она да постане једна од главних покретачких снага „post-postmodernog” филозофског дискурса, тако рећи његова киџма. Зато се и поставља питање да ли тако (fundamentalno)

10 Vidi isto, str. 84.

11 Упор. шта о овим конзеквенцама у свом програмском чланку каже ауторка Krämer (2003), посебно на стр. 88–90.

12 Један добар пример locирања филозофске рефлексје медија у појединачним тематским контекстима даје зборник Sandbothe, Nagl (2005).

koncipirana filozofija medija može da postane nova *prima philosophia* – ili pak, naprotiv, čitava predmoderna filozofija može da se poima kao neki vid nerazrađene, implicitne filozofije medija, tako da bi filozofija medija mogla da se shvati kao neka *philosophia perennis*?

Svoj prilog ću završiti preformulacijom pitanja koje sam postavio u njegovom podnaslovu. Mislim da onaj odgovor koji se identifikuje s jasno iskazanim DA ili pak NE prema fundamentalnoj funkciji filozofije medija promašuje ili bar simplifikuje stvar. Umesto na isključivosti, trebalo bi insistirati na *integrativnosti* prilikom rešavanja ove dileme. Naravno, to deluje kao solomonsko rešenje – a nekima će delovati više kao izgovor za izbegavanje rešavanja dileme. Međutim, najteže je integrativno razmišljati jer to zahteva *samokritičan* stav prema sopstvenim teoretskim dispozicijama i pozicijama. A jasno je da je uvek lakše kritikovati druge nego sebe. U svakom slučaju, filozofija medija će u pravom smislu postati izraz alternativnog mišljenja tek onda kada prepozna i otkloni (ili makar ublaži) sopstvene slabe tačke (terminološke, methodske i druge deficite), a tako će ujedno izbeći da ostane zapamćena kao kratkotrajna intelektualna moda na prelazu iz XX u XXI vek.

LITERATURA

Krämer (2003): Sybille Krämer, Erfüllen Medien eine Konstitutionsleistung?, *Thesen über die Rolle medientheoretischer Erwägungen beim Philosophieren*, 78–90.

Krämer (2008a): Sybille Krämer, *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Krämer (2008b): Sybille Krämer, Medien, Boten, Spuren, *Wenig mehr als ein Literaturbericht*, 65–90.

Margreiter (2003): Reinhard Margreiter, Medien/Philosophie: ein Kippbild, in: Münker, Roesler, Sandbothe (Hgg.), *Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, Frankfurt am Main: Fischer, 150–171.

Margreiter (2016): Reinhard Margreiter, *Medienphilosophie. Eine Einführung*, 2. erweiterte und verbesserte Auflage, Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann.

Mersch (2006): Dieter Mersch, *Medientheorien zur Einführung*, Hamburg: Junius Verlag.

Münker, Roesler, Sandbothe (2003): Stefan Münker, Alexander Roesler, Mike Sandbothe (Hrsg.), *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag.

Münker, Roesler (2008): Stefan Münker, Alexander Roesler (Hrsg.), *Was ist ein Medium?*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.

Rieger (2008): Stefan Rieger, Der Frosch – ein Medium?, in: Münker, Roesler, *Was ist ein Medium?*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 285–303.

Sandbothe (2001): Mike Sandbothe, *Pragmatische Medienphilosophie. Grundlegung einer neuen Disziplin im Zeitalter des Internet*, Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.

Sandbothe, Nagl (2005): Mike Sandbothe, Ludwig Nagl (Hrsg.), *Systematische Medienphilosophie, Deutsche Zeitschrift für Philosophie*, Sonderband 7, Berlin: Akademie Verlag.

Seel (2003): Martin Seel, Eine vorübergehende Sache, in: Münker, Roesler, Sandbothe (Hrsg.), *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 10–15.

Vogel (2001): Matthias Vogel, *Medien der Vernunft. Eine Theorie des Geistes und der Rationalität auf Grundlage einer Theorie der Medien*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.

Damir J. Smiljanić
Universität in Novi Sad
Fakultät der Philosophie
Lehrstuhl für Philosophie

MEDIAL TURN – ALTERNATIVES DENKEN ODER VERGÄNGLICHE MODE?

Zusammenfassung: In den letzten Jahren kursiert in den akademischen Kreisen – vor allem den deutschen – die Rede von einem *medial turn*. Darunter wird eine Umkehr von der sprachlich-begrifflichen Orientierung in der Philosophie zur umfassenderen medialen Perspektive verstanden. Medien werden für jene Formen gehalten, durch welche menschliches Wissen artikuliert und zwischenmenschliche Beziehungen gestaltet werden. Der Medienbegriff dient als Schaltstelle zwischen verschiedenen Disziplinen wie Kulturphilosophie, Technikphilosophie, Erkenntnistheorie, Ethik und Ästhetik. Aus dieser Sicht bekommt die Medienphilosophie die Rolle einer neuen „prima philosophia“. Das Anliegen des Beitrags ist es, die Rolle der Medien in der Umorientierung des philosophischen Denkens zu reflektieren und den Universalitätsanspruch der zeitgenössischen Medienphilosophie zu überprüfen.

Schlüsselwörter: *medial turn*, Medien, Instrumente, Sinn, philosophische Disziplinen, Medienphilosophie, *prima philosophia*.

Dobrivoje Ž. Stanojević
Univerzitet u Beogradu
Fakultet političkih nauka u Beogradu
Katedra za novinarstvo i komunikologiju

УДК 070.41(497.11)
316.77:808.5(497.11)
316.774:316.75(497.11)

Marko M. Đorđević
Univerzitet u Kragujevcu
Fakultet pedagoških nauka u Jagodini
Katedra za društveno-humanističke nauke

HUMOR, SATIRA, IRONIJA I KARIKATURA KAO SREDSTVO DEKONSTRUKCIJE MEDIJSKIH MITOVA

Apstrakt: U štampanim medijima u Srbiji sve češće se javljaju kolumnisti (Dragoljub Draža Petrović, Svetislav Basara, Vojislav Žanetić...) koji se služe raznolikim sredstvima komike pri dekostrukciji tzv. medijskih mitova. Ismevanje jezičkih devijacija i jezički humor (persiflaža, ironija, sarkazam, parodija, kontrast, oksimoron, antimetabola...) omogućavaju oblikovanje novih žanrovskih shema kojima se dekonstruiše medijski svet. Na taj način se utiče na shvatanje relativnosti medijskih normi i mitova. Potrebno je, stoga, opisati stilsko-retorička svojstva pojedinih oblika komike u medijskom diskursu. Takođe je neophodno razmotriti dejstvo takve komike na proces recepcije. Jedan od važnih elemenata našeg shvatanja odnosa komike i medijskih mitova nalazi se u neskladu između medijskih apstrakcija i stvarnosti.

Elementi komike kriju se, takođe, u nedoslednosti mehanicističkog predstavljanja medijskih mitova. Nefunkcionalno ponavljanje medijskih matrica uslovljava i nemar prema jeziku što uslovljava mnoge značenjske padove, što je dobra osnova za negovanje ironije i srodnih retoričkih sredstava. Travestiranim oblicima medijskih mitova u ovim kolumnama pokazuje se znatan nesklad između predložene sadržine i podrazumevane forme. Neusklađenost pompezne forme prikazanog sveta i neznatnih repetitivnih sadržaja omogućava kolumnistima da efektno dekonstruišu medijske mitove istražujući nove mogućnosti novinskih žanrova.

Ključne reči: štampani mediji, medijski mitovi, dekonstrukcija, komika, retorička sredstva, kolumna.

UVOD

Medijski mitovi podrazumevaju posebni pristup stvarnosti. Reč je o medijsko-ideološkom objašnjenju pojava važnom za određene društvene grupe. Važno svojstvo medijskog mita jeste u tome, važi za sve mitove, da se u njega veruje bez

traženja opsežnije argumentacije. Na taj način je moguće svedeno i shematski objasniti mnogoliku društvenu i političku stvarnost. Širenju ovog shematizma ide u prilog to što su mitovi, po prirodi stvari, zavodljivi i manipulativni sa znatnim erističkim nadahnućem. Otuda sprega medijskih i političkih mitova oblikuje posebnu mitologiju savremenosti.

Medijski mitovi uvek prednjače u odnosu na stvarnost. Njima se i unapred oblikuje stvarnost jer se događaji unapred smeštaju u osmišljene sheme ili već i neposrednom mnogolikom pitijskom shematičnošću proizvode stvarnost. Otuda su mitovi, iako gotovo prekognicijske prirode, istovremeno i konformističke tvorevine jer ne izlaze iz svoje shematičnosti.

Pojavom medijskih mitologema osnažuje se i oblikovanje političkih mitova, kao neodložnog dela svake moderno oblikovane stvarnosti. Medijski mit predstavlja posebni topos koji se odnosi na aksiološki sistem jedne medijske i političke zajednice. Osnovna funkcija medijskih mitova nalazi se i u tome da pruže posebnu afektivnu podršku pripadnicima medijske zajednice i tako ih motivišu na negovanje vlastite važnosti, ponekad sa ciljem da se oblikuje naročiti vrednosni sistem i ostvari neki konkretni praktični, često posredno politički, cilj. Nevolja je u tome što su medijski mitovi pogodni za manipulaciju u masovnoj komunikaciji. Njihovu dvolikost, arhaičnost i prekognicijska svojstva otkrivamo u medijskoj tajnovitosti oblikovanja sveta. Tajnovitost je potrebna da bi se sačuvalo svojstvo magičnosti i prikrili tragovi skrivenih erističkih nastojanja: težnji da se publika na nešto nagovori. „Postoje tajne od kojih nas nepodnošljivo svrbi jezik [...]” (Jankelevič 1989: 50).

MEDIJSKI MITOVI MODERNOG DOBA

Grubo govoreći, moglo bi se govoriti o najmanje pet velikih medijskih mitova modernog doba: 1) Mit o važnosti medija, 2) Mit o nezavisnosti i slobodi, 3) Mit o mesijanskoj ulozi, 4) Mit o ličnosti novinara, 5) Mit o objektivnosti.

Medijsko i političko previranje poslednjih decenija u Srbiji prati veliko žanrovsko „komešanje”, zloupotreba mitova i brze promene medijskog poetičkog gledišta.

Posebno razvijena vrsta medijskih mitova nalazi se u vezi sa favorizovanjem ili pobijanjem nacionalnih mitova.

U štampanim medijima u Srbiji sve češće se javljaju kolumnisti (Dragoljub Draža Petrović, Svetislav Basara, Vojislav Žanetić, Mirjana Bobić Mojsilović, Ljubomir Živkov, Teofil Pančić, Viktor Ivančić, Dejan Ilić, Marko Vidojković...) koji se služe raznolikim sredstvima komike pri dekonstrukciji tzv. medijskih mitova. Ismevanje jezičkih devijacija i jezički humor (persiflaža, ironija, sarkazam,

parodija, kontrast, oksimoron, antimetabola...) omogućavaju oblikovanje novih žanrovskih shema kojima se dekonstruiše medijski svet. Na taj način se utiče na shvatanje relativnosti medijskih normi i mitova. Potrebno je, stoga, opisati stilsko-retorička svojstva pojedinih oblika komike u medijskom diskursu. Takođe je neophodno razmotriti dejstvo takve komike na proces recepcije. Jedan od važnih elemenata našeg shvatanja odnosa komike i medijskih mitova nalazi se u neskladu između medijskih apstrakcija i stvarnosti. Elementi komike kriju se, takođe, u nedoslednosti mehanicističkog predstavljanja medijskih mitova. Nefunkcionalno ponavljanje medijskih matrica uslovljava i nemar prema jeziku, što utiče na mnoge značenjske padove što je dobra osnova za negovanje ironije i srodnih retoričkih sredstava. Travestiranim oblicima medijskih mitova u ovim kolumnama pokazuje se znatan nesklad između predočene sadržine i podrazumevane forme. Neusklađenost pompezne forme prikazanog sveta i neznatnih repetitivnih sadržaja omogućavaju kolumnistima da efektno dekonstruišu medijske mitove istražujući nove mogućnosti novinskih žanrova.

Ne može se reći da su svi mediji bezuslovno okrenuti medijskim mitovima, te se ne može, otuda, ni govoriti da se svi bave njihovom dekonstrukcijom. Stilostatističkom ili „stilometrijskom metodom” (Kristal 1988: 245) dokazalo bi se da blagotvorna pojava ironije ukazuje na svojevrsno osmehivanje duha koji drugačije misli. To je i nagoveštaj promene gledišta i drugačijeg duha epohe. Naznačenom ironijom ukazuje se, takođe, na izvesnu formalnu trenutnu podređenost medija u odnosu na vlast, sa tendencijom postepenog prelaska u stanje moći usled mogućeg širenja ironijsko-satiričkog stanovišta. Ironijskim aktivitetom medija postiže se ubrzano kretanje prema drugačijem stanovištu. Istovremeno, medijskom ironijom ukazuje se na razliku između nekadašnjeg i sadašnjeg stanovišta i na moguću prevlast sadašnjeg pogleda na svet. Iako u novim medijskim pristupima postoji izvestan podsmeh prema različitim javnim delatnicima, najpre političarima i ljudima koji se brzo oduševljavaju političarima, takođe, postoji izvesna nada koja vodi u nerazumno očekivanje da bi moglo biti bolje i to baš zahvaljujući ironijsko-satiričkom delovanju novinara-kolumniste. Na taj način *neizlečeni iluzionizam novinarstva* postaje još jedna mitologema. Ona se prevladava tek ako se ironijskom destrukcijom jednih mitova predvide opasnosti shematizma snaga koje dolaze u ime nastajuće kritike.

Kolumnista ironiše za račun svojih vrednosti za koje nalazi da su prave. Obično je ironija jača ako je upravljena na strahoozbiljnost. Ona uvek dolazi posle izvesne tragedije ili kao nagoveštaj naslućivane katastrofe. Ironija gotovo uvek podrazumeva distancu. Ima li, međutim, novinar vremena za pravu distancu? Humor, ironija, satira i karikatura u novinarstvu ukazuju na moguću i potrebnu promenu mišljenja i dovode recipijente u okolnosti kojima se neophodno pripremaju za prihvatanje drugačijih gledišta. Tako humoru možemo da zahvalimo za povremeno uzmicanje političara od nerazumnih poteza. Kao kad se gleda kroz

lupu, kroz uveličavajuće staklo humora, ironije, satire i karikature, ljudi se vide sa dalekosežnom prekognicijom, kakvi bi mogli biti u budućnosti. Zahvaljujući, nasuprot tome, mogućnosti da se gleda sa distance kroz umanjujuće staklo, ljudi se vide iz daljine i pojave se čine važnijim od ličnosti. Novinarski duh, otuda, primenom raznolikih oblika humora, od blage ironije do tzv. negativnog sarkazma, postepeno dekonstruiše i vlastite mitove, naročito pojavom novih medija i mogućnošću da se sadržaji trajno predstavljaju na internetu. Navedeni oblici humora nužno vode parodičnosti, pa i samoparodičnosti i svojevrsnoj provokaciji, što do nedavno nije bilo svojstveno medijima. Tako se možemo forenzički baviti „name-renim i protumačenim značenjem” (Nikolić 2017: 159). Na taj način i manje važni mediji postaju značajni u zavisnosti od programa kojima se bave. Povremeno se razmećući svojom „nezavisnošću” („Težimo nepristrasnom izveštavanju i vrata naše emisije su otvorena za sve političke stranke i za sve goste. Ideja kojom se vodimo je da svakom gostu omogućimo da govori slobodno i da nam ispriča svoju priču, a nakon toga je na gledaocima da sami procene ko ima njihove simpatije, a ko nema. Ne cenzurišemo emisiju, već objavljujemo celokupne snimke razgovora. Postali smo prepoznatljivi kao produkcija koja se bori protiv cenzure. Želimo da pričamo o zabranjenim temama i da omogućimo ljudima da saznaju istinu. Ne želimo da se bavimo politikom. Ne zastupamo stavove i tvrdnje koje gosti iznesu u emisiji. Goste emisije molimo da se u emisiji služe samo istinom, a odgovornost za eventualne netačne tvrdnje snosi isključivo osoba koja ih saopštava...”), oni su dostupni sve vreme gotovo svim ljudima koji imaju strpljenja da u svojim traganjima po šumi interneta sami odrede meru nezavisnosti pojedinih medija.

Mesijanstvo novih medija tek kroz prizmu individualnosti svakog korisnika dobija posebnu, nekada i protivurečnu, ulogu „napslog ogledala”. Reč je, takođe, o svojevrsnom mesijanizmu jezika. „Kad govorimo o medijima, potrebno je reći da jezik nije njihov neutralni aspekt, već vrlo konstruktivni posrednik između medija s jedne i čitalaca, slušalaca ili gledalaca s druge strane” (Lakić 2011: 27).

Važnost ličnosti novinara se često relativizuje. Iako medijske kuće, pa i novinari lično, nastoje da favorizuju ulogu novinara, novi mediji priznaju samo autoritete onih koji umeju da slušaju i umesno postavljaju kratko pitanje. Sva nastojanja u vidu imenovanja emisija po imenu novinara (*Vi i Mira Adanja Polak, Intervju sa Jugoslavom Ćosićem, Žikina šarenica, A sada Rada, 24 minuta sa Zoranom Kesićem*) vode nekritičkoj glorifikaciji pojedinca i degradaciji medija.

Mit o važnosti medija, paradoksalno, urušen je već i neverovatnim širenjem medijskog polja. Ako sve može biti medij i ako su mediji svima dostupni kao kreatorima i recipijentima, onda takva „demokratizacija” medija potvrđuje pravilo da je sve važnije ono što je svima nevažno. Teški omotač objektivnosti seli se na teren opšteg poigravanja sa istinom. Istina je atomizovana do beznačajnosti i gotovo neprepoznatljiva. Istovremeno se ne bi moglo reći da je nema u pačvorcima na svakom mestu pomalo. Ona davno nije na sredini, a sredina se nalazi tamo

где делује staromodni novinar koji i dalje hoće da bude objektivan. Pritom mu se istina obje o glavu svaki put kada zbog „viška objektivnosti” malo ode na stranu vlasti. Jer istina se malokad nalazi tamo gde se nalazi vlast. Ako je tačno određenje da je „politika umeće mogućeg”, onda je istina u tom okruženju, svakako, teško moguća. Medijska važnost više nije jednodimenzionalna, ona je neverovatno reljefna i, gotovo redovno, problematična.

Mit o nezavisnosti postaje polje opšte destrukcije novih medija. Analizom diskursa pokazuje se da nema nezavisnih medija, kao što je poznato da nijedan medij nije baš u svemu zavisan. „Kakav rat takav i jezik (...)” (Bugarski 1997: 69). Moglo bi se reći: kakvi mediji takav jezik. Široka rasprostrtnost medija nagoveštava mnogoperspektivnost kojom se nalaže recipijentu upornost u praćenju i snalaženju u medijskom prostoru, što nalaže široku medijsku pismenost koja nikada nije konačna usled stalnih erističkih inovacija. Tako se mit o nezavisnim medijima velikom brzinom udaljava od onih koji hoće da promišljaju medije. Nezavisnost novih medija se uvek iznova određuje prema novim okolnostima, ljudima, stvarima i prostoru koji ih okružuje. Multiperspektivnost medija podrazumeva da, ako postoji jedan medij, onda nužno postoji mnogo medija oko njega jer je i rumorna komunikacija u vezi sa njim takođe deo medija. Autentični medij podrazumeva slobodno mnoštvo. Ako postoji isključivo jedan medij, onda uopšte nema medija i minimalne slobode koja ih može okruživati. Na taj način se i mit o slobodi medija poništava u svim slučajevima gde, osim prividne slobode medija, ne postoji i svaka druga sloboda.

Otkako je medija, recipijenti provode vreme nastojeći da otkriju vlasnike, prave vlasnike i izvorna nastojanja. Za to vreme mediji se trude da zagolicaju maštu recipijenta i uviju je u još veći veo tajne ne bi li stalno pothranjivali mit o nezavisnosti. Vlasnici čuvaju svoje tajne. Neke od njih bivaju otkrivene, a za neke se nude namerno pogrešni odgovori. Tajna nezavisnosti se krije u jeziku. Otuda se jezik medija stalno menja, od jezika rijalitija do jezika nauke. Recipijent neprestano otkriva zagonetke. Od njih se ništa ne može dalekosežno sakriti. Ipak, sakriva se dovoljno dugo da bi osnovna funkcija prikrivanja proizvela svoje dejstvo. U toj medijskoj mimikriji gubi se izvesno dostojanstvo i medija i njihovih pratilaca. Reč je o opštem snižavanju kriterijuma pristojnosti. Gubitak dostojanstva je samo uzgredna posledica. Medijski mit se, otuda, neophodno nalazi na nezahvalnoj nizbrdici, izložen opštoj satirizaciji.

Mit o mesijanskoj ulozi medija dekonstruiše se već činjenicom da se gube koordinate uvođenjem erističkih besperspektivnosti. Mesijanstvo može postojati samo sa jednog stanovišta. Mnoštvo interesa, međutim, nalaže i mnoštvo mesijanskih uloga svuda gde postoje različiti interesi. Pokazalo se da mediji nisu ni izmislili, ni omogućili, ni razvili demokratiju već su je, naprotiv, iskompromitovali i to baš s obzirom na mogućnost i potrebu da do kraja odigraju svoju mesijansku ulogu.

Elementi književne metaforike polako se sele na stranice medija. Književnici (poput Svetislava Basare, Viktora Ivančića, Teofila Pančića, Dejana Ilića...) nalaze u medijima širu publiku. Tako mediji postepeno gutaju književnost izgrađujući svojevrstni savremeni megažanr. I kada Koraks naslika predsednika Srbije Aleksandra Vučića kao Don Kihota, a Ivicu Dačića kao Sanča Pansu, vidljivo je pomeranje iz sveta književnosti u svet politike. Time pomenute ličnosti ne postaju deo književnosti, a likovi za poređenje još jednom dokazuju svoju semantičku širinu.

Zahvaljujući primeni elemenata ironijsko-parodijskog stilskog kompleksa, medijski govor se neprestano razlaže na manje prihvatljive celine (mikro govorne žanrove) kojima sažeto i višeznačno može da se saopšti specifična istina o trenutnom stanju. Pomoću ovih stilskih sredstava čitalac može da se okrene oko sebe i sagleda stvarnost sa svih strana. Na taj način, prividno selektivni i gotovo lični, recimo Korakov pristup, omogućava posebnu objektivnost. Novom objektivnošću razorena je mitologema o potrebi višestrukog izvora informacija i nagoveštena potreba dubljeg metaistorijskog uvida u kome se nalaze i provereni elementi tradicije. Nema tradicije u kojoj ljudi nisu nekako sjedinjeni. Mesijanstvo za jedne obavezno znači ropstvo za druge. Mesijanstva se brzo zaboravljaju. Ostaje samo gorak ukus manipulacije koja se može razotkriti najpotpunije upravo upotrebom ironije, parodije, satire, sarkazma, karikature.

Mit o ličnosti novinara samorazoren je već u činjenici da za ovo zanimanje nije potrebna nikakva diploma, a kad je ima, ona je zgodna preporuka da bude mo oprezniji kad pominjemo etiku. Tako se mnogi školovani novinari besprizorno stavljaju na određenu, često bolje plaćenu stranu. Na taj način dvosmisleno deluju. Braneći, navodno, opšte principe, oni brane ili vlast ili opoziciju na način kojim se pokazuje lična zainteresovanost za mogući profit. Takvo novinarstvo, oličeno kod nas u Draganu J. Vučićeviću i svima koji zadihano brane vlast, uprkos činjenici da vlast uporno treba kritikovati u ime opšteg interesa, slabovido pokazuje da je njegov cilj u brzom završetku profesionalne karijere. Završetak kao krajnja tačka novinarske besprizornosti. Recipijent, međutim, neprestano čezne za novinarskim savršenstvom, ali mu se ta želja u ovoj eri ironične dekonstrukcije nikako neće ispuniti.

Novinari sve manje pišu nepristrasno. Sve više su iza Nekoga ili nasuprot Nekome. Više nije potrebno načuljiti uvo da bi se čula novinarska reč. Novinar se sve manje obraća suptilnim dušama, sve više navijačkim strastima. Novinari ne govore tiho i samo onda kada imaju šta da kažu. Imperativ svakodnevne reči tera ih na površnost kojom se razara mitologema o sopstvenoj nezavisnosti. Novinari više ne govore tiho, a mi ne verujemo buci. Otuda kolumnisti sa oruđem ironije, parodije i parabole govore prividno glasno, a suštinski saopštavaju nešto drugo ostavljajući utisak da znaju nešto što drugi ne znaju.

Savremenom recipijentu ne preostaje ništa drugo nego da poveruje u nove mitove o razarajućoj i istinonosnoj победи humora koji nije zainteresovan da obmanjuje. Jer nije valjano reći svaku istinu svakome. Suzdržanost u iskazivanju istine, probrana aluzivnost i biranje momenata jesu obrasci nove novinarske poetike.

Mit o objektivnosti se razara upravo brojnošću raznolikih pristupa. Duh raznolikih objektivnosti oslobađa se najpre bojažljivo uz humor i satiru. Njihov najvažniji cilj je postaviti pravo pitanje u pravo vreme. Nedostižno „pravo pitanje” jeste ono koje neprestano visi u vazduhu. Upravo se raznolikim sredstvima humora smisao pitanja relativizuje i ukazuje na to šta se sve može dogoditi ako nema slobode da se oblikuje pitanje. Danas se na medijima, umesto da se smenjuju pitanja i odgovori kao u sokratsko vreme, samo nameću nova pitanja. Pitaju i novinari i pitani, malo ko daje autentične odgovore. Novinar se poziva na to da je jedino on taj koji pita. Sagovornik novinara se često služi floskulama „ako me pitate”, „dozvolite da završim”. Na taj način ne dolazi ni do kakve analize ideja, odsutna je čak i ideja o analizi.

Naše znanje o medijima zasnovano je na znanju o postojećim medijima. Pojmovna razgraničenja moguća su samo sa konkretnih stanovišta. Granice novih medija su, zato, u početku teško uhvatljive. Brzi razvoj tehnike, a opadanje morala, uslovili su novu vavilonsku medijsku pometnju gde su pojmovi jasnosti i razumljivosti postali veoma rastegljivi. Upravo kad nam se čini da je nešto jasno i razumljivo, koncizno, istinito, zanimljivo i usklađeno, onda postoje svi uslovi da se zapitamo da li je baš sve tako. Nije li neko namerno naciljao svoje nišanske sprave ne bi li nas uspavao? Napetom očiglednošću ukazuje se na skrivenost motiva i „poruka”. I upravo je očigledna neočiglednost savremenih medijskih „poruka” najbolji znak da „poruka” kao višedimenzionalni znak ne može postojati u modernoj medijskoj komunikaciji. Suština kazanog se neprestano seli sa namera vanog na nenameravano. Često je važniji izbor teme od načina na koji se govori. Prećutkivanje ponekad postaje rečitije od govora, pa je nalaženje nekih zaobilaznih tema i ćutanje o važnim temama (pad helikoptera, rušenje Savamale...) u kriznim vremenima sadržajnija „poruka” od napisa o brojnim atentatima od strane „medijskih Hotentota”.

Primenom elemenata humora mediji se određuju prema nužnosti odricanja od važnosti. Važnost je, ipak, zatvorena u simulacijske okvire humora, ali je tim, ponekad, delotvornija i snažnija. Pošto stvarnost postaje privatna, privatno postaje stvarno. Zato što je stvarnost burleskna i karnevalski groteskna, humor postaje nova ozbiljnost u koju se još, možda, može verovati. Mediji su, dakle, od svoje potrebe da budu *sve* prestali da budu čak i samo *nešto* ako nisu uvijeni koprenom stalne opreznosti prema strahoozbiljnim pristupima. Mediji koji odbijaju da budu samo nešto, svedeni su na to da ostanu ništa u očima ozbiljnih posmatrača. Ne odgovara se na sva pitanja, a neki odgovori se nikada ne mogu završiti. Otuda je objektivnost nezavršivi proces.

ZAKLJUČAK

Današnji mediji svoje istine saopštavaju prilično zaobilazno i beskrajno oprezno, razarajući mit o brzini. Njihove istine nikako nisu iste. Otuda su brojni eufemizmi i nijansirane perifrize pretežna stilska sredstva. Na stare mitove gleda se iz žablje perspektive, a nove miteme se grade postupkom koncentričnih ptičjih krugova u kojima se gubi pojam objektivnosti shvaćen u tradicionalnom smislu. Upravo zbog bojažljivosti, uglavnom režimskih medija, da nam saopšte istinu, alternativni mediji metaforički ubijaju recipijente svojom istinom. Dok tradicionalni mediji veruju da postoje trenuci za pojedine istine, alternativni mediji hoće da nam u svakom trenutku saopšte sve istine do kojih mogu doći. Otuda su njihove metode proveravanja manje pouzdane i sele se na teren humora i satire na kome se stvari više naznačavaju nego što se zaista kazuju. Otuda je medijski život u Srbiji neprestano u naznakama objektivnosti do koje tek treba narasti. I dok jedni diplomatski smatraju da je rano za istinu, drugi misle da je već neoprostivo kasno. U interregnumu između zakasnelog ranjenja i ranog kašnjenja nalaze se novi medijski mitovi čija prava značenja tek treba otkrivati.

LITERATURA

- Bugarski (1997): Ranko Bugarski, *Jezik od mira do rata*, Beograd: Čigoja štampa.
- Jankelevič (1989): Vladimir Jankelevič, *Ironija*, Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Kristal (1988): Dejvid Kristal, *Enciklopedijski rečnik moderne lingvistike*, Beograd: NOLIT.
- Lakić (2011): Igor Lakić, *Diskurs, mediji, rat*, Podgorica: Univerzitet Crne Gore, Institut za strane jezike.
- Nikolić (2017): Lidija Nikolić, *Forenzička lingvistika*, Banja Luka: Evropski defendologija centar za naučna, politička, ekonomska, bezbjednosna, sociološka i kriminološka istraživanja.

Dobrivoje Ž. Stanojević

University of Belgrade

Faculty of Political Sciences

Department for Journalism and Communication

Marko M. Đorđević

University of Kragujevac

Faculty of Education in Jagodina

Department for Humanistic Sciences

HUMOUR, SATIRE, IRONY AND CARICATURE AS A MEANS OF DECONSTRUCTING MEDIA MYTHS

Summary: In Serbian newspapers there are more and more columnists (Dragoljub Draža Petrović, Svetislav Basara, Teofil Pančić, Mirjana Bobić Mojsilović, Vojislav Žanetić...) that use a variety of different comic devices to destruct the so-called media myths. Making fun of linguistic deviations and linguistic humour (persiflage, irony, sarcasm, parody, contrast, oxymoron, antimetabole...) enables the formation of new genres that are being used to deconstruct the media world. The fact has an impact on people's beliefs about the relativity of media norms and myths. Therefore it is necessary to describe rhetorical and stylistic characteristics of some forms of humour in the media discourse. It is also necessary to examine the effect of these types of humour to the process of reception. Our understanding of the relation between humour and media myths is based on disharmony between media abstractions and reality.

The elements of humour are also hidden in the inconsistency of mechanistic representation of media myths. Dysfunctional repetition of media matrices conditions the irresponsibility towards language and causes many semantic downs, which is a good basis for fostering irony and other similar rhetorical devices. The travestied forms of media myths in these newspaper columns show a significant disharmony between the presented content and implied form. Inconsistency between pompous forms of the depicted world and insignificant repetitive contents allows columnists to effectively deconstruct media myths, exploring new possibilities of newspaper genres.

Key words: printed media, media myths, deconstruction, humour, rhetorical devices, newspaper columns.

Нина С. Стојановић
Универзитет у Крагујевцу
Факултет педагошких наука у Јагодини
Катедра за дидактичко-методичке науке

УДК 371.3::73/76
371.68:621.395.721.5

МОГУЋНОСТИ ПРИМЕНЕ МОБИЛНИХ ТЕЛЕФОНА У НАСТАВИ ЛИКОВНЕ КУЛТУРЕ

Апстракт: Полазећи од чињенице да ученици имају велико интересовање и богато искуство у коришћењу мобилних уређаја, сматрамо оправданим истраживање различитих могућности њихове примене у настави, посебно у области ликовне културе. Поред тога што су информационе технологије постале саставни део процеса учења и подучавања у школама у скоро свим наставним предметима, постоје два кључна проблема: мобилни телефони се још увек не користе на адекватан начин у настави, а, с друге стране, настава ликовне културе је до сада била место релативно спорог усвајања ИКТ у настави. Увођење мобилних телефона у наставу ликовне културе не треба да значи одбацивање традиционалних ликовних медија, већ повећање могућности за учење и подучавање, повећање избора средстава за учење и стварање, презентацију и стварање ликовних радова, али и редефинисање улога ученика и наставника, као и преплитање формалног и неформалног учења. Да ли је данашња основна школа спремна за промене под утицајем мобилних технологија? Како наставници одговарају на изазове мобилних технологија у њиховом разреду?

Кључне речи: мобилни телефони, настава ликовне културе, учитељ, ученик.

УВОД

Нагли развој технологије и технолошких открића условио је промене у функционисању савременог друштва у свим сферама живота. Свакодневно функционисање олакшано је појавом интернета и компјутера, чинећи живот готово незамислив без њихове употребе. Савремена технологија померила је границе комуникације и интеракције међу људима, а најочигледнији пример овог развоја је поседовање и употреба мобилних телефона. Данашњи телефони достигли су капацитете персоналног рачунара, могу стати у џеп и пружају приступ разним информацијама и изворима података било где на Земљиној кугли (Naismith, Lonsdale, Vavoula, Sharples 2004). Масовно коришћење мобилних телефона и њихова неопходност у савременом друштву довела је и до померања узрасне границе корисника.

У данашњем медијском окружењу, телефон је постао савремена дадиља и замена за играчке. Деца одрастају уз телефоне и упознају се са њиховим коришћењем од најранијег детињства, те су по поласку у школу у великој мери оспособљени за манипулисање овим уређајима.

Технолошка достигнућа утицала су и на промене у васпитно-образовном систему. Избор наставних средстава, метода и облика рада мењао се у складу са научним, техничким и технолошким открићима. Појава интернета отворила је мноштво могућности када је у питању организација наставног процеса. У том смислу, знање је постало доступно свима и у сваком тренутку, што значи да су ученици много активнији у самом процесу са знања. „Ученици не долазе у школу као празне странице папира по којима наставници пишу, они долазе са богатим искуством које се може користити у настави. Њихова искуства у коришћењу информационо-комуникационе технологије ван школе су велика и треба их узети у обзир при планирању и извођењу наставе” (Илић 2015: 106).

Информационо-комуникационе технологије проналазе место у многим наставним предметима, па тако и у настави ликовне културе. Размена информација у првобитним људским заједницама одвијала се путем цртежа, те ликовну уметност слободно можемо сматрати универзалним језиком и комуникационим средством. Савремена комуникација се највећим делом одвија посредством интернета и мобилних уређаја и представља јединствен мултимедијални систем. Тако се значење текста наглашава звучним ефектима, а емоција изражава путем дигитализованих цртежа и слика. Стога, можемо закључити да је ликовна уметност пронашла свој значај и место у савременој дигитализованој стварности и комуникацији. Из тог разлога неопходно је стално унапређивање традиционалних и увођење нових медија, посебно када је у питању настава ликовне културе. Кроз наставу ликовне културе појединац се среће са разноврсним ликовним техникама, односно медијима путем којих се изражава. У прилог томе, Вилотијевић наводи: „Из концепта традиционалне наставе извучен је максимум и не може се очекивати да он донесе нове квалитете. А кад се једна технологија потпуно исцрпи, морају се увести нове, јер настава не сме остати на досад постигнутом” (Вилотијевић 2003: 8). Међутим, чини се да средства ликовног изражавања у настави ликовне културе и даље остају у оквирима традиционалног, упркос савременим токовима у уметности и шире. Код учитеља и наставника ликовне културе постоји извесна врста отпора ка увођењу нових медија, а разлог томе можемо тражити у чињеници да оваква промена од њих захтева додатан напор при разумевању и овладавању новим знањима и вештинама. Неки наставници прихватају могућности које пружају мобилне технологије, али признају да им недостаје обука за њихову употребу у настави (Buehl 2013, према: Думанчић, Матијевић, Тополовчан 2016). Полазећи од

поменутих чињеница, сматрамо оправданим настојање да ближе проучимо могућности коришћења паметних телефона у настави ликовне културе, сагледавајући предности и недостатке овог технолошког средства.

Предности и различите могућности примене мобилних телефона у образовању су бројне. Они имају низ предности као што су: мобилност, флексибилност, брзина протока, једноставност и смањење трошкова инсталације. С друге стране, савремени мобилни телефони су мултифункционални уређаји и имају могућност размене текста, слика, звука и видео-садржаја. Субјекти у настави (ученици, студенти, као и професори) преко њих могу комуницирати у реалном времену користећи одговарајуће технологије и сервисе (Минић, Крецуљ, Воркапић 2011). Развој нових хардвера и софтвера знатно је побољшао могућности и функцију мобилних телефона. Од уређаја чија је сврха била искључиво комуникацијска, мобилни телефон је развијен до нивоа персоналног рачунара. Такође, бежичне мреже обезбедиле су мноштво погодности за кориснике, пре свега економску приступачност уређаја, која представља битан фактор када је у питању раст броја корисника. Број корисника мобилних телефона се константно повећава, о чему сведоче многа истраживања. Наиме, у свету је 2009. године било око 4 милијарде корисника, а према истраживањима УНЕСКО-а (Nikou, Bouwman, de Reuver 2012) данас постоји 6 милијарди претплатника мобилне телефоније на свету и ова појава не може да се заустави.

Чињеницу да велики број ученика поседује мобилни телефон свакако треба искористити у планирању наставе. Мобилни телефони пружају јединствену прилику за активно учење кроз укључивање ученика у реални контекст онда када они имају приступ помоћним средствима. М-учењем доминира учење кроз истраживање и решавање проблема, кооперативно учење, учење путем игре, пројектно и акционо учење (Думанчић и др. 2016; Минић и др. 2011; Naismith et al. 2006).

М-учење се не задржава само на класичном месту за учење, већ се проширује на могућност учења код куће, на радном месту, на јавним местима, чак обухвата и појам учења и појам могућности учења (Kukulska-Hulme 2010). Према овом аутору, следеће предности произлазе из коришћења мобилне телефоније у настави:

- ефикасно је средство у омаловажаваним друштвеним слојевима;
- информације за обуку доступне су ширим слојевима помоћу поткастова, мобилних апликација, блогова и е-књига, који су доступни будућим потенцијалним корисницима;
- угроженим друштвеним групама мобилна телефонија пружа могућност да се побољша квалитет наставе у њиховом окружењу;
- план наставе може да се ревитализује, да се наставне методе побољшају уз помоћ повратних информација од ученика;

– вредно је помоћно научно средство за географски разубеђене ученике, које омогућава да ученици лакше допру до локалних података и знања, а постоје и могућности приступа научним испитивањима.

Настава ликовне културе се разликује од осталих наставних предмета по карактеру садржаја, процесима стваралаштва, односима између ученика и наставника, као и у погледу процене резултата (Илић 2011). Сања Филиповић износи да „смисао, значај и функција ликовног васпитања и образовања јесте у постепеном увођењу деце у ликовну културу, зависно од њихових узраста, њихових потреба и индивидуалних могућности, омогућавајући им да кроз ликовно стваралаштво изражавају себе и комуницирају с окружењем” (Филиповић 2014: 3). Комуникација савременог друштва претежно се одвија путем мобилних уређаја, те је визуелна комуникација неизоставан елемент при размени информација. Констанце Кирхнер (Constanze Kirchner 2013) сматра да школа, а тиме и настава уметности, треба да се прилагоди актуелним друштвеним и образовним потребама. Настава је под снажним утицајима компетенција и стандарда, са једне стране, и дела савремене визуелне уметности, дела различитих култура и свакодневних визуелних информација за које треба испунити техничке и визуелне захтеве, са друге стране. Полазећи од чињенице да визуелна уметност никада није била распрострањена у овој мери, интеграција савремених средстава изражавања у наставу ликовне културе је неопходна.

ПРЕГЛЕД ДОСАДАШЊИХ ИСТРАЖИВАЊА О МОГУЋНОСТИМА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈЕ МОБИЛНИХ ТЕЛЕФОНА У НАСТАВНИ ПРОЦЕС

Питање употребе паметних телефона у настави окупирао је многе истраживаче. Став *NKI*, *MoLeNet* и Европске уније је да не треба занемарити примену мобилне телефоније у настави. Многбројна научна истраживања говоре о ефикасности *M-learning* програма. Тако су, на пример, истраживачи на факултету у Бурнелу испитивали како настава са коришћењем мобилних телефона утиче на ученике (Abu-Al-Aish, Love 2013) и какав је утицај такве наставе на математичку способност ученика. Резултати су показали позитивне ефекте и велике могућности за њихову примену у настави (Abu-Al-Aish, Love, Hunaiti 2012). Добре примере представљају и случајеви где до сада није било наставе. Применом мобилне телефоније отвориле су се нове димензије: на пример, у Африци, у оквиру *ABC* пројекта одрасли уче да пишу и читају; *M4Girls* пројекат у Јужној Африци омогућио је да се едукују угњетаване жене и интерактивним играма уче математику. Сличан овоме је пројекат *Мобилна маџематика (MoMath)*, такође у Јужној Африци, са

25.000 ученика и 500 наставника у 172 школе. Заговорници и спонзори овог програма су како наставници школа, тако и посланици у парламенту.

Налази истраживања које су обавили Куруши и Естелецки (Körösi, Esztelecki 2015) упућују на констатацију да је распрострањеност коришћења мобилних телефона већа код ученика него код наставника, али, док само 50% наставника за своју забаву користи смарт телефоне, код ученика основних и средњих школа овај проценат износи 80%. Добијени су интересантни подаци о коришћењу паметних телефона на школским часовима: иако се 63% ученика служило смарт телефонима, то је било дозвољено само од стране 27% наставника. Истраживање је указало на осетну разлику између мишљења наставника и ученика, што је уобичајено код увођења нових технологија (рачунара, пројектора, интернета) које су данас већ апсолутно прихваћене.

Проблеме увођења паметних телефона у наставу истраживали су Усал и Ширин (Usal, Şirin 2014–2015) на узорку од 148 професора са Универзитета „Karadeniz Technical, Firat and İnönü” у Турској. Резултати овог истраживања показују да наставници који су учествовали у истраживању имају отпор према коришћењу мобилне технологије у настави, иако је и сами редовно користе у свакодневном животу. Аутори наводе два могућа разлога за овај проблем. Први се односи на то што предавачи у Турској и даље нису интегрисали учење и подучавање са технологијом, што представља генерални проблем образовног система. Други проблем се односи на то да предавачи још увек нису у потпуности разумели промене у облику замене позитивистичке и традиционалне парадигме паразитивистичким парадигмама. Осим што не знају где би сместили ову допунску алтернативу, многи учитељи и наставници посматрају паметне телефоне као главну дистракцију приликом реализовања наставе, јер су ученицима на тај начин доступни и ваннаставни садржаји који могу довести до недисциплине и ометања наставе. Овим проблемом се бавио Матијевић (2008) у свом истраживању обављеном у Хрватској на узорку од 2994 учитеља. Добијени резултати показују да „наставници имају потешкоће у одржавању дисциплине са уређајима који обезбеђују само атрактивне игрице (које су често изузетно корисне у педагошком смислу) и које би сви ученици желели да играју. Образовних софтвера доброг квалитета има премало, или их уопште нема. Ученици такође доносе мобилне телефоне у школу и користе их, често на начин који није педагошки планиран и који превазилази границе пристојног понашања и комуникације” (Матијевић 2008: 8). Међутим, када су у питању ставови ученика о могућој употреби паметних телефона у настави, до занимљивих резултата дошли су Воларић, Брајковић и Васић (2012/13) који су испитивали мишљења 152 студента у Мостару о њиховим навикама везаним за свакодневну употребу паметних телефона, о садржајима које посећују када

су на интернету и шта би очекивали од телефона као наставног средства. Резултати су показали да би 61% студената користило игрице на мобилном уређају, управо као помоћ у учењу. Када су у питању садржаји којима испитаници најчешће приступају, друштвене мреже нашле су се у врху са чак 86% испитаника, који су навели да на Фејсбуку проводе највише времена. Да ли се заинтересованост ученика и количина проведеног времена на друштвеним мрежама такође може искористити у наставне сврхе? У том циљу, Ерет (2015) је спровела истраживање на узорку од 126 ученика основних школа и 116 студената у ком је испитивала ставове о употреби Фејсбука и паметних телефона у настави. Резултати истраживања показали су да су ученици највише заинтересовани да користе Фејсбук и паметне телефоне у настави математике, енглеског језика и ликовне културе. Међутим, резултати истраживања које су спровели Бауер и Кентон (Bauer, Kenton 2005) показују да се интеграција ИКТ-а у наставу ликовне културе још увек споро одвија и није потпуно постигнута. Проблеме у интеграцији ИКТ-а у наставу ликовне културе констатовала је и Кејт Еш (Ash 2008). Она наводи да, иако дигитални медији постају све чешћи у уметничком образовању, такви облици уметности су још увек нови и тек треба да буду прихваћени. Многи наставници остају и даље ретки корисници технологије или избегавају коришћење нових технологија за учење и стварање у специјализованим учионицама за наставу ликовне културе (Black 2002; Degennaro, Mak 2002–2003; Lu 2007; Leonard, Leonard 2006; Browning 2006; Flood, Bamford 2007; Gude 2007; Mayo 2007, према: Tillander 2011).

У истраживању које је обавио Илић (2015) у оквиру докторске дисертације, испитивано је 750 ученика и 52 наставника на територији Републике Србије о примени ИКТ у настави ликовне културе. Резултати овог истраживања показују да специјализоване учионице за наставу ликовне културе нису опремљене ИКТ-ом у складу са потребама, жељама и могућностима наставника и ученика.

Наравно, приликом прихватања ИКТ алата највећа баријера је финансијског и психолошког карактера (Namesztovszki 2008) и, пошто наши наставници истински не препознају право место оваквих средстава у настави, не препознају ни могућности да се настава организује на начине који би подстицали еманципаторну функцију учења у њој. Међутим, алтернатива постоји и то у виду мобилних телефона, чиме би проблеми у погледу неопремљености специјализованих учионица ИКТ-ом могли бити превазиђени. У истраживању које смо обавили 2017, на узорку од 120 учитеља запослених у школама у Јагодини, Краљеву и Новом Саду, испитивали смо ставове и мишљења учитеља о примени мобилних телефона у настави ликовне културе. Резултати овог истраживања показали су да највећи број учитеља не дозвољава употребу телефона у настави, што се показало и у

ранијим истраживањима која су се бавила истом проблематиком. С једне стране, учитељи препознају предности имплементације мобилних телефона у настави ликовне културе, док, с друге стране, нису спремни у потпуности да дозволе ученицима да их користе. Као кључне проблеме и недостатке учитељи су навели да примена мобилних телефона може довести до пасивизирања ученика, опадања њихове креативности и нарушавања дисциплине у разреду. Међутим, када је реч о употреби мобилних телефона у циљу прегледа уметничких репродукција, посета онлајн-музејима, стварања филмова и фотографија, резултати су показали да учитељи у највећем броју случајева препознају потенцијал паметних телефона и да би дозволили ученицима да их користе у ове сврхе.

Приказани резултати истраживања сведоче о постојању отпора и тешкоћа по питању увођења паметних телефона у наставни процес. С друге стране, ставови наставника и ученика указују да су они заинтересовани за њихово имплементирање у наставни процес, јер коришћење мобилних телефона може да пружи прилику школству да без већег улагања ученицима омогући интересантно и ефикасније учење и наставу подигне на виши ниво.

НАСТАВНИ ПОТЕНЦИЈАЛ МОБИЛНИХ ТЕЛЕФОНА У НАСТАВИ ЛИКОВНЕ КУЛТУРЕ

Задатке наставе ликовне културе можемо поделити у три групе: ликовна писменост (овладавање знањима о ликовним елементима и вештинама коришћења ликовних техника), ликовна култура (разумевање ликовне уметности кроз репродукције, посете изложбама и музејима) и ликовна креативност (развој сензорних, изражајних, практичних и интелектуалних способности и развој дивергентног мишљења). Ликовна писменост остварује се кроз овладавање знањима о ликовним елементима и способностима њихове примене кроз практичан рад. Реализација се одвија путем усменог излагања учитеља и често, не тако веште, демонстрације. Међутим, проблем оваквог начина рада настаје када су у питању индивидуалне разлике међу ученицима. Сваки ученик различитом брзином и на другачији начин овладава одређеним знањима и вештинама. У таквој ситуацији, велика је могућност да ће ученици који се слабије сналазе са употребом традиционалних медија остати ускраћени и неће имати могућности да се визуелно изразе. Омогућавање приступа интернету путем мобилних телефона створило би добре услове за економичнију реализацију наставе и олакшало појединцу приступ свим потребним информацијама. Информације у облику видео-туторијала покривају све области људске делатности, па тако и ликовно стваралаштво. Сваки ученик би уз помоћ приступа интернету путем

мобилног телефона имао личног „тутора”, те би по потреби у сваком тренутку могао да прати „корак по корак” процес стварања ликовног дела и на тај начин овлада одређеном ликовном техником. Поред улоге „тутора”, мобилни телефони данас пружају велике могућности и када је у питању стварање ликовних творевина путем различитих софтвера. Људи свакодневно стварају и ликовно се изражавају а да тога нису ни свесни. Томе сведочи чињеница да се свакодневно стварају и неизоставно обрађују фотографије и видео-записи којима појединац бележи тренутке из свакодневног живота. Иако се чини да овакве творевине не представљају ликовну уметност, сам процес, почев од идеје до презентације, говори нам другачије. Из тог разлога треба узети у обзир и стварање путем савремених медија. На тај начин уметност би се приближила ученицима повезивањем са свакодневним животом и развила свест о њеној распрострањености. Стварање дела путем савремених медија пружило би могућност ученику да се ликовно изрази на начин прилагођен његовим могућностима.

Медији преко којих су ученици учили о уметности су до краја двадесетог века углавном били предавач, учбеници, репродукције уметничких дела, разне монографије о уметницима или енциклопедије и ретке посете музејима. Данас су посредством информационо-комуникационих технологија доступни светски музеји и базе података уметничких дела, који могу бити од користи и ученицима и наставницима (Илић 2015).

Савремени медији пружају све веће могућности како у техничком, тако и у смислу проналажења нових, креативних решења за одређене ликовне проблеме. Поред тога, за успешну креативну продукцију потребан је одређен ниво чињеничног знања јер, ако ученик нема довољно знања о неком проблему, неће га моћи редефинисати, побољшавати, ни стварати нове продукте (Cropley 1999, Williams et al. 1996). Омогућавање приступа информацијама у сваком тренутку допринело би стварању добре основе за развој способности креативног мишљења ученика као што су оригиналност, флуентност, флексибилност, елаборација и редефиниција. Свака од ових способности усмерена је на лична искуства ученика, чиме се остварује и већа мотивација.

ПРОБЛЕМИ КОРИШЋЕЊА МОБИЛНИХ ТЕЛЕФОНА У НАСТАВИ ЛИКОВНЕ КУЛТУРЕ

Упркос предоченим могућностима употребе мобилних телефона у настави, ово помоћно средство и даље наилази на друштвени отпор и предрасуде, како у многим земљама света, тако и у Србији. Мобилни телефон за учитеље је асоцијација на нешто што може само „ометати наставу”, те је из

тог разлога коришћење мобилних телефона на часовима у великом броју васпитно-образовних институција строго забрањено. Отпор према паметним телефонима често произлази из немогућности увиђања свих предности које они могу имати у настави, што је у директној вези са неоспособљеношћу учитеља за њихово коришћење. Оспособљеност за коришћење мобилног телефона углавном се своди на познавање операција телефона као комуникационог средства које се односе на позиве, слање порука и евентуално коришћење друштвених мрежа. Ово може бити и разлог због кога највећи број учитеља мобилни телефон сматра дистракцијом, средством које нуди само забаву и одвлачи пажњу од наставе. Ову претпоставку потврђују и одговори просветних радника обухваћених истраживањем које је обавио Матијевић (2008). У његовом истраживању, већи број испитаника наводи како је телефон корисно средство и да не би забранили њихово ношење у школу, јер је то добар начин да родитељи надгледају своју децу, те да и деца уколико дође до проблема могу лако контактирати са родитељима. Међутим, када је у питању имплементација телефона у наставни процес, један од коментара у овом истраживању гласи: „Нисам сасвим сигурна да мобилни телефон треба да постане наставно средство, јер, поред могућности комуникације (писање кратких порука) и фотографисања, ја не видим много користи од тога на часу” (Матијевић 2008: 5).

Поред проблема који се односи на могућу неуспешност часа услед приступа ненаставним садржајима, међу учитељима влада мишљење да употреба мобилних телефона на часовима ликовне културе може довести до пасивизирања ученика и пада креативности. Чињеница да ученици у сваком тренутку испред себе имају понуђена готова решења за одређене проблеме отвара питање могућности развоја креативности и способности дивергентног мишљења. С друге стране, за развој дивергентног мишљења појединац мора имати извесну количину чињеничних знања, до којих би употребом мобилних телефона дошао знатно брже и лакше. Ова опречност отвара нови проблем у смислу проналажења адекватног решења за то на који начин и у којој мери треба дозволити употребу мобилних телефона у настави ликовне културе.

Разлике у схватању уметности могу довести до проблема који се односи на њено вредновање. Мишљење да је права уметност само оно што је створено људском руком, употребом традиционалних средстава, представља препреку за увођење савремених средстава у ликовно стваралаштво. Наиме, неки учитељи сматрају да увођење савремених средстава, па тако и мобилних телефона, у наставу ликовне културе може довести до умањивања вредности стваралачког карактера уметности.

На крају, чињеница да ученици самостално у сваком тренутку могу доћи до жељених знања отвара питање улоге учитеља у таквој врсти наставног

процеса. Учитељи се готово једногласно слажу да мобилни телефон не може да замени учитеља у наставном процесу, те ову констатацију наводе као још један од могућих проблема имплементације мобилних телефона у наставу ликовне културе.

ЗАКЉУЧАК И ПЕДАГОШКЕ ИМПЛИКАЦИЈЕ

Један од императива савременог образовања јесте активно учешће ученика у наставном процесу. Настава организована на овакав начин подразумева флексибилност наставног програма, односно прилагођавање градива савременим променама у друштву и технологији, интересовању деце и личном животном искуству сваког ученика понаособ. С обзиром на то да ученици полазе у школу са богатим искуством у коришћењу информационо-комуникационих технологија, треба узети у обзир могућности примене ових средстава и њихове имплементације у наставни процес. Када је реч о увођењу савремених наставних средстава, проблем се најчешће јавља услед неадекватне опремљености васпитно-образовних институција потребном технологијом. Иако алтернатива у облику мобилних телефона може превазићи недостатке по питању недовољног броја и економичности ових средстава, њихова примена у настави и даље наилази на отпор и негодовање од стране учитеља. Наиме, велики број учитеља мобилне телефоне посматра као „ометаче” наставног процеса и не препознаје њихове могућности као наставног средства. Проблем увођења мобилних телефона у наставни процес изражен је у свим наставним областима, нарочито када је у питању настава ликовне културе, како због своје специфичности тако и због неупућености учитеља у могућности њихове примене. Резултати истраживања која су се бавила овом темом показали су да највећи број учитеља не дозвољава употребу мобилних телефона на часовима, иако имају позитиван став према предоченим могућностима примене мобилних телефона у настави ликовне културе. Сматрамо да овакви резултати откривају један од водећих разлога подељености мишљења испитаника по питању употребе телефона у настави ликовне културе, а то је недовољна заинтересованост и неоспособљеност учитеља да повежу традиционалне са савременим наставним средствима у овој области. Интеграција савремених медија у наставни процес, самим тим и мобилних телефона, од учитеља захтева константну надградњу знања и способности у области информационо-комуникационе технологије, јер данашњи ученици треба да буду спремни и способни да разумеју значења уметности у различитим контекстима, као и да буду оспособљени да се на различите начине изражавају и преносе своје идеје и поруке кроз мултимедијалне уметничке форме. У том циљу, неопходно је организovati

стручна усавршавања на ову тему која би учитеље упознала и мотивисала за иновирање наставног процеса кроз имплементацију савремених технолошких средстава у настави свих предмета, па и настави ликовне културе.

Такође, сматрамо да увођење мобилних телефона у наставу ликовне културе не значи одбацивање традиционалних ликовних медија, већ пружање већег избора наставних метода и средстава за учење и стварање, повећавање могућности за учење и подучавање, презентацију и стварање ликовних радова и радова визуелних уметности.

ЛИТЕРАТУРА

Абу-Ал-Аиш, Лав (2013): Ahmad Abu-Al-Aish, Steve Love, Factors Influencing Students' Acceptance of M-Learning: An Investigation in Higher Education, *The International Review of Research in Open and Distance Learning*, 14 (5), 83–108.

Абу-Ал-Аиш, Лав, Хунаити (2012): Ahmad Abu-Al-Aish, Steve Love, Ziad Hunaiti, Mathematics Students' Readiness for Mobile Learning, *International Journal of Mobile and Blended Learning*, 4 (4), 1–20.

Бауер, Кентон (2005): John Bauer, Jeffrey Kenton, Toward Technology Integration in the Schools: Why It Isn't Happening, *Journal of Technology and Teacher Education*, 13(4), 519–546.

Блек (2002): Paul Black, *Working inside the black box*, London, UK: NferNelson.

Браунинг (2006): Kathy Browning, Digital applications in elementary visual arts: A case study in Ontario and Newfoundland schools, *Canadian Review of Art Education*, 33 (1), 25–41.

Вилијамс, Блајт, Вајт, Стернберг, Ли, Гарднер (1996): Wendy Williams, Tina Blythe, Noel White, Robert Sternberg, Jin Li, Howard Gardner, *Practical Intelligence for School: A Handbook for Teachers of Grades 5–8*, New York, USA: Harper Collins.

Вилотијевић (2003): Mladen Vilotijević, Od tradicionalne ka informacionoj didaktici, *Образовна технологија*, 1–2, 15–19.

Воларић, Брајковић, Васић (2014): Tomislav Volarić, Emil Brajković, Daniel Vasić, Utjecaj mobilnih uređaja u nastavi, *Savremena pitanja*, br. 17, 50–67. Preuzeto sa: http://www.maticahrvatska mostar.ba/images/pdf/savremena_pitanja/SP_17.pdf.

Гуд (2007): Olivia Gude, Principles of Possibility: Considerations for a 21st Century Art & Culture Curriculum, *Art Education: the Journal of the National Art Education Association*, 60 (1), 6–17.

Де Ђенаро, Мек (2002-2003): Al DeGennaro, A Diffusion Model for Computer Art in Education, *Journal of Educational Technology Systems*, 31 (1), 5–18.

Думанчић, Матијевић, Тополовчан (2016): Mario Dumančić, Milan Matijević, Tomislav Topolovčan, How Mobile Learning Can Change Education, *Online International Interdisciplinary Research Journal*, Vol. 6 (July 2016 Special Issue), 31–40. ISSN 2249-9598.

Ерет (2015): Lidija Eret, Mišljenja osnovnoškolskih učenika i budućih učitelja o mogućnostima primjene Facebooka i pametnih telefona u nastavi, u: S. Opić (ur.), *Zbornik radova Konferencije Učiteljskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu: Istraživanja paradigmi*

djetinjstva, odgoja i obrazovanja, Zagreb, Hrvatska: Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 401–415.

Еш (2008): Katie Ash, Digital Approach to Art Ed. Gains Momentum, *Education Week – Digital Directions*, 1 (4). Retrieved in September from: http://www.edweek.org/dd/articles/2008/06/05/04artsidebar_web.h01.html.

Илић (2011): Vojislav Ilić, Kratki vodič kroz internet za nastavnike likovne kulture, *Obrazovna tehnologija*, 3/2011, 325–334. Preuzeto sa: http://mdt.edu.rs/uploads/1/1/0/7/11070216/kratki_vodic_kroz_internet_za_nastavnike_likovnl_kulture.pdf.

Илић (2015): Vojislav Ilić, *Informaciono-komunikaciona tehnologija kao faktor podizanja kvaliteta nastave likovne kulture*, neobjavljena doktorska disertacija, Beograd: Učiteljski fakultet.

Кирхнер (2013): Constanze Kirchner, *Kunst – Didaktik für die Grundschule*, Berlin: Cornelsen Schulverlage.

Кропли (1999): Arthur Cropley, Definitions of Creativity, In: M. A. Runco, S. R. Pritzker (eds.), *Encyclopedia of Creativity*, San Diego, USA: Academic Press, 511–522.

Куруши, Естелецки (2015): Gábor Kőrösi, Péter Esztelecki, Korišćenje mobilnog telefona u nastavi, *Istraživanja u pedagogiji*, 5 (1), 94–104.

Кукулска-Хулме (2010): Agnes Kukulska-Hulme, *Mobile learning for quality education and social inclusion*, Moscow, Russian Federation: UNESCO Institute for Information Technologies in Education.

Леонард, Леонард (2006): Lawrence Leonard, Pauline Leonard, Leadership for technology integration: Computing the reality, *The Alberta Journal of Educational Research*, 52 (4), 212–224.

Лу (2007): Pei-Chi Lu, The Integration of Blog Platform and E-portfolio in Art Assessment, *The International Journal of Arts Education*, 154–185. Retrieved in September from: http://ed.arted.gov.tw/uploadfile/Periodical/1910_arts_education52_154185.pdf

Матијевић (2008): Milan Matijević, How to enhance classes by using PCs, the Internet, and mobile phones, *International Conference Contemporary Intentions in Education University of Skopje*, Jun 2008, Ohrid, Macedonia: Faculty of Pedagogy, 1–9.

Минић, Крецуљ, Воркапић (2011): Siniša Minić, Dragan Kreculj, Miloš Vorkapić, Upotreba i značaj WLAN i mobilnih tehnologija u nastavi, *Tehnologija, informatika i obrazovanje – za društvo učenja i znanja ТИО6*, Jun 2011, Čačak, Srbija: Tehnički fakultet, 413–419.

Наместовски (2008): Zsolt Namesztovszki, *Atanítók megváltozott szerepköre az információs társadalomban. A tanítóképzés jövőképe*, Újvidék, Szerbia: Fórum könyvkiadó.

Нејсмит, Лонсдејл, Вавуола, Шарплс (2004): Laura Naismith, Peter Lonsdale, Giasemi Vavoula, Mike Sharples, Literature review in mobile technologies and learning, *Futurelab Series, Report 11*, Bristol, UK: Futurelab University of Birmingham. Retrieved in September from: www.futurelab.org.uk/research/Lit_reviews.htm.

Никоу, Буман, де Рувер (2012): Shahrokh Nikou, Harry Bouwman, Mark de Reuver, Mobile Converged Rich Communication Services: A Conjoint Analysis, In: *System Science (HICSS)*, 2012, 45th Hawaii International Conference, 1353–1362.

Тилендер (2011): Michelle Tillander, Creativity, Technology, Art and Pedagogical Practices, *Art Education*, 64, (1), 40–46. Retrieved in October from: <http://click4teachers.weebly.com/uploads/1/0/9/9/10998480/2011creativitytechnologyartandpedagogicalpractices.pdf>.

Усал, Ширин (2015): Yelda Usal, Atila Şirin, M-Learning in Art-Education, *International Journal of Learning and Teaching*, 1 (2), 129–133.

Филиповић (2014): Сања Филиповић, *Ликовна култура, уџбеник за петти разред основне школе*, Београд: Klett.

Флуд, Бамфорд (2007): Adele Flood, Anne Bamford, Manipulation, simulation, stimulation: The role of art education in the digital age, *International Journal of Education through Art*, 3 (2), 91–102.

Nina S. Stojanović

University of Kragujevac

Faculty of Education in Jagodina

Department for Didactics and Methodology

POSSIBILITIES OF USING MOBILE PHONES IN ART EDUCATION

Summary: Starting from the fact that students have great interest and rich experience in the use of mobile devices, we consider justified to conduct a research of the various possibilities of their application in teaching, especially in art education. When it comes to the implementation of modern teaching aids, the problem lies in the fact that educational institutions are inadequately equipped with technology. Although the use of mobile phones can serve as an alternative for overcoming the difficulties such as the cost-effectiveness or the lack of these aids, their implementation in teaching is still disapproved and not supported by teachers. Namely, a large number of teachers consider mobile phones as "obstacles" and do not recognize their possibilities in teaching. The results of a research study show that most teachers do not allow the use of mobile phones in classes, although they have a positive attitude towards the possibilities of using mobile phones in art education. We believe that such results reveal one of the main reasons for divided opinions of the respondents regarding the use of mobile phone in art education – teachers' insufficient interest and inability to connect traditional with modern aids in teaching. In order to overcome the problem, it is necessary to organize professional training courses which will provide teachers with all necessary information and motivate them to innovate their teaching with the implementation of modern technology for all subjects, including fine arts. The implementation of mobile phones in art education should not mean the rejection of traditional media. On the contrary, it would offer more learning and teaching opportunities, a better choice of various media for learning and creation, artistic presentation and creation, as well as redefined roles of students and teachers.

Key words: art education, mobile phones, student, teacher.

Radenko LJ. Šćekić
Univerzitet Crne Gore
Istorijski institut
Podgorica

УДК 32.019.5:654.191

MEJNSTRIM I ALTERNATIVNI MEDIJI KAO POLJE I SREDSTVO POLITIČKE BORBE

Apstrakt: Izrazom *mainstream* (*glavna struja*) *media* označavaju se masovni mediji koji odražavaju prevladavajuća mišljenja, uticaje i aktivnosti nasprot onim medijima koji su označeni izrazom *alternative media* i koji mogu uključivati sadržaj koji nije u skladu s prevladavajućim pogledima vladajuće elite. Masovni mediji predstavljaju ne samo polje za političku borbu, već i moćno sredstvo za kreiranje i širenje željene politike i ideja. Kreiranje i širenje lažnih vijesti predstavlja bitan segment savremenog hibridnog ratovanja. Sumornu realnost karakteriše brisanje jasne granice između mira i rata. Kreira se atmosfera permanentnih tenzija, straha, napetosti. Kroz strategiju „kontrolisanog haosa”, putem medija se nameću željeni stavovi.

Кljučне riječi: mejnstrim mediji, alternativa, politika, hibridni rat.

UVOD

Tema ovoga rada su mediji kao sredstvo i polje političke borbe, kao i upotreba mejnstrim i alternativnih medija u te svrhe. Ovdje problematizujemo odnos savremenih mejnstrim medija i alternative, odnosno „drugosti”. Mediji ne bi trebalo da zanemaruju svoju društvenu funkciju u cilju objektivnog informisanja o temama i pojavama od društvenog značaja. Međutim, to je samo teorijsko pravilo, dok je u praksi kod većine medija dominantna komercijalna strana, jer gotovo svi nude zabavu, lake teme, nagradne igre, tračeve, rijaliti-šou. A na taj način je običan čovjek, glasač, prosječna porodica – zabavljena i pasivizirana. Mase se ne osvajaju objektivnošću, argumetima i činjenicama. Masama se vlada iluzijom, emocijama i demagogijom. A putem dominantnih medija se plasira određena politika, ideologija, kulturološka matrica, stilovi života, željeni stavovi. Naravno da se evidentno pomanjkanje medijskog interesovanja za bavljenje običnim društvenim pitanjima može donekle objasniti tabloidizacijom, koja je na neki način i politički podstaknuta, po davno oprobanoj sistemu: hljeba i igara. Putem dominantnih medija nam se nameću željeni kulturni i obrazovni obrasci, politikom meke moći, putem nametanja novih kulturnih trendova, stilova življenja, u cilju

promjene društvene svijesti i nametanja željenog mišljenja. Pretpostavka da su mediji odgovorni prema javnosti i da im je opšti interes osnovni motiv postojanja i rada polazi od, u osnovi, utopijske vizije čovečanstva u kojoj se nedvosmisleno zna šta je dobro, a šta ne. Istina bi u takvom poimanju stvari trebalo uvijek da bude na prvom mjestu. S druge strane, praksa je odavno pokazala da su u osnovi ljudskog djelanja – interesi. Oni su prije svega pojedinačni, grupni, pa tek onda zajednički, opštedruštveni (Veljanovski 2011: 106). Ili, kako bi rekao Lorimer: „Mediji kao doprinos daju informacije i analize unutar širokog konteksta u kojem se razni pojedinci i grupe takmiče u interpretiranju stvarnog značenja događaja. Katkad se pri davanju ovog doprinosa ima na umu javni interes, a ponekad su više po srijedi vlastiti interesi” (Lorimer 1998: 64). Medijem se označava svako sredstvo komunikacije koje obezbjeđuje širenje poruka ili informacija. Da bi mogla da utiče na primaoca, poruka prvo mora da im bude dostupna da bi bila primljena. Ova osobenost poruke je u uskoj vezi sa sredstvima komunikacija i sa karakteristikama primalaca (objekta) propagande. Subjekat propagande treba da raspoláže onim sredstvima za prenos poruka koje će poruku na najsigurniji, najkvalitetniji i najbrži način prenijeti željenom objektu – primaocu propagande. Tačnije, mora se voditi računa o tome kada i kako je najbolje poslati poruku da bi ona bila primljena. Poruka mora takođe biti privlačna da na sebe privuče pažnju, da bi bila djelotvorna.

MEDIJI – IZMEĐU PROFESIONALNE ODGOVORNOSTI I PROFITA

Mas-mediji su stvorili mogućnost trenutne komunikacije između bilo koje dvije tačke globusa – *globalnog sela*, prema čuvenoj metafori Mekluana. Relativno nizak nivo koncentracije pri gledanju TV programa nastoji se nadomjestiti zvukom, putem najava karakterističnim muzičkim špicama, melodijama koje se koriste da bi se obezbijedio određeni nivo pažnje, jer zvuk mnogo bolje „drži” pažnju od slike (MekKvin 2000: 20). Javno mnjenje je vrlo fluidno, podložno promjenama, kontroli i manipulacijama političkih i ekonomskih centara moći. U formiranju javnog mnjenja posebno važnu ulogu imaju masovni mediji. Stoga se i ne može ovo moćno političko oružje tek tako prepustiti običnim građanima, već oni sve više isključivo postaju prostor rezervisan samo za profesionalce.¹ Tokom istorijskog razvoja medije je pratila, u zavisnosti od društvenih prilika, manje ili više, ali konstantno prisutna težnja političkih struktura da ostvare monopol, a time i uticaj na poruku i javnost. Sve je više i više onih koji imaju pravo da čuju

¹ Političar svojim uticajem i novcem svojih sponzora utiče na masovne medije da medijском manipulacijom i pristrasnošću kreiraju javno mnjenje koje je afirmativno za političara. Javno mnjenje utiče na izborne rezultate, koji opet političaru daju moć. Više na: <http://www.scribd.com/doc/10029576/Savremeni-Mediji-i-Dnevna-Politika> (pristupljeno 14.10.2017.).

i vide, ali i sve manje i manje onih koji imaju privilegiju da informišu, izražavaju mišljenje i da ga stvaraju. Diktatura jedne jedine riječi i jedne jedine slike razara mnogo više od diktature jedne partije – nameće život u kojem je uzorni građanin poslušni potrošač i pasivni posmatrač, izgrađen na proizvodnoj traci sjevernoameričkog modela komercijalne televizije (Herman, Mekčesni 2004: 4). Skandal i nizak kvalitet medijske ponude u velikoj mjeri jesu u osnovi rasta medijske industrije, kao roba koja se lakše prodaje od informativnih, dokumentarnih, a pogotovo edukativnih ili umjetničkih sadržaja. Kao i u drugim oblastima društvenih odnosa, konkurencija je u medijskom prostoru uslovljena tržištem. Informacija dobija svojstvo robe i kao takva se mora prodati, što može da bitno utiče i na njenu vjerodostojnost. Odlika tržišta je i surova borba za tržište i publicitet.² Brojni su primjeri kreiranja medijskih politikantskih afera. Iskrivljavanje i vađenje iz konteksta nećijih izjava, neprovjerene i namjerno plasirane insinucije, namjerno spinovane i frizirane brojke i statistički podaci anketa, rodbinski i drugi odnosi u političkim krugovima, skandali i ljubavne veze, plasirani u određenom trenutku i na određeni način, smišljeno upakovani za javnost a rijetko dokazani – ipak donekle utiču na formiranje političkog mišljenja. Politički senzacionalizam predstavlja negativnu pojavu, kada u nedostatku pravih informacija mediji sami kreiraju određene neprovjerene priče i teme. Tako mediji postaju svojevrsna sredstva u političkim igrama jednih protiv drugih i zloupotrebljavaju se u političke svrhe.³ Senzacionalizam je pristrasnost u korist nečeg posebnog u odnosu na uobičajeno. Ovo podrazumjeva praksu gdje se naročitim vijestima daje veći značaj nego što je to inače potrebno ili primjereno. Populizam, kao oblik iskrivljavanja svijesti i percepcije stvarnosti, Mekčesni vidi kao dio politike, a ne uređivačkog koncepta koji se oteo komercijalnim medijima radi podsticanja profitabilnosti, što ukazuje na smišljeno usmjeravanje programskih okvira i sadržaja ka ostvarivanju političkih i komercijalnih interesa. Taj pristup stvarnosti, koji obuhvata i odnos prema medijima i njihovoj ulozi, on sublimira u nekoliko teza: „Neoliberalizam, grubo rečeno, upućuje na doktrinu da profit treba da upravlja što je moguće više društvenim životom i bilo šta da se nađe na putu stvaranja profita sumnjivo je i osuđujuće. Biznis je dobar. Vlada je loša. Veliki biznis je veoma dobar. Velika vlada je veoma loša. Porezi nabogatstvo su loši. Društvena potrošnja namenjena siromašnima i

2 Reklo bi se da senzacionalizam počinje bitkom za naslovnu stranu. Mogla bi se formulisati sledeća pitanja: Gdje je granica između slobode govora i iznošenja poluistina i neprovjerenih tvrdnji? Da li je odgovornost prema javnosti ispred odgovornosti prema poslodavcu? Više na: <http://www.stetoskop.info/Instrumentalizacija-senzacionalizma-tabloidi-3511-c20-content.htm> (pristupljeno 11.11.2017.).

3 Senzacionalizam tako postaje pomoćni izlaz za medije na siromašnom tržištu ili za medije koji su slabog kvaliteta, koji idu na nizak kvalitet izvještavanja i nizak ukus, sa ciljem da se javnosti proda sve ono što može da izazove njihovu pažnju zbog nekih „blago rečeno izopačenosti“. Više na: <http://www.vesti.rs/Politika/Radojkovic-Citav-niz-medija-zivi-od-senzacionalizma.html> (pristupljeno 26.11.2017.).

radničkoj klasi je još gora... Nema takvih stvari kao što je 'društvo', samo individue u surovom takmičenju jedna sa drugom i njihova najuža porodica" (McChesney 2008: 15). Mišljenja po kojima su medijski proizvodi, pa i sami mediji, roba kao i svaka druga, sve su prisutnija. Takav odnos ruši regulatorne okvire, nameće de-regulaciju i pre naglašava stav o tržišnom karakteru informacija, medija, kulturne i umjetničke produkcije. U savremenoj medijskoj teoriji, pogotovo u Sjedinjenim Američkim Državama, dominiraju dva osnovna pristupa, dva modela mišljenja. To su *Market model* i *Model javne sfere*. Market model pretpostavlja da su građani u najvećoj mjeri potrošači koji imaju potencijalni interes kupovine masmedijskih proizvoda kao i bilo kojih drugih. Model javne sfere sugeriše da su mediji izvori za građane, sa važnim informativnim, edukativnim i integrativnim funkcijama. Model javne sfere zamišlja medije kao resurse građana, koji nisu jednostavno potrošači roba (Croteau, Hoynes 2006: 29). Neizbježno se postavlja pitanje jesu li mediji po sebi društveno i politički neutralni ili već po svojoj prirodi – time što su sredstva komunikacije – služe određenim društvenim snagama i interesima koji upravo stoga i nastoje da ih kontrolišu. Pozitivni i negativni uticaji medija međusobno se prepliću i zavisno od okolnosti djeluju na različite načine. Tako, na primer, televizija jeste istinski prozor u svijet, ali i ograničenje za istinske oblike neposredne društvenosti, kao što je razgovor u krugu porodice i sl. Rentabilnost masovnih medija kao prevashodni imperativ ne dopušta provjeravanje i preispitivanje informacija. Pored toga, pojedini vlasnici medija imaju isključivi interes za određenom vrstom informacija u cilju ostvarenja svojih ekonomskih interesa. Tehnologija je možda ubrzala stvari, ali nije izmijenila ljudsku prirodu. Mnogi domeni ljudske aktivnosti prožeti su danas etičkim pitanjima. To je slučaj između ostalog i sa informisanjem, čiji je značaj u savremenom društvu toliko jasan da ga uopšte nije potrebno dokazivati, jer po količini vremena koju im savremeni čovjek posvećuje masovni mediji nalaze se na trećem mjestu, odmah iza rada i sna (Korni 1999: 7). Još je Aleksis de Tokvil početkom 19. vijeka tvrdio: „Da bismo umjeli da uberemo neprocjenjive vrijedne plodove koje nudi sloboda štampe, potrebno je da umijemo da se pokoravamo raznim vrstama neizbježnog zla do čijeg rađanja ta sloboda dovodi" (DeTokvil 1955: 117). Od kako je javno mnjenje postalo podložno ispitivanjima, ono se sve više udaljava od onoga što bi trebalo da bude – plod konfrontacije argumenata, osvjetljen pravom informacijom koja se uvijek pojavljuje onda kada znanje otkloni neznanje. Sve češćim veličanjem značaja javnog mnjenja tržište je u medije uvelo vladavinu mnoštva mišljenja čija je logična posledica relativizam u kojem sve postaje vrijedno, što znači da naposljetku više ništa ne vrijedi, svako ima svoju istinu, svoj ukus, tj. dolazi se u stanje hipersubjektivizma (Bal 1997: 23). Način na koji mediji izvještavaju o izbornom procesu i predstavljaju izborne učesnike postao je važna društvena, politička, pravna i istraživačka tema. Kao moderan oblik političke propagande, političko-marketinške kampanje usmjerene su prije svega na publicitet u

medijima. Izvršioци same propagandne djelatnosti su stručnjaci za propagandu, koji oblikuju propagandne poruke i tehničko osoblje, koje omogućava da se propagandna poruka uputi preko nekog od sredstava informisanja do primaoca, ali i spin doktori. Željena politika se može veoma efikasno plasirati građanima pomoću medija koji mogu veoma brzo i uspješno da prenesu ideju vodeće političke strukture na najveći broj čitalaca, gledalaca i slušalaca i da na taj način omoguće usmjeravanje razmišljanja i činjenja. Mediji, naročito televizija, imaju „trajniju” i opštu, prije nego konkretnu i formalnu ulogu u formiranju stavova i pretpostavki neophodnih za učešće ljudi u društvenom životu. Prema M. Radojković (2005: 196), „stavovi su armatura ljudskog ponašanja jer se u njima krije voljni naboj koji će psihomotorički da nagna ljudsko biće da nešto fizički ili duhovno učini ili ne učini. Mehanizam promene ponašanja prati i manifestuje procese rekonstrukcije stavova”.

Pokretanje alternativnih medija, suprotstavljanje mejnstrim vijestima i njihovo kritičko i objektivno sagledavanje – dio je šireg konteksta borbe za slobodu medijske sfere, ali i suprotstavljanja učmalosti duha i opštoj pasivizaciji usled narcotičkog dejstva dominantnih medija. Alternativni mediji djeluju izvan sistema glavne struje i predstavljaju alternativne izvore informisanja kao što su disident-ski, radikalni, gerilski, underground, subverzivni i drugi slični oblici savremenog medijskog djelovanja. Pitanje alternative je pratilo čoveka još od njegovog postanka, nikada ne gubeći na aktuelnosti, jer brojne ideje, naučno-tehnološka otkrića, umjetničke tvorevine – predstavljaju istorijske dokaze čovjekove neprestane potrage za alternativnim rješenjima, pogledima i stavovima.

UPOTREBA ALTERNATIVNIH MEDIJA NA POLJU (GEO)POLITIKE

Masovni mediji predstavljaju ne samo polje za političku borbu, već i moćno sredstvo za kreiranje i širenje željene politike i ideja. Proizvodnja i širenje lažnih vijesti predstavlja bitan segment savremenog hibridnog ratovanja. Sumornu realnost karakteriše brisanje jasne granice između mira i rata. Stvara se atmosfera permanentnih tenzija, straha, napetosti. Kroz strategiju „kontrolisanog haosa”, putem medija se nameću željeni stavovi. Alternativni mediji kod nas nemaju veliki značaj, izuzimajući period tokom 90-ih godina XX vijeka, dok su na primjer u SAD doprinijeli rezultatu posljednjih predsjedničkih izbora. Vjerovatno će i na našim prostorima vladajuće stranke nastojati da u budućnosti popune ovaj prostor na kome nisu prisutne koliko u tradicionalnim dominantnim medijima. Nešto u tom smislu se već dešava na Tviteru, a nastaviće se i u blogosferi, Jutjub kanalima, portalima. Lideri najpopularnije italijanske stranke, antiestablišmentskog „Pokreta 5 zvjezdica”, napravili su široku mrežu sajtova i naloga na društvenim medijima koji šire vijesti i teorije zavjere. Ultradescničari iz Francuske predvođeni Marin

le Pen već su uspostavili veze sa „veteranima velikog rata mimova” na prethodnim izborima za predsjednika SAD.⁴ I na polju geopolitičkog sučeljavanja mediji predstavljaju bitan segment i sredstvo borbe. Naročito kroz formu tzv. hibridnog ratovanja. U tom kontekstu, pored dominantnih mejnstrim medija koji se obilato upotrebljavaju u geopolitičke svrhe, evidentan je porast upotrebe i alternativnih izvora informisanja. Za ovu priliku bih izdvojio jedan ilustrativan primjer: kako jedan alternativni izvor informisanja, potpomognut od mejnstrim medija i zapadne obavještajne zajednice, može godinama opstajati kao relevantan i mjerodavan. Već godinama, većina zapadnih medija – između ostalih i CNN, Al Džazira, londonski Gardijan – zbog rizika koje sa sobom nosi slanje „živih” izveštača u ratnu zonu u Siriji, oslanja se na takozvane „izvore sa terena”, aktiviste koji već žive u ratnoj zoni. Naime, reč je se o famoznoj Sirijskoj opservatoriji za ljudska prava, čije izvještaje i informacije prenose svi zapadni mediji, kao i medijske kuće na našim prostorima, ne pitajući se o objektivnosti i provjerljivosti sadržaja informacija i do sada niko nije postavio pitanje vjerodostojnosti informacija koje iz te organizacije stižu. Međutim, tek nakon nekoliko godina se ispostavilo da Sirijsku opservatoriju za ljudska prava čini samo jedan „opservator” – čovjek koji se sve vrijeme nalazi u Velikoj Britaniji i čije je informacije iz ratom zahvaćene Sirije cio svijet bez pogovora prihvatao i emitovao kao pouzdane, sa prve borbene linije. Čovjek po imenu Rami Abdul Rahman je sirijski imigrant koji već godinama živi u Britaniji. Osnovao je NVO, nazvao ju je Opservatorija za ljudska prava i pokrenuo njen veb-sajt.⁵ Naravno da svi veći geopolitički igrači koriste dominantne, ali i alternativne medije za svoje ciljeve.

4 Internet mimovi su viralni sadržaji koji se najčešće javljaju kao slike sa dodatim tekstom, kratki snimci, fraze i gif-animacije. Mnogima od njih je cilj da nasmiju i razonode korisnike društvenih medija. Međutim, sve veći broj mimova motivisan je bijesom usmjerenim na establišment, ali i animozitetom prema neistomišljenicima. Hilari Klinton je pokušala da širi uticaj preko društvenih mreža, ali nije mogla da se mjeri sa dobro organizovanom armijom Trampovih internet trolova. Oni su širili vijesti da je ona bolesna, da je dio kruga pedofila, satanista, a i ona sama je svojim izjavama davala materijal za nova oružja protiv nje. U rat je uvučena i performans umjetnica Marina Abramović. Naime, jedan njen poziv na večeru-performans, prosljeđen šefu kampanje Hilari Klinton, internet trolovi su proglasili za dokaz da je demokratska kandidatkinja povezana sa okultizmom. Za taj Marinin performans, nazvan „Duhovno kuvanje”, internet trolovi su tvrdili da je satanistički čin. Čak i kada se dokaže da neke od tih teorija nijesu tačne, samim tim što su dospjele u mejnstrim medije ostvareni su željeni politički ciljevi. Više na: <https://www.cdm.me/svijet/evropa/najnovije-politicko-oruzje-rat-trolova-stize-u-evropu/> (pristupljeno 19.11.2017.) i na: https://www.reddit.com/r/The_Donald/ (pristupljeno 27.10.2017.).

5 A poslednji put je bio u Siriji prije čak 15 godina, nema saradnike, ne poznaje lično ljude koji mu „doturaju informacije” i objavljuje vijesti u zavisnosti od „potreba” svojih čitalaca, ili nalogodavaca. Više na: <https://rs-lat.sputniknews.com/svet/201510081100131574-Sirijska-opservatorija-zamajavanje-svet/> (pristupljeno 15.10.2017.)

ZAKLJUČAK

Pod alternativne medije, dakle, spadaju svi oni informativni kanali koji su zbog raznoraznih razloga izgubili državnu podršku, ne žele iz principa djelovati na javnim platformama, ali i oni izvori koji djeluju isključivo sa političkim ciljem, ili po platnim nalogovima nalogodavaca, raznih centara moći. Takođe, alternativni mediji mogu biti glas bilo koje političke struje, od krajnje ljevice do najekstremnije desnice. Motivi koji se kriju iza takvog procesa različiti su, ali ne možemo zanemariti činjenicu da su oni donekle i rezultat zasićenosti velikog broja ljudi jednosmjernim i istim informativnim prostorom kontrolisanih mejnstrim medija, pa se takva frustracija pretvorila u pokušaj da se pronade novi izvor informacija po svaku cijenu, bez obzira na kvalitetu i sadržaj. Postoji jedan oblik masovne hipnoze, izražen u populističkim pokretima, koji ljudima oduzima moć rasuđivanja, dok naša savremenost dobija razmjere globalnog političkog propagandnog marketinga koji lažnim slikama stvarnosti sakriva istinsku, sumornu realnost. Postmodernu stvarnost karakteriše simulacija istorije koja se nije desila, ljudi u savremenom svijetu izloženi su pseudoiskustvu nastalom usled stalne izloženosti simulakrumima. Semiotika – naša sposobnost stvaranja znakova i simbola – ne sastoji se toliko od načina na koji govorimo istinu, koliko od sposobnosti da lažemo i manipulišemo tim istim simbolima. Većina nas živi u iluziji da je politika moralna profesija, a ne pragmatična, a da masovni mediji postoje da bi nas objektivno informisali. Svaka laž je dobra ako efikasno obavi posao – to je ipak realnija etiketa savremenog medijskog prostora.

LITERATURA

- Bal (1997): Fransis Bal, *Moć medija*, Beograd: Clio.
- McQueen (2000): David McQueen, *Televizija*, Beograd: Clio.
- Korni (1999): Daniel Korni, *Etika informisanja*, Beograd: Clio.
- Lorimer (1998): Roland Lorimer, *Masovne komunikacije*, Beograd: Clio.
- McChesney (2008): Robert McChesney, *The Political Economy of Media, Enduring Issues, Emerging Dilemmas*, New York: Monthly Review Press.
- Veljanovski (2011): Rade Veljanovski, *Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu*, Beograd: FPN.
- Radojković (2005): Miroљub Radojković, *Informaciono-komunikacioni sistemi*, Beograd: Clio.
- Herman (2004): Edvard Herman, *Globalni mediji*, Beograd: Clio.
- Tokvil (2002): Aleksis de Tokvil, *O demokratiji u Americi*, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.

INTERNET IZVORI

<http://www.scribd.com/doc/10029576/Savremeni-Mediji-i-Dnevna-Politika>,
pristupljeno 14.10.2017.

<http://www.stetoskop.info/Instrumentalizacija-senzacionalizma-tabloidi-3511-c20-content.htm>, pristupljeno 11.11.2017.

<http://www.vesti.rs/Politika/Radojkovic-Citav-niz-medija-zivi-od-senzacionalizma.html>, pristupljeno 26.11.2017.

<https://www.cdm.me/svijet/evropa/najnovije-politicko-oruzje-rat-trolova-stize-u-evropu/>, pristupljeno 19.11.2017.

https://www.reddit.com/r/The_Donald/, pristupljeno 27.10.2017.

<https://rs-lat.sputniknews.com/>, pristupljeno 15.10.2017.

Radenko LJ. Šćekić
University of Montenegro
Historical Institute
Podgorica

MAINSTREAM AND ALTERNATIVE MEDIA AS A FIELD FOR POLITICAL STRUGGLE

Summary: Mainstream media are mass media that reflect the prevailing opinions, influences and activities in contrast to alternative media that are not in accordance with the views of the ruling elite. Mass media represent not only a field of political struggle, but also a powerful tool for the creation and expansion of desired policies and ideas. Creating and spreading false news is an important segment of modern hybrid warfare. The gloomy reality is characterized by blurring the boundaries between peace and war. Therefore, an atmosphere of permanent tension, fear and anxiety is being created. Through a strategy of a „controlled chaos”, the desired views are constantly imposed by the media.

Key words: mainstream media, alternative, politics, hybrid war.

Katarina A. Šmačić
Univerzitet u Beogradu
Poljoprivredni fakultet
Beograd

УДК 316.776:004
371:004

MEDIJSKA PISMENOST U FORMI ALTERNATIVNOG OBRAZOVANJA

Apstrakt: Ogromna količina sadržaja koju pružaju digitalni mediji, lakoća dobijanja informacija iz raznoraznih repozitorijuma i pristup samim informacijama nikada nije bilo dostupnije u ljudskoj istoriji, kritičko sagledavanje ovakvih sadržaja je često izostavljeno nedostatkom potrebe za njim, zatim nepostojanjem adekvatnog obrazovanja koje prati razvoj i korišćenje novih tehnologija, kao i nepostojanjem vremena koje bi bilo posvećeno toj temi, a sve više ukazuje na potrebu inkorporiranja medijske pismenosti u obrazovni sistem kao vida razvijanja kritičkog promišljanja i adekvatne upotrebe dobijenih informacija. Pored škole kao institucije obrazovanja, deca digitalnih kolonija dodatno se obrazuju vaninstitucionalno kroz medije masovnih komunikacija. Masmedijsko obrazovanje je dokaz edukativne funkcije medija i jedina zaštita dece jeste da se kroz procese učenja različitih veština u obradi masmedijskih poruka kod njih razvije kritičko promišljanje o datom sadržaju. S obzirom na to da se inkorporiranje ovakve oblasti u nastavni plan i program odvija veoma sporo, rad se bavi promišljanjem alternativnih vidova obrazovanja na ovu temu.

Кljučне речи: mediji, medijska pismenost, digitalna tehnologija, alternativno obrazovanje, kritičko promišljanje.

U demokratskom društvu čovek je slobodan, a tu slobodu mu omogućava obaveštenost i mediji koji društvo čine transparentnim; demokratsko društvo je komunikacijsko, a veruje se da su ljudi sposobni da dekodiraju manipulaciju. I upravo zalaganjem da su manipulacija, propaganda i dezinformacija ono što pripada prošlosti, dolazimo u zabludu i postavljamo pitanje da li je demokratsko društvo imuno na njih. Argument Filipa Bretona jeste priznavanje „blagih” manipulacija koje se koriste bez neke veće važnosti, koje publika prihvata sa humorom, a u cilju prezentovanja proizvoda na tržištu. Ovde se pretpostavlja da auditorijum prepoznaje metajezik i manipulacijski diskurs i da se to onda ne može podvesti pod kategoriju prave manipulacije, jer publika je u stanju da odmah dekodira takve sadržaje. Upravo uveravanje da smo imuni na takve sadržaje je prvi stepenik u procesu manipulacije, a to je uveravanje sagovornika u njegovu slobodu izbora i mišljenja. I pored svih pokušaja da se utiče na čoveka sadašnjice, pretežno se

prezentuje činjenica da je u demokratskom društvu čovek slobodan. U dobu kada se borimo protiv nasilja, bilo koje prirode, treba imati na umu da su i blage manipulacije oblik nasilja i da su ljudi prošlosti isto tako bili mišljenja da su imuni i da zastupaju svoju slobodnu volju i stavove kada su se rukovodili propagiranim idealima. Analiziranje opravdanosti manipulacije dovodi do opisa i mogućnosti razlučivanja da li je manipulacija opravdana i legitimna ili ne. Ukoliko u vremenu transparentnih medija i slobode štampe određenu vest okarakterišemo kao manipulaciju, dolazimo do mogućnosti da se takav pokušaj nazove cenzurom.

Kredibilitet informacija nam ne ostavlja mogućnost spoznaje manipulativnog karaktera same informacije ili pak njenog propagandnog delovanja. Opšti je zaključak da uspešna može da bude ona propaganda koja uspeva da uskladi kognitivne i afektivne elemente. Nijedna od ove dve logike nije sama po sebi efikasnija, kao što nijedna bespogovorno ne štiti od manipulacije: korišćenje logike u propagandi ne garantuje prihvatljivost, čak ni istinitost poruka, a ni korišćenje „afektivne logike” ne znači neizbežno manipulaciju. Ako je za manipulaciju bitna namera propagandiste da prevari, obmane, onda, u tom cilju može biti korišćena „afektivna logika” (Slavujević 2005: 62). U prirodi čoveka je da se opire promena, tako da u dodiru sa drukčijim mišljenjem i verovanjima čovek brani svoje stavove. Svaki stav u sebi sadrži emotivnu funkciju, tako da propagandista upravo može da utiče na željeno ponašanje delujući preko stavova, tj. njihovim proučavanjem, poznavanjem i plasiranjem.

Propaganda deluje što je više moguće u domenu simboličkog diskursa, a recipijent treba da primi kratku poruku da bi je što bolje percipirao, tako da je redukcionizam jedno od osnovnih pravila propagande. Simbol možemo definisati kao znak posebne vrste, koji ima sposobnost da izrazi čitav splet ideja i koji ima posebnu vrednost za određenu grupu ljudi, posebno značenje za recipijenta i može proizvesti očekivanu reakciju. Simbol može da ima više sadržajnih vrednosti, kao i različita značenja među različitim grupama ljudi. Propaganda teži kontroli nad značenjem simbola i pokušava da usmeri interpretaciju njegovog značenja. Podloga simbola se ne bazira samo na onome šta je njegova vrednost, već na osećaju koji on budi. Po mišljenju Slavujevića, postoje referencijalni simboli i simboli koji se koriste u politici (Slavujević 2005: 62). Referencijalni simboli nastaju za potrebe ekonomije komuniciranja, dok se u politici koriste u cilju prenošenja i formiranja određenog emotivno-afektivnog stava prema označenom. Za razliku od referencijalnih simbola, simboli koji se koriste u politici sadrže, prenose i oslobađaju iz kolektivne svesti ono što je potisnuto i nesvesno.

Problem leži u davanju definicije normativnih kriterijuma za manipulaciju i jasno izraženim pretpostavkama o tome da li je ima ili nema u određenom medijskom sadržaju. Ovakav pristup možemo podvesti pod nemoguću misiju jer su saznanja koja treba da prate takvu definiciju u velikoj meri zahtevana i treba ih sagledati iz različitih uglova da nijedna strana ne bi bila oštećena, kao i da bi se

došlo do konačne istine, do koje je usled velikog broja medijskog sadržaja različitih tipova nemoguće doći. Ukoliko pod manipulaciju podvedemo čin delovanja silom, tj. lišavanje slobode onih nad kojima se ona vrši, onda se ona kao takva podrazumeva kao neljudska i etički neopravdana. „[...] najbitnija, možda i jedina strategija u manipulaciji je što je moguće većem ograničavanju čovekove slobode da raspravlja ili se usprotivi onome što mu se predlaže. Ta strategija mora biti neprimetna, jer bi se inače razotkrio pokušaj manipulacije. Od proračunatosti koja karakteriše manipulaciju i od strategije koju preduzima, važnija je činjenica da se ona skriva od publike. Metode manipulacije moraju, dakle, biti maskirane” (Breton 2000: 24). Ono što predlaže Breton jeste da se poruka tokom čina manipulacije konstruiše u svojoj saznajnoj ili afektivnoj ravni tako da zavara, uvede u zabludu i ubedi u nešto što nije tačno, a takva poruka je uvek laž.

Prvi korak ka vršenju manipulacije jeste uveravanje auditorijuma u sopstvenu slobodu; u većini slučajeva nismo svesni manipulacije, ali i taj vid manipulacije koji se koristi smatra se „ne tako snažnim”, dok se auditorijum smatra dovoljno obrazovanim i svesnim takvih manipulacijskih metoda. I ukoliko pođemo od stanovišta da je auditorijum dovoljno svestan da, na primer, određena reklama nudi zavodljivo telo mlade devoјke da bi prodala svoj proizvod i da će zbog takvog afektivnog spoја većina kupiti taj proizvod, onda bismo mogli da kaзemo da je to u redu, jer ide u korist ekonomije tržišta. Da li to znači da je neophodno postojanje dvostrukih etičkih standarda kada je u pitanju manipulacija zarad prodaje proizvoda, ili manipulacija zarad, recimo, pridobijanja biračkog tela? Ako za potrebe određene političke kampanje iskoristimo stavove dece i to javno prikaзemo, to će svakako biti iskritиковано od strane јavnog мјњенја и takav mediјски садржај биће укљонјен. Али, ukoliko u reklami za играчке прикажемо decu како се divno играју и samim tim izvršimo uticaj na brojne mališane koji će od roditelја tražiti te iste играчке, onda je to u redu. U oba slučaja izvršena je manipulacija decom da bi se postigao cilj, ali da li je i други slučaja etički оправдан? Da li je neophodno imati uspostavljen sistem normi koje bi jamčile slobodu i da li je to moguće u digitalnom dobu u kome se nalazimo? Godine 1948, Norbert Viner (Norbert Wiener) uvodi novu disciplinu koju je nazvao Nauka o komunikaciji – „kibernetika”. Pod uticajem teorija koje su nastale u okviru ove discipline, došlo je do brojnih drugih kao što su informatika, veštačka inteligencija i ostalo, a među tehnikama nastalim pod uticajem nauke o komunikaciji ističe se neurolingvističko programiranje (NLP). Jedan od tvoraca ove tehnike navodi da je uz pomoć ove tehnike razvijen niz obrazaca ljudskog savršenstva, naročito kada se odnosi na komunikacione šeme, jer su otkrivene posebne sposobnosti i njihove karakteristike, zahvaljujući kojima najkomunikativniji postižu svoje ciljeve.

Ove tehnike neurolingvističkog programiranja su uvek iste, bez obzira da li se primenjuju u psihoterapiji, prodaji, pregovorima ili se radi na ličnom razvoju (Breton 2000: 165). Te tehnike pokazuju da je moguće menjati tuđe ponašanje

bez svesnog učestvovanja te osobe, bez rasprave i rasuđivanja. Razvijanjem ove discipline i tehnološkim napretkom, sve više se potencira na ideji instrumentalizacije čoveka i ta ideja sve više utiče na savremenu kulturu. Uticaj tehnologije novih medija direktno se odnosi na stvaranje nove društvene logike, gde upravo tehnologija novih medija deluje kao ostvarenje savršene utopije idealnog društva sastavljenog od „jedinstvenih” pojedinaca. Usled mogućnosti da sami budete autor medijskog sadržaja i da imate mogućnost „publike” za svoj sadržaj, vi ste ušuškani u medijski posredovanom prostoru moći i u sopstvenom sajber svetu, negujući svoj ego koji je zahvaljujući ovom posredovanju usmeren u pravcu poželjnog ponašanja potrošača, a koje Iluz (Illouz) naziva „emotivnim kapitalizmom” (Iluz 2007).

Prednosti življenja u digitalnom dobu prvo su uvideli proizvođači koji posluju na tržištu kao idealan prostor za reklamiranje svojih proizvoda. Još jedan od ciljeva obrazovanja u digitalnom dobu jeste razvijanje medijske kompetentnosti kod dece kao uslova u razumevanju medijskih poruka kojima se zatrpavaju svakog dana. Pored škole kao institucije obrazovanja, deca digitalnih kolonija dodatno se obrazuju vaninstitucionalno kroz medije masovnih komunikacija. Masmedijsko obrazovanje je dokaz edukativne funkcije medija i jedina zaštita dece jeste da se kroz procese učenja različitih veština u obradi masmedijskih poruka razvije kritičko promišljanje o datom sadržaju. Međutim, Dejvid Bakingem (David Buckingham) navodi da stav razvojnih teorija o nekompetentnosti dece, koji je argumentovan njihovom nezrelošću, neiskustvom, kognitivnom nerazvijenošću, decu čini manje sposobnom da se odupru štetnom sadržaju (Bakingem 2006: 75–97). Raspravljajući o ograničenjima medijske kompetencije kroz reklamiranje brze hrane, on navodi činjenicu da ni većina odraslih nije u stanju da se odupre i svesno sagleda tehnike stvaranja medijskog sadržaja, tako da se nekompetencija ne odnosi samo na decu (Matović 2011: 61). Bakingem smatra da medijski kompetentan korisnik može doneti racionalnu odluku samo ako je adekvatnog obrazovanja i informisanosti.

Mirko Miletić navodi da medijska pismenost treba da sadrži sposobnost pravilnog čitanja masmedijskih sadržaja, tj. da osposobi pojedince i društvene grupe za korišćenje mas-medija, kao i da se otvori pitanje prisutnosti i primene mas-medija u obrazovanju. Miletić navodi tri aspekta medijske pismenosti. Prvi je hermeneutički: kognitivna sposobnost čitanja različitih medija, tj. dekodiranje i interpretacija masmedijskog sadržaja. Ovaj aspekt medijske pismenosti obuhvata znanja o tome šta su mediji, kako su nastali, njihovu tehnološku strukturu i razvoj, njihovu društvenu pozicioniranost, ko su stvaraoci medijskog sadržaja, koje se tehnike koriste u oblikovanju tog sadržaja, kome su te poruke namenjene, koje vrednosti podržavaju i kakve kulturne obrasce afirmišu, kako ih auditorijum razume, kakve efekte imaju na publiku, da li izazivaju, nameću ili proizvode nov estetski doživljaj stvarnosti (Miletić 2008: 15).

Медији масовног комуницирања производе, симулирају, oponaшaju stvarnost. Медијска стварност је увек друга и као таква постаје део природне стварности (Милетић 2008: 15). Други и трећи аспект медијске писмености су, по Милетићу, прагматични и стваралачки и укључују компјутерску и информатичку писменост. Иако се компјутерска и информатичка писменост употребљавају као синоними, оне су у бити различите. Компјутерска писменост захтева употребу одређених компјутерских конфигурација и рачунарских апликација, док информатичка писменост захтева познавање и израду оперативних, апликативних и помоћних компјутерских програма.

Узимајући компетенције које просечан човек треба да поседује да би био медијски образован, долазимо до идеалне слике коју је тешко применити у свакодневном животу. Милетић наводи модел медијског описменјаванја на свим нивоима институционалног образовања, tzv. четворофазни didaktički model AARA (Awareness – Analysis – Reflection – Action) (Милетић 2008: 154). Први корак је увид у свесност о мас-медијима, до које се долази учењем о њиховим техничко-технолошким карактеристикама, „језицима” које користе, интеракцији са друштвом, тренутним ефектима и последицама њиховог деловања. Ово је корак истраживања, учесници истражују тему, откривајући тачке тензије између личних вредности и масовних медија. Друга фаза је развијање способности анализе медијских садржаја. Ова фаза подразумева разлагање медијских садржаја на мотиве њиховог nastanka, синтаксичку, семантичку, прагматичку и садржајну структуру. Укључује окружења у којима медиј функционише и његову организациону структуру, начин управљања и финансирања тог медија, као и социјални контекст (економски, политички, културни, демографски и друге). Трећа фаза развија способности везане за промишљање медија у њиховом сазнајном, аксиолошком, етичком и естетичком облику њиховог друштвеног деловања јер „[...] када се (мас)медијима овлада као чињеницама стварности и shvati како производе – oponaшaju/sимулирају/удвајају – нову стварност, ширећи 'prividnom stvarnošću' границе 'stvarne stvarnosti', postavlja se питање, centralno за медијску писменост, uspostavljanja kritičke distance...” (Милетић 2008: 155). Последња фаза овог модела медијског описменјаванја је деланје, јер медијски писмен појединец биће свестан улоге масмедија и начина на које они обликују стварност.

Неопходност медијског описменјаванја налази се и у чињеници да „[...] онај који користи масовне медије без њиховог разумевања биће и сам искоришћен од њихових господара, 'skrivenih komunikatora' s one strane štamparija, antena radija i svetlucah ekrana. Nerazvijenost adekvatnog obrazovanja nije slučajna i sasvim se uklapa u vidljivi problem – u opštu krizu humanističkog obrazovanja svuda u svetu. Modernim državama više je na duši poјedinac funkcionalno upodobljen u privredne mehanizme nego samostalan i kritički nastrojen građanin” (Radojković 2006: 110).

Питање презентовања и увођења медијске писмености у институционалне оквире образовања данашњих дигиталних домородца јесте од великог значаја.

Tesa Džols (Tessa Jolls), председница Centra za medijsku pismenost, navodi da je medijska pismenost sposobnost da se pristupi, analizira, proceni i kreira medijski sadržaj u svim njegovim formama. Ovakva sposobnost nam pomaže da zaista razumemo odnose medija prema i unutar društva, i to je veoma važna veština za građanstvo, kao i za to da se bude mudar konzument i odgovoran kreator medijskog sadržaja. Ona ističe pet ključnih pitanja medijske pismenosti.

1. Ko šalje poruku? Spoznaja o tome ko je autor medijskog sadržaja, šta se nalazi iza kreiranja te poruke i ko je zadužen za izbor takve poruke.
2. Koje tehnike su korišćene da bi se privukla pažnja auditorijumu? Korišćenje umetnosti u cilju privlačenja pažnje auditorijuma, razumevanje tehnika i njihov uticaj.
3. Kako će ostali ljudi razumeti poruku? Različiti ljudi različito razumeju medijski sadržaj.
4. Koje vrednosti medijski sadržaj promovise ili opstruira? Koje će se vrednosti usvajati auditorijum mora sam da odluči, jer nijedna medijska poruka nije „objektivna” i koliko god da autori medijskog sadržaja pokušavaju da daju legitiman objektivizam to jednostavno nije moguće učiniti, uvek će nečiji stav biti izuzet.
5. Zašto je poruka poslata? Sve medijske poruke, kako navodi Tesa Džols, poslate su da bi ostvarile profit i/ili moć, tj. da utiču na nečije mišljenje.

Auditorijum je učesnik u medijskom sadržaju, on doprinosi i nije samo pasivni gledalac, njegova moć je u tome što može da otkloni sadržaj za koji misli da nije adekvatan.

Kris Vorsnop (Chris Worsnop) navodi dvadeset razloga zašto je neophodno izučavati medijsku pismenost i uključiti je u sve nivoje obrazovanja kroz prikaz predmeta koji su tradicionalno uspostavljeni u sistemima institucionalnog obrazovanja. Medijsku pismenost treba izučavati kao i:

- istoriju, zbog toga što mediji prezentuju istoriju i pokazuju nam šta smo prošli da bismo postali ovakvi kakvi smo danas;
- geografiju, zato što nam mediji definišu naše mesto u svetu;
- građansko vaspitanje, zato što nam mediji pomažu da razumemo svet i naše mesto u njemu;
- književnost, zato što su nam mediji glavni izvor moderne kulture i zabave, zato što zahtevaju od nas da učimo i kritikujemo;
- ekonomiju, zato što su mediji glavne industrije koje su uključene u ekonomiju;
- jezik, zato što nam mediji pomažu da definišemo kako ćemo da komuniciramo međusobno;
- nauku i tehnologiju, zato što nam mediji pomažu da naučimo tehnologiju tako što usvajamo vodeće tehnološke inovacije;

- заштиту okoline, zbog toga što su mediji veliki deo našeg svakodnevnog okruženja kao što je i drveće, planine, reke, gradovi i države;
- filozofiju, zato što mediji daju značenje našem svetu, njegovim vrednostima i idejama;
- nauku, zato što nam objašnjavaju kako stvari rade;
- retoriku, zato što mediji koriste specijalne kodove sopstvenog jezika koje mi moramo da razumemo.

Komunikacione tehnologije u digitalnom dobu su suština političkog, ekonomskog i kulturnog okruženja, mada je medijska pismenost ostavljena po strani. Roditelji, zajednica, nastavnici i svi ostali postaju svesni važnosti medijskog opismenjavanja. Prosečan stanovnik u SAD dnevno je izložen gledanju preko 1500 reklama, dok prosečno američko domaćinstvo u proseku televiziju gleda preko sedam sati. Mediji snažno utiču na oblikovanje uverenja i stavova kod stanovništva, tako da bi uvođenje medijske pismenosti moglo da pomogne nastavnicima i učenicima da razumeju ko poseduje i kontroliše medije i informacije. Važnost medija u centralnim demokratskim procesima, kao što su izbori koji su postali medijski događaji upotpunjeni fotografijama. Uvođenjem medijske pismenosti stekla bi se znanja osnovna za donošenje racionalnih odluka i aktivno učestvovanje u sistemu. Naši životi su postali vođeni vizuelnim efektima, gde više ne prepoznajemo razliku između realnih i virtuelnih, a nemamo mogućnosti da ih pravilno prepoznamo.

Kritičko promišljanje stvari je osnova uspešnog raspoznavanja medijskog sadržaja iz različitih izvora, a upoznavanje nastavnika sa načinom funkcionisanja i razumevanja medijskog sadržaja je ključno. Nastavnici treba da procene način na koji njihovi učenici razumeju medijski sadržaj i da bez obzira na predmet koji predaju svojim učenicima obavezno prenose i sopstveno iskustvo. Naučni progres i obrazovni koncept ukazuju na interdisciplinarno učenje, a medijsko obrazovanje definiše kapacitet društva da kritikuje medijski sadržaj. Znanja i kompetencije koje medijski opismenjen pojedinac ima svakako će ga otrgnuti od medijskog zavođenja. Građanstvo treba da ima pun uvid u medijsku pismenost jer na taj način može da koristi medije, kao i da razvija kritičko mišljenje i učešće u javnom životu kroz medije. Medijska pismenost predstavlja osnovni doprinos kulturnom razvoju i napredovanju demokratskog društva, jer pojedinac dobija mogućnost za kritičku analizu i adekvatno promišljanje informacija.

LITERATURA

Ackerman (2002): Samuel K. Ackerman, Mapping user interface design to culture dimensions, paper presented at *International Workshop on Internationalization of Products and Systems*, Austin TX, USA. Retrieved May 20 2002, from <http://www.iwips2002.org/>

downloads/AMA_XCult_13Jul02.ppt.

Adorno (2002): Teodor Adorno, *Minimamoralia*, Sremski Karlovci, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.

Altbach (2006): Philip Altbach, The dilemmas of ranking, *International Higher Education*, 42.

Altiser (2009): Luj Altiser, *Ideologija i državni ideološki aparati (Beleške za istraživa-nje)*, Loznica: Karpos.

Bass, Riggio (2006): B. M. Bass, R. E. Riggio, *Transformational Leadership* (second edition), Mahwah, NJ: Erlbaum.

Berdichevsky, Neuenschwander (1999): Daniel Berdichevsky, Erik Neuenschwander, Toward an Ethnics of Persuasive Technology, *Communications of the ACM*, Vol. 42, No. 5 May 1999, 54.

Berk (2009): Ronald Alan Berk, Teaching Strategies for Net Generation, *Transformative Dialogues: Teaching & Learning Journal*, Vol. 3, Issue 2.

Bernard (2005): Michael L. Bernard, Criteria for Optimal Web Design (designing for usability), *Optimal Web Design*, New Riders Press, August 18.

Bernays (1928): Edward Bernays, *Propaganda*, 134. Posećeno 10.12.2012. na <http://wikipooks.com/w/images/1/1f/Propaganda.pdf>.

Bergquist, Pawlak (2008): William H. Bergquist, Kenneth Pawlak, *Engaging the six cultures of the academy*, San Francisco: Jossey- Bass.

Breton (2000): Filip Breton, *Izmanipulisana reč*, Beograd: Klio.

Bubonjić (2010): Mladen Bubonjić, Sajber svet kao alegorijska paradigma nove civilizacije, u: *Časopis za upravljanje komuniciranjem*, broj 17, godina V, Beograd: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

Bucher (2002): H.-J. Bucher, The power of the audience: Interculturality, interactivity and trust in Internet communication, In: F. Sudweeks, C. Ess (Eds.), *Proceedings of Cultural Attitudes Towards Communication and Technology 2002*, Murdoch, Western Australia: School of Information Technology, Murdoch University, 3–14.

Callaghan, McPhail, Yau (1995): M. Callaghan, J. McPhail, O. H. M. Yau, Dimensions of a relationship marketing orientation: an empirical exposition, *Proceedings of the Seventh Biannual World Marketing Congress*, Vol. VII-II, Melbourne, July 1995.

Callahan (2006): Ewa Callahan, Cultural Similarities and Differences in the Design of University Web Sites, *Journal of Computer-Mediated Communication*, doi:10.1111/j.1468-2958.2006.00012.x.

Caves (2001): Richard E. Caves, Buffs, Buzz and Educated Tastes, *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, second printing, Harvard University Press, USA.

Gronroos (1995): C. Gronroos, Relationship Marketing: Strategic and tactical implementation, *Management Decision*, Vol. 34 No. 3, MCB University Press Limited, ISSN: 0025-1747.

Eysenbach, Kohler (2002): Gunther Eysenbach, Christian Kohler, How do consumers search for and appraise health information on the world wide web? Qualitative study using focus groups, usability tests, and in-depth interviews, *British Medical Journal*, March 9, 2002.

Gone (1998): Žak Gone, *Obrazovanje i mediji*, Beograd: Klio.

Habermas (1987): Jürgen Habermas, *The Idea of the University: Learning Processes*, preveo John R. Blazek, *New German Critique, Special Issue on the Critiques of the Enlightenment*, sv. 41, (Spring–Summer 1987), New York: Cornell University, Ithaca.

Hartli (2007): Džon Hartli (prir.), *Kreativne industrije*, Beograd: Clio.

Illouz (2007): Eva Illouz, *Cold Intimacies, The Making of Emotional Capitalism*, Oxford and Malden, MA: Polity Press.

Jaspers (2003): Karl Jaspers, *Ideja univerziteta*, Beograd: Plato.

Jaspers (1987): Karl Jaspers, *Filozofska autobiografija*, Novi Sad: Bratstvo i jedinstvo.

Jevtović (2003): Zoran Jevtović, *Javno mnjenje i politika*, Beograd: Mas media.

Johnson, Kaye (1998): Thomas J. Johnson, Barbara K. Kaye, Cruising Is Believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75, No. 2.

Johnson, Kaye (2004): Thomas J. Johnson, Barbara K. Kaye, Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs among Blog Users, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81, No. 3.

Kasirer (1985): Ernst Kasirer, *Filozofija simboličkih oblika*, Novi Sad: Dnevnik književna zajednica Novog Sada.

Kapoun (1998): J. Kapoun, *Teaching undergrads WEB evaluation: A guide for library instruction*. Preuzeto 20.02.2014. sa sajta <http://www.ualberta.ca/~dmiall/Brazil/Kapoun.html>.

King, Terster (1999): Phillip King, Jason Terster, The Landscape of Persuasive Technologies, *Communications of the ACM*, Volume 42, Issue 5.

Leslie, Slaughter (1997): Larry L. Leslie, Sheila Slaughter, *Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University*, Baltimore, MD: Johns-Hopkins.

Liebes, Curran (1998): Tamar Liebes, James Curran, *Media, Ritual and Identity*, London and New York: Routledge.

Le Bon (1989): Gustave le Bon, *Psihologija gomila*, Zagreb: Globus.

Manovich (2001): Lev Manovich, *The Language of New Media*, Massachusetts: MIT.

Manović (2001): Lev Manović, *Metamediji*, Beograd: Centar za savremenu umetnost.

Manović (2015): Lev Manović, *Jezik novih medija*, Beograd: Clio.

Metzger (2007): Miriam J. Metzger, Making Sense of Credibility on the Web: Models for Evaluating Online Information and Recommendations for Future Research, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Novembar 2007, DOI:10.1002/asi. University of California, Santa Barbara, Department of Communication, Ellison Hall, Santa Barbara, CA 93106-4020,

Metzger, Flanagin (2008): Miriam J. Metzger, Andrew J. Flanagin, *Digital Media, Youth and Credibility*, Cambridge Press, 5–28. doi: 10.1162/dmal.9780262562324.005.

Radojković (2006): Miroljub Radojković, *Mediumsindrom*, Novi Sad: Protocol.

Radojković, Miletić (2008): Miroljub Radojković, Mirko Miletić, *Komuniciranje, mediji i društvo*, treće izdanje, Beograd: Učiteljski fakultet.

Slavujević (2005): Zoran Đ. Slavujević, *Politički marketing*, Beograd: Fakultet političkih nauka, Čigoja štampa.

Slavujević (1997): Zoran Đ. Slavujević, *Starovekovna propaganda: Od Vavilonske kule do "Panem et circences!"*, Beograd: Institut društvenih nauka, Radnička štampa.

Slavujević (1991): Zoran Đ. Slavujević, *Starogrčke preteče političkog marketinga, Gledišta*, Br. 3/4, XXXIII, Beograd.

Katarina A. Šmakić
University of Belgrade
Faculty of Agriculture
Belgrade

MEDIA LITERACY IN THE FORM OF ALTERNATIVE EDUCATION

Summary: The huge amount of content provided by digital media, accessibility of information and data from various repositories has never been easier in human history so that the lack of critical thinking on such contents is often due to the lack of interest, the lack of adequate education that follows the development and use of new technologies, as well as the lack of time that would be devoted to this subject; these facts point to the need of incorporating media literacy into the educational system as a form of developing critical thinking and proper use of the obtained information. Since the changes of the curriculum have always been very slow, the paper deals with some alternative forms of this educational field.

Key words: media, media literacy, digital technology, alternative education, critical thinking.

Divna M. Vuksanović
Univerzitet umetnosti u Beogradu
Fakultet dramskih umetnosti
Katedra za teoriju i istoriju

УДК 316.77:1

FILOZOFIJA MEDIJA: MEDIJI I ALTERNATIVA

Milentiju i Mirjani Vuksanović, mojim roditeljima

Apstrakt: Članak se bavi savremenim dobom, medijskom kulturom, novim (komunikacionim) tehnologijama i mogućim alternativnim vidovima življenja i praktičkog delovanja u odnosu na svet dominacije masovne zabave i medija. Način posmatranja ovih relacija, kako u povесnom tako i u aktuelnom kontekstu istraživanja, postavljen je iz ugla filozofije medija. To ukratko znači da se istražuju putevi koji podrazumevaju projektovanje i razumevanje „drugosti” u odnosu na zatečeni svet slika, medijskih tekstova i vrednosti, njegovu tehno-kulturu i represivnu aparaturu. Početna ideja istraživanja alternative ili „drugosti” povezuje se s duhom utopije. Reč je, zapravo, o tehničkim utopijama, karakterističnim za moderno doba i povezanim sa idejom progressa. Obrt koji se u tekstu naglašava tiče se stava da su tehnika i tehnologija nekada predstavljale alternativu vladajućim dogmama, dok su danas one mainstream industrije kulture. Nadalje, u članku se ispituje kakve su mogućnosti danas u pogledu osmišljavanja alternativnih modela i praksi, kako unutar sveta medija, tako i izvan njega.

Ključne reči: mediji, tehnologija, alternativa, utopija, filozofija medija.

Jedan od mogućih predmeta filozofije medija jeste i istoimena disciplina sama po sebi. Šta to, zapravo, može da znači? Ideja filozofije medija, kao i svake druge oblasti filozofije, zasniva se, između ostalog, i na vlastitom preispitivanju, koje se događa naporedo sa istraživanjem odabranog predmeta što je refleksivno omeđen unutar same discipline – ili, preciznije rečeno, interdisciplinarnih ispitivanja svojstvenih ovom naročitom filozofskom interesovanju i usmerenju. Međutim, kada predmet istraživanja definišemo kao „alternativu”, tada smo u poziciji dvostruke refleksije koja se, takoreći, zbiva istovremeno, i to na dva nivoa propitivanja. S jedne strane, sa stanovišta filozofije medija promišljamo relaciju alternativnosti u odnosu na postojeće stanje stvari, a sa druge u odnosu na samu poziciju filozofije medija, koja bi, po našem uverenju, i sama trebalo da je alternativna, odnosno da predstavlja različitost i drugost u odnosu na aktuelne, poznate i priznate teorije medija našeg doba. Šta želimo ovakvim stavom da nagovestimo?

Prema našem shvatanju, filozofija medija nije i ne može biti ono privilegovano mesto saznanja i nauke koje dozvoljava sebi odsustvo kontinuiranog preispitivanja. I ne samo to, ona bi trebalo da je *uvek već* alternativa ne samo vladajućim teorijama medija i kulture, nego i vlastitim teorijskim „dostignućima”. Drugim rečima, njena osnova, status i moguća razvojna perspektiva nose u sebi potencijale alternativnosti, te se tako s pravom može tvrditi da je filozofija medija alternativna u odnosu na zatečeni svet medija i teorijskih refleksija o njima, uključujući tu i vlastitu poziciju s kojom neprekidno razgovara i polemíše. Stoga svaka temeljnija kritička refleksija što se zbiva unutar filozofije medija jeste i treba da bude alternativna u odnosu na ono stanovište koje se dovodi u pitanje, istovremeno sa zauzimanjem problemskog stava prema vlastitoj poziciji preispitivanja. U tom duhu, započecemo tematizovanje naznačenog predmeta našeg istraživanja.

Izvesno je da je danas jedan deo sveta medijacentričan i da se upravlja prema medijima, odnosno prema onim vrednostima koje mediji simbolički produkuju i plasiraju na tržište komunikacija. Istovremeno, čini se da je medijsko premrežavanje stvarnosti proces koji se ekstremno ubrzava i širi, zahvatajući bezmalo čitavu planetu. Možda bi bilo pretenciozno tvrditi da je na pomolu, u perspektivi gledano, svojevrsni medijski totalitarizam, ali je činjenica da je, globalno uzevši, medijska industrija u ekspanziji i da maksimalno podržava kapitalistički društveno-ekonomski poredak; po našem mišljenju, ova relacija je reverzibilna, tj. važi i obratno.

Činjenica je da živimo u dobu tehničkih i tehnoloških čudesa, što se manifestuje u čovekovom/ženinom odnosu prema medijima, i vice versa. Podstaknuti tehnološkim napretkom, često s punim povrenjem gledamo u budućnost, pošto se jedan broj nekadašnjih tehničkih utopija gotovo na nestvaran način aktuelno realizuje, čime duh nauke i elementiranih utopija u velikoj meri koincidiraju. Počeci ovih procesa, da podsetimo, unatrag sežu do renesanse i modernog doba i nesumnjivo se vezuju za istorijat emancipovanja naučnih saznanja i propratnih tehničkih inovacija – pre svega u odnosu na religiju, tradicionalnu umetnost i metafiziku.

S ovim u vezi, jedan od ciljeva koji u tekstu želimo da naznačimo, te istovremeno potcrtamo jeste taj da svu tehniku, pa i aktuelne medijske tehnologije, u povesno sagledanom kontekstu njihovog tumačenja, možemo misliti kao značajnu alternativu, tj. kao one snage koje su svojevremeno nosile u sebi različitost i predstavljale relevantan momenat razvoja i civilizacijskog napretka u vremenu u kome su nastale. I danas smo, tako, svedoci „fantastičnih naučnih izuma” (Bloh), kao i onih tehničko-tehnoloških „čudesa” i utopija¹ koji su, vođeni principom nada, omogućili da naša stvarnost izgleda bitno drukčije i „alternativno” u odnosu na sve ranije istorijske epohe.

I kao što je pojava kapitalizma značila „drugost”, odnosno alternativu u

¹ Videti: Divna Vuksanović, *Progresivni barok i tehničke utopije u filozofiji Ernesta Bloha*, u: *Barkoni duh u savremenoj filozofiji: Benjamin – Adorno – Bloh*, Institut za filozofiju Filozofskog fakulteta u Beogradu – Cigoja, Beograd, 2001, str. 152–160.

odnosu na feudalistički sistem društvenih, ekonomskih, kulturalnih i svih drugih bazičnih vrednosti (a, takođe, i realnu alternativu u odnosu na sve prethodne društveno-ekonomske formacije i konstelacije odnosa), slično je neophodno iznaći šta bi predstavljalo alternativu današnjem vremenu, odnosno eri vladavine medija, pri čemu kapitalizam zastupa *mainstream* i tzv. „jedinu alternativu” i dobrim je delom podržan od strane tzv. medijske kulture. To, međutim, ne znači puku anticipaciju budućnosti, koja ne bi bila zasnovana na problemsko-kritičkom odnosu prema aktuelnoj stvarnosti.

Razloge za preokret koji je omogućio da ono što je nekada predstavljalo simbol progressa, utopije i drugosti – a danas, takoreći, izgleda kao svet bez alternative, te, izvesno, kao stanje kulturalnog regresa (ili tzv. postmodernog stanje) – trebalo bi tražiti u povesnom kretanju kako mišljenja, tako i odgovarajuće ekonomske, političke, etičke, i, uopšte uzev, društvene prakse. Ukoliko bismo, pak, želeli da se dijalektika ne zaustavi u svom kristalizovanom momentu i nastavi kretanje, valjalo bi ići dalje i tragati za posve novom alternativom. Drugim rečima, trebalo bi potražiti druge, različite mogućnosti njenog postojanja i posredovanja, ili – alternativu alternative. Ovaj putokaz, međutim, nije i ne treba da bude jednoznačan. Traganje za novim rešenjima i razlikama moguće je, u najmanju ruku, kao dvostruki izazov. Jedna od putanja vodila bi ka drugosti koju valja tražiti izvan zatečenog sistema datosti, dok bi druga predstavljala alternativu unutar postojećeg (medijskog) poretka.

Govoreći o ovom prelasku, uprkos činjenici da su utopijski konstrukti tehničke prirode, zajedno s naukom, omogućili ogroman civilizacijski napredak jednog dela čovečanstva, u svom čuvenom delu *Duh utopije* Bloh govori o „tehničkoj hladnoći”, te o pukoj „proizvodnoj ornamentici” koje savremena nauka i tehnika postavljaju kao svoje spoljašnje ciljeve, odnosno izvan na humanistici zasnovanog i projektovanog horizonta očekivanja, usmeravajući ih ka primeni u praksi masovne proizvodnje, što se danas pokazuje na delu u oblasti medija i industrije komunikacija i zabave. Naime, „haluciniranjem tehničkih slika” kao vodećih utopijskih konstrukata našeg vremena, ne doprinosi se, zapravo, olakšavanju rada i smanjenju obima i načina eksploatacije koje se događa u polju industrije zabave, ali i šire uzevši, već su ove „tehničke slike želja” isključivo usmerene ka sticanju profita. Otuda su, po opštem uverenju, one i halucinatorne, iako se, paradoksalno gledano, kontrolisano proizvode. Reč je, u stvari, o svojevrsnoj ekstazi komuniciranja, kao i „ludosti koja izumljuje”, iza čega se krije izrazito racionalno formulisani kapitalistički interes, odnosno trivijalna želja za akumuliranjem materijalnih vrednosti i sticanjem profita.

Iako, zapravo, „ludost koja izumljuje” danas spada u one fenomene koji su prevashodno racionalne prirode jer omogućuju serijsku, odnosno masovnu proizvodnju snova (Holivud, na primer) i halucinacija (svi elektronski i virtuelni svetovi medija), nekada je „ludost” pronalazaštva pripadala svetu iracionalnog

područja duha. Tako je, primera radi, mističar Rajmond Lulus (Llull) još početkom XIV veka osmislio koncept mašine za deduktivno zaključivanje; matematičar i filozof Lajbnic (Leibniz) tvorac je spekulativnog konstrukta „umetnosti kombinatorike“, što je, mnogo stoleća kasnije, omogućilo aktuelno zasnivanje kibernetike (Viner/Wiener). Sve to doprinelo je ubrzanom razvoju savremenih medija i novih komunikacionih tehnologija.

Osim naučnih dostignuća, utopijskim tehnološkim vizijama koje su danas u polju komunikacija postale stvarnost značajan doprinos dala je i umetnost, konstruišući, na sebi svojstven način, alternativne imaginarne svetove. Predstavljajući alternativu stvarnosti po sebi, umetnost je tokom povesti često podsticala razvoj bitnih društveno-ekonomskih i kulturalnih relacija. Ovo se danas posebno odnosi na tzv. tehno-umetnost, koju umetnici stvaraju posredstvom upotrebe tzv. novih tehnologija, konstruišući na taj način posve nove medije i artificijelne svetove. U načelu, utopijski duh umetnosti omogućio je ne samo emancipovanje alternativnih svetova, već i, paradoksalno, njihovo otuđenje, trenutno se ostvarujući u polju delovanja tzv. kreativnih industrija.

No, umetnički stav i način razmišljanja neretko su bili povod i za otvaranje novih/starih mogućnosti življenja, mišljenja i stvaranja, prvenstveno radi bekstva od „izuma“ razvijenih civilizacija, te u svrhu povratka „primitivnim tehnologijama“.² U tom pogledu, između ostalih, zanimljivu pojavu predstavljaju učenja engleskih socijalista Vilijama Morisa (Morris) i Džona Raskina (Ruskin), poteklih iz XIX veka. Načelno negirajući industrijski način proizvodnje roba, odnosno medijsko posredovanje komunikacija i usluga, ovi mislioci zalagali su se za povratak prirodi i umetničkim zanatima (favorizovanjem primenjene umetnosti i savremenog dizajna), vraćajući pojam *tehne* svom prvobitnom smislu i autentičnoj upotrebi. U svojim *News from Nowhere* (*Vesti nigtkuda*), Moris se, primera radi, zalaže za kritički odnos prema procesu industrijalizacije i „modernizacije“,³ što se danas može misliti i kao potencijal za kritiku kulturalne, odnosno medijske industrije kao takve.

2 "Few socialists are rash enough to attempt any precision about their desired future state but even his romantic view of rural toil and what we might consider primitive technology contains an attempt to get to grips with and provide an answer to the whole question of alienated labour which again, though little considered at the time, has resurfaced as an important component of Marx's thought. I think he is far too dismissive of science and technology since he sees science and mathematics, like art, as gentlemanly pastimes - though in his utopia of course anyone can participate in them." Dostupno na stranici: <https://www.marxists.org/archive/morris/works/1890/nowhere/index.htm>, pristupljeno: 4.12.2018.

3 Videti: William Morris, *News from Nowhere or an Epoch of Rest, Being some Chapters from a Utopian Romance*: "Well, don't you see," said he, "because it involved the making of a machinery by those who didn't know what they wanted the machines to do. So far as the masses of the oppressed class furthered this scheme of improvement, they did it to get themselves improved slave-rations - as many of them as could." Na stranici: <ftp://libgen.io/upload/Broadview%20Press%20Books/NewsFromNowhere-EComp.pdf>, pristupljeno: 4.1.2018, str. 67.

Posmatrano u savremenom kontekstu, Morisove i Raskinove ideje žive i danas i uglavnom su prepoznatljive kao utopije predgrađa (*subtopia*), karakteristične za Veliku Britaniju 1950-ih i 1960-ih godina prošlog veka, ali i za druga područja eksperimenata i istraživanja u oblasti urbanizma i arhitekture, gde je osim povratka ruralnom načinu života od značaja i bavljene manufakturnim, a ne industrijskim načinom proizvodnje dobara, simbola i usluga. Iako u teorijskim izvorima koji su dostupni na ovu temu preovlađuje mnjenje da je reč o kontroverznim ili čak potpuno promašenim projektima, evidentno je da u našem vremenu oni predstavljaju autentičnu alternativu tzv. „društvu nadziranja” (*surveillance society*) i kontrole, odnosno kompleksu medijskog načina nadgledanja koji je karakterističan za korporacije i industriju kontrole.⁴

Tehnologija kao alternativna snaga vezivala se, dakle, za duh utopije modernog doba, pri čemu je danas postala – posve suprotno – subjekt masovnog porobljavanja i regresa, bilo da je primenjena u svetu medija ili svakodnevnog života. Ona je, u stvari, dobar pokazatelj kako nešto što predstavlja supstancu alternative u jednom vremenu, u drugom prelazi u svoju suprotnost. Potcrtajmo, ovom prilikom, i sledeću teorijsku činjenicu. Tradicionalno gledano, kako je poznato, utopije su se najčešće vezivale za *topos* ostrva, od Platona (Plato), preko Tomasa Mora (More) naovamo. U opoziciji s ovim, danas, čak i u književnosti za decu, susrećemo primere distopijskih alegorija koje se tiču radikalnog osporavanja „znanja” i upotrebe medijskih tehnologija kao nosilaca ideje progresa.

Primeru radi, sporno stanje stvari u vezi sa spregom koju ostvaruju znanja, tehnologija i mediji našeg vremena izneto je u knjizi o devojčici na Mesecu, koja je napisana još u sovjetsko vreme. U knjizi koja predstavlja neku vrstu dečje projekcije sveta odraslih (kao sveta znanja, tehničkih inovacija i sl.), neznanje, entuzijizam i naivnost („ludilo” poput Pinokijevog) predstavljaju polazište za kritiku sveta odraslih, shvaćenog kao prostora neprekidne zabave.⁵ Naime, u rukopisu ukrajinski autor Nosov (Nosov) opisuje bekstvo devojčice s „ostrva budala”, koje predstavlja metaforu za današnju globalnu industriju medija i zabave.⁶

4 O savremenoj političkoj ekonomiji nadziranja videti u studiji: *The Surveillance-Industrial Complex, A political economy of surveillance*, Edited by Kristie Ball and Laureen Snider, Routledge, London and New York, 2013.

5 Videti na stranici: <http://hr.instadvices.com/kako-se-neznayka-pojavila/>, pristupljeno: 5.1.2018.

6 „U stvari, savremeni mediji – to je virtuelno Ostrvo Budala, koje je sjajno opisao N. Nosov u knjizi *Neznalica na Mesecu*. Čini mi se da se u toj satiri autor podiže do swiftovskih visina. Ako je neko zaboravio, da podsetim o čemu se radi. Na neko ostrvo dovoze lualice-beskućnike. Tamo ih bez prestanka zabavljaju, pokazuju krimiče i crtače, oni se voze na vrteškama i drugim zabavnim spravama. Posle nekog vremena tu provedenog, pošto su se nadisali otrovnog vazduha na tom ostrvu, normalni ljudi onižeg rasta pretvaraju se u ovce koje šišaju, ostvarujući dobit od njihove vune. Naši mediji redovno dostavljaju naručiocima ovce za šišanje.” Dostupno na stranici: <https://www.srbijadanas.net/glavni-resurs-savremenog-kapitalizma-su-debili/>, pristupljeno: 5.1.2018.

Naime, potreba današnjeg vremena upravo se sastoji u preispitivanju onoga što se smatra znanjem, a što nije u dovoljnoj meri ili pak nije uopšte reflektovano. Slično vredi i za primenu tih i takvih „znanja”, tj. njihov tehničko-tehnološki aspekt upotrebe. Jedna od hipoteza koje se mogu uzeti u obzir za raspravu ovim povodom jeste i ta da su danas „mračnjaštvo i neznanje” pokretači tzv. progressa, a da, nasuprot ovome, „neznanje” (kao kod Sokrata /Socrates/) može biti realni okidač većine razvojnih, odnosno kulturalno-povesnih zbivanja. Neznanje, a ne znanje, dakle, u sebi sadrži autentični potencijal angažmana i neophodnu dozu subverzije u odnosu na „društvo znanja”. U sadejstvu sa nekritički etabliranim znanjima, neproblematizovanom verom u progres,⁷ te njihovom dubokom povezanošću sa svetom tehnologije i zabave, slično kao na pomenutom Ostrvu budala, mediji deluju kao ultimativni čuvari globalno zaglupljujućeg poretka ne-vrednosti, koji konzumente medijskih programa i sadržaja najčešće tretiraju kao puke resurse, odnosno „ovce za šišanje”.

Ovakvi procesi, očigledno, postaju regulatori kretanja duha u našem vremenu, pa se, umesto ruralnih utopija, sve češće urbane utopije ostvaruju u sinergiji sa svetom medija („Ostrvo budala”), pri čemu, upravo onako kako je to anticipirao Bodrijar (Baudrillard) u svom eseju o „Diznilendu”, crtani filmovi, uz pomoć savremenih tehnologija, u sve većoj meri postaju stvarnost. Primer za to je, između ostalog, „Štrumpf selo” (Huzkara, špansko selo u kome je snimljen jedan deo filma o Štrumpfovima) kompanije Soni, naseljeno živim meštanima, čije su kuće referendumskom odlukom ostale obojene u plavo (iako su prethodno bile okrečene u belu boju), kako bi se selo nadalje brendiralo po uzoru na film i ostvarilo značajne prihode kao deo spektakla turističke privrede.⁸

U potrazi za alternativnim rešenjima u odnosu na prilično razučene – očigledne, ali povremeno i neuhvatljive medijske svetove današnjice, bilo da je reč o načinima života koji zaobilaze participiranje u ovoj kulturi ili o alternativni delujućoj unutar polja medijskih okvira, zanimljivu pojavu predstavlja Amerikanac Džon Zerzan (Zerzan), „guru” savremenog načina življenja koji negira kapitalistički

7 Misao koja se, primera radi, pripisuje Arturu Klarku (Clarke) i povezuje s idejom popularne kulture i nauke govori u prilog ideji da svaka sofisticirana tehnologija današnjice ima svoje ishodište i poreklo u magiji. Međutim, jedan broj teoretičara popularne kulture misli upravo suprotno: „Arthur C. Clarke was a brilliant futurist and writer, but he is probably most widely known for the third of his famous three laws, ‘Any sufficiently advanced technology is indistinguishable from magic’. As much as I like the idea, I have to say it’s wrong for most of the definitions of magic I’ve ever seen”. Za nas je, međutim, ova pretpostavka plodotvorna za raspravu o statusu današnjeg znanja i, u skladu s tim, njegove primene u naprednim (medijskim) tehnologijama. Videti u članku: Esther Inglis-Arkell, „Technology isn’t Magic: Why Clarke’s Third Law always bugged me”, na stranici: <https://io9.gizmodo.com/technology-isnt-magic-why-clarkes-third-law-always-bug-479194151>, pristupljeno: 7.1.2018.

8 Videti na stranici: <http://www.021.rs/story/Info/Zanimljivosti/36148/Da-li-ce-Strumpf-selostati-plavo.html>, pristupljeno: 7.1.2018.

svet, kao i ulogu medija u njemu. Iako Zerzan koristi, u izvesnoj meri, savremena sredstva komuniciranja (recimo radio i internet, ili još starija – fanzine), on uspeva da izgradi alternativni svet, kako unutar pojedinih medija koje povremeno koristi za oglašavanje, tako i izvan njihovog sistemskog delovanja. Njegov odnos prema medijskoj tehnologiji i savremenim komunikacionim tehnologijama, međutim, bliži je, po našem shvatanju, Hajdegeru (Heidegger) nego Marksu (Marx) i Čomskom (Chomsky), na primer, iako je reč o anarhistički definisanom stavu prema ovim fenomenima, što je, tradicionalno-povesno uzevši, sličnije mišljenju i praksi kritičke levice nego desnice.

„Civilizacija danas ima oblik”, kako tvrdi ovaj autor u tekstu *Sumrak mašina*, „koji joj daje tehnologija, nerazdvojiva od ostatka društvenog poretka – svetskog pejzaža kapitala. Ona oličava i izražava njegove najdublje vrednosti. Preostale su nam samo čisto tehnološke pretpostavke”, zaključio je Hajdeger, čija je formulacija dovoljna da razotkrije mit o ‘neutralnosti’ tehnologije. Kao i njen uslov – podele rada – i tehnologija je”, nastavlja Zerzan, „kao jedna od pretpostavki sistema, dugo bila pošteđena kritike. Ali, danas, kada je tehnologizacija obuhvatila ceo svet, a tehnologija postala najdominantniji aspekt modernog života, i taj veo počinje da pada. Agresivna tehnološka kolonizacija svakodnevnog života i sistematsko izmeštanje fizičkog okruženja više se ne mogu ignorisati ili prikriti. Otvara se hiljadu pitanja.”⁹

Čini se da je, na ovom mestu, bitno naglasiti upravo preokret koji se, u međuvremenu, dogodio s tehnologijom. Ona je, zapravo, po našem mišljenju – a na šta smo prethodno već ukazali – isprva bila nosilac progressa i alternativnih mogućnosti društvenog, kulturalnog i svakog drugog razvoja, da bi potom, u vreme Marksa i oktobarskih revolucionarnih zbivanja, bila vrednovana bilo kao progresivna („elektrifikacija” kao simbol naučnog progressa, na primer) ili vrednosno „neutralna”, te zavisna od onih koji je koriste. Drugim rečima, različita vremena i ličnosti drukčije su karakterisali i vrednovali doprinos tehnologije ideji napretka čovečanstva. No, ono što nas ovde prevashodno zanima jeste ne samo kontekst tumačenja, već i pojavljivanja tehnologije u sadejstvu s drugim fenomenima, u ovom slučaju – s medijima.

Mediji i nove tehnologije su prelazili, dakle, svoj dijalektički put, i trenutno su, po mišljenju Zerzana, glavni subjekt(i) kulturalnog regressa kapitalizma. I sam Zerzan naglašava razlike u odnosu na mišljenje prethodnika: „Ne dele svi anarhisti rezerve prema tehnologiji i civilizaciji. Na primer, Noam Čomski i Marej Bukčin insistiraju na tradicionalnom prihvatanju progresivnog razvoja. Marksističko srce anarhosindikalizma tipičan je izraz te sklonosti i bleđi zajedno sa svojim levičarskim rođacima. Marks, koji je bio toliko svestan uticaja proizvodnog procesa i njegovog destruktivnog hoda u obliku podele rada, ipak je verovao (ili želeo da

⁹ John Zerzan, *Sumrak mašina*, Anarhistička biblioteka, na stranici: <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/john-zerzan-sumrak-masina>, pristupljeno: 8.1.2018.

veruje) da će dinamika tehnološkog razvoja podriti kapitalizam”.¹⁰

Iako Zerzan koristi izvesne komunikacijske resurse medija i novih tehnologija, a ponajpre se to odnosi na radio i internet (a posredno i na Facebook), njegovi anarhistički anticivilizacijski stavovi izneseni povodom uloge tehnologije u našem vremenu dosledno su razvijani u svim njegovim dosadašnjim tekstovima. Tu je, naime, reč upravo o sledećem: o minimalnom korišćenju medija za maksimalne rezultate koji se tiču jedne sistematske antitehnološke kampanje. Naime, Zerzan i njegovi mnogobrojni saborci i pobornici, ne samo u Americi već i na evropskom kontinentu, doslovno smatraju da, kada je reč, recimo, o internetu, on ne samo da održava kapitalizam, već bitno ojačava njegovu ekonomiju. U polemici protiv ideologije Stiva Džobsa (Jobs), objavljenoj na internet portalu Gardijana, pojavio se, na tragu Zerzanovih promišljanja ovih i sličnih ideja, Tomkinsov (Tompkins) tekst o „održivom biznisu” u kome se doslovno tvrdi sledeće: „Kompjuter je mehanizam za akceleraciju, on ubrzava ekonomske aktivnosti i to izjeda svet”.¹¹ Rečju, kompjuter je logistička podrška kapitalizmu, tačnije – njegovoj političkoj ekonomiji. Ova ekonomija danas ne samo da počiva na njemu (kao i na „glupim građanima”, koji se takođe pominju u istom tekstu), već je zahvaljujući računarskim tehnologijama dospela do onog stepena akceleracije koji je takoreći u mogućnosti da uništi svet.

Na osnovu prethodnih kritika upućenih na račun tehnologije, koja je duh utopije, kako se čini, aktuelno preoblikovala u distopijske svetove sadašnjih i budućih razvojnih momenata kapitalizma, i Zerzan i njegovi savremenici-istomišljenici, poput Tomkinsa ili norveške filozofkinje Arne Naes (Naes) – koja je zagovarala koncept tzv. „duboke ekologije” (*deep ecology*), a koji se ne može realizovati u uslovima industrijskog kapitalizma,¹² slažu se s vrednosnom ocenom da alternativa ovakvom svetu leži u snazi prirode, te u ekološkim pokretima koji treba da je sačuvaju od zahuktale tehnološke mašinerije XXI veka. Ukratko, priroda je ovde označena kao nemedijska alternativa svetu medija.

Rusoovsko „prirodno stanje”, nasuprot civilizaciji i državi kao njenoj tvorevini, te medijima koji su u funkciji nadziranja, kontrole, održavanja i osnaživanja vladajućeg (kapitalističkog) poretka, u Zerzanovom slučaju se pokazuje kao moguće životno postignuće. Negiranje društvenog ugovora, izolovanost, život na vlastitoj farmi, obrađivanje zemlje, pisanje, bavljenje intelektualnim radom i

¹⁰ Isto.

¹¹ ”The computer is a mechanism for acceleration, it accelerates economic activity and this is eating up the world. It’s eating up resources, it’s processing, it’s manufacturing, it’s distributing, it’s consuming. That’s what the computer’s real work does and it does that 24/7, 365 days a year, non-stop just to satisfy our own narrow needs.” Videti u članku: ”How technology has stopped evolution and is destroying the world”, na stranici: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/technology-stopped-evolution-destroying-world>, pristupljeno: 10.1.2018.

¹² O ekološkom konceptu Arne Naes, obavestiti se kratko na stranici: <https://www.theguardian.com/environment/2009/jan/15/obituary-arne-naess>.

predavanjima održanim širom sveta, veliki broj sledbenika i izvesna popularnost ne samo u anarhističkim, već i levičarskim krugovima, te alter-globalističkom pokretu, pokazuju Zerzana kao primer uspešnog „alternativca”. Ali, druga strana medalje – kapitalizam – i dalje postoji. Štaviše, Zerzan svoju slobodu – a sada je već u starijem životnom dobu – otkupljuje ne intelektualnim radom već vlastitom krvlju, prodajući krvnu plazmu na američkom tržištu. Alternativa je, dakle, moguća i živa, kao što je to i Sokrat u našem vremenu.

ODABRANA BIBLIOGRAFIJA S NETOGRAFIJOM

<http://hr.instadvice.com/kako-se-neznayka-pojavila/>.

<http://www.021.rs/story/Info/Zanimljivosti/36148/Da-li-ce-Strumf-selo-ostati-plavo.html>.

<https://www.marxists.org/archive/morris/works/1890/nowhere/index.htm>.

<https://www.srbijadanas.net/glavni-resurs-savremenog-kapitalizma-su-debili/>.

<https://www.theguardian.com/sustainable-business/technology-stopped-evolution-destroying-world>.

Ball, Snider (2013): Kristie Ball, Lauren Snider (Eds.), *The Surveillance-Industrial Complex, A political economy of surveillance*, London and New York: Routledge.

Inglis-Arkell (2013): Esther Inglis-Arkell, *Technology isn't Magic: Why Clarke's Third Law always bugged me*, <https://io9.gizmodo.com/-isnt-magic-why-technology-clarkes-third-law-always-bug-479194151>.

Vuksanović (2001): Divna Vuksanović, Progresivni barok i tehničke utopije u filozofiji Ernesta Bloha, u: *Barokni duh u savremenoj filozofiji: Benjamin – Adorno – Bloh*, Beograd: Institut za filozofiju Filozofskog fakulteta u Beogradu – Čigoja.

William Morris, *News from Nowhere*, <ftp://libgen.io/upload/Broadview%20Press%20Books/NewsFromNowhere-EComp.pdf>.

Zerzan (2002): John Zerzan, *Sumrak mašina*, Anarhistička biblioteka, <https://anarhisticka-biblioteka.net/library/john-zerzan-sumrak-masina>.

Divna M. Vuksanović
University of Arts in Belgrade
Faculty of Dramatic Arts
Department for Theory and History

PHILOSOPHY OF MEDIA: MEDIA AND ALTERNATIVES

Summary: The article deals with modern age, media culture, new (communication) technologies and possible alternative aspects of life and practical action in relation to the world dominated by mass entertainment and media. The way of observing these relations, both in historical and actual context of research, is set from the perspective of the philosophy of media. This, in short, means exploring the paths that involve designing and understanding of "otherness" in relation to the world of images, media texts and values, its techno-culture and repressive apparatus. The initial idea of exploring the alternative or "otherness" is related to the spirit of utopia, i. e. technical utopias, which are typical for the modern age and associated with the idea of progress. The article puts special emphasis on the idea that technology used to be an alternative to ruling dogmas, while nowadays it represents the mainstream of the culture industry. Furthermore, the article examines today's possibilities of designing alternative models and practices, both within the world of media and beyond.

Key words: media, technology, alternative, utopia, media philosophy.

Ликовни уредник
Доц. мр Милош Ђорђевић

Технички уредник
Владан Димитријевић

Лекција, корекција и превод резимеа
Мср Марија Ђорђевић

Штампа
Свен, Ниш

Тираж
150

ISBN 978-86-7604-163-3

CIP - Каталогизација у публикацији - Народна библиотека Србије, Београд

316.774:1(082)

НАУЧНИ скуп Филозофија медија: медији и алтернатива (2017 ; Јагодина, Кончарево)

Филозофија медија: медији и алтернатива : зборник радова са научног скупа, Јагодина-Кончарево, 6-8. септембар 2017. / [уредници Дивна Вуксановић ... и др.]. - Јагодина : Факултет педагошких наука Универзитета у Крагујевцу, 2018 (Ниш : Свен). - 306 стр. : илустр. ; 25 см. - (Посебна издања / Факултет педагошких наука, Јагодина. Научни скупови ; књ. 22)

Радови на ћир. и лат. - Тираж 150. - Реч уредништва: стр. 5. - Напомене и библиографске референце уз текст. - Библиографија уз сваки рад. - Summaries.

ISBN 978-86-7604-163-3

а) Филозофија медија - Зборници
COBISS.SR-ID 266160140