

In Medias Res

FILOZOFIJA MEDIJA 2012. OPATIJA

ISSN 1848-6304

UDK / UDC 316.774:1

Vol 2, br. 2, 2013.

ART &
MEDIA



ČASOPIS
FILOZOFIJE
MEDIJA

No. 2
2013

CENTAR ZA FILOZOFIJU MEDIJA

ISSN 1848-6304
UDK / UDC 316.774:1

Izdavač časopisa:

Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja (Zagreb)
www.centar-fm.org

Glavni i odgovorni urednik:

Sead Alić
www.seadalic.com
inmediases@centar-fm.org

Zamjenica glavnog i odgovornog urednika:

Tijana Vukić
tvukic@unipu.hr

Izvršni urednik:

Nenad Vertovšek
nenad.vertovsek@gmail.com

Tajnik uredništva:

Srećko Brdovčak Mac
mac@centar-fm.org

Uredništvo:

Frank Hartman (Sveučilište Bauhaus Weimar, Njemačka), Predrag Finci (Engleska), Herta Maurer-Lausegger (Sveučilište Alpen-Adria Klagenfurt, Institut slavističkih studija, Austrija), Izidora Leber (Samostalni umjetnik, Švicarska), Željko Rutović (Ministarstvo kulture, Crna Gora), Mimo Drašković (Fakultet za pomorstvo, Crna Gora), Fahira Fejzić-Čengić (Fakultet političkih nauka, Bosna i Hercegovina), Rusmir Šadić (Medžlis Islamske zajednice Tuzla, Bosna i Hercegovina), Divna Vuksanović (Fakultet dramskih umjetnosti, Univerzitet umjetnosti, Srbija), Slađana Stamenković (Fakultet za sport, Srbija), Dragan Čalović (Fakultet za umetnost i dizajn, Univerzitet Megatrend, Srbija), Lino Veljak (Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Hrvatska), Đorđe Obradović (Sveučilište u Dubrovniku, Hrvatska), Ružica Čišćak-Chand (Institut za migracije i narodnosti, Hrvatska), Damir Bralić (Sveučilište Sjever, Hrvatska), Nenad Vertovšek (Odjel za kroatistiku Sveučilišta u Zadru, Hrvatska), Slobodan Hadžić (Sveučilište Sjever, Presscut, Hrvatska), Robert Geček (Sveučilište Sjever, Hrvatska), Darijo Čerepinko (Sveučilište Sjever, Hrvatska), Mario Periša (Sveučilište Sjever, Hrvatska), Ivana Greguric (Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, Odsjek za filozofiju, Hrvatska), Tijana Vukić (Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Hrvatska), Vesna Ivezic (Hrvatska), Jure Vujić (Institut za geopolitiku i strateška istraživanja, Hrvatska), Sead Alić (Sveučilište Sjever, Hrvatska)

inmediases@centar-fm.org

Lektori i korektori:

Majda Kovač
majda.kov@gmail.com
Vesna Ivezic
vesna.ivezic9@gmail.com

Prijelom i postavljanje na web:

ing. Amir Ahmetašević
amir@centar-fm.org

Likovno rješenje naslovnice prvog broja:

Nora Mojaš i Venes Alić

SADRŽAJ:

I_Uz drugi simpozij Filozofija medija (2012)

Miroljub Radojković:

Umjetnost u doba digitalne reprodukcije

The Implosion of Art between 0 and 1

114

Fulvio Šuran:

Glazba i mediji s posebnim osvrtom na film

Music and the Media, with particular attention to the film

124

Vesna Milenković, Slađana Stamenković:

Performans masmedija: Eurosong između spektakla i umjetnosti

The Performance of the Mass Media: Eurosong as the Media Spectacle

148

Vanda Babić, Denis Vekić:

Smisao i značaj suvremenih medija u prikupljanju i proučavanju hrvatske usmenoknjiževne baštine

The Meaning and Significance of Contemporary Media in Collecting and Studying Croatian Oral Literary Heritage.....

162

Halima Sofradžija:

Posredovana slika svijeta - mediji, umjetnost i tehnologija u umreženom društvu

Mediated Picture of the World - Media, Art and Tehnology in Networked Society.....

172

Mileva Pavlović, Ljiljana Manić i Marija Aleksić:

Umjetnost spektakla kao druga realnost

The Art of Spectacle as a Second Reality.....

180

Vesna Ivezić:

Poetska riječ – medij sufijске gnoze

Medium of poetic Word as a Way of transferring Sufi Gnosis.....

192

Aleksandra Brakus:

Novi mediji i nove umjetnosti

New Media and New Arts.....

214

Marina Milivojević-Madarev:

Utjecaj teorije drame Gustava Freytaga „dobro skrojenih komada“ na suvremenu filmsku dramaturgiju utjelovljenu u djelu THE WRITER'S JOURNEY Christophera Voglera

The Influence of Gustav Freytag's Dramatic Theory of "Well- Tailored Pieces" on the Modern Film Dramaturgy as Embodied in The Writer's Journey by Christopher Vogler.....

222

Sandra Sokolović, Sandra Santrač:	
Masmediji i perspektive kulturnog identiteta u globalnom društvu	
Mass Media and Perspective of Cultural Identity in Global Society.....	230

II Prikazi

Mario Kolar:	
Kako su mediji mijenjali svijet	244

Miroslav Radojković

Fakultet Političkih nauka, Univerzitet u Beogradu
nanamir@sezampro.rs

Umjetnost u doba digitalne reprodukcije

Sažetak

Kao što je svakom istraživaču kulture poznato, naslov ovog rada je asocijacija na jedno epohalno djelo napisano još 1936. godine pod naslovom „Umjetnost u dobu mehaničke reprodukcije“. Autor, dakle, polazi od u njemu izrečene Benjaminove teze da treba uvijek biti spremna preispitivati odnos između inovacija koje mogu promijeniti tehniku proizvodnja umjetničkog djela i umjetnosti same. U XXI. stoljeću, takvo preispitivanje vodi k primisli da će digitalizacija i virtualizacija svijeta kulture na kraju, možda, dovesti do toga da se izmjeni i sam pojam umjetnosti tj. njeno biće.

Umjetnost je sada u cyber-mrežama u kojima joj se događa treća faza simulacije i autentičnosti. U prvoj je bila podređena pravilima mimezisa, u drugoj je doživjela šok masovne reprodukcije na industrijski način. U suvremenom dobu, umjetnost izgleda gubi autentičnost, ništa mimetički ne reprezentira, ništa ne simulira već i sama postaje lebdeći simulakrum u Web 2.0 kulturi. Umjetničko djelo dolazi do atomiziranih subjekata koji ga ne mogu vezati ni za njegovo mjesto ni za vrijeme, jer su te kategorije empirijski nedostizne u cyber-svijetu. Zbog toga umjetničko djelo gubi i svoju auru, jer je ona oko njega mogla postojati samo ovdje i sada. Ona se ne može kopirati. Zapravo, postoji mnoštvo aurica koje u mreži nečemu ili nekom dodjeljuju primaoci polazeći od vlastitog doživljaja postova na koje nailaze surfanjem po Internetu. Štoviše, oni umjetničko djelo kao simulakrum dalje umnožavaju: dodavanjem, rekonstrukcijom, dijeljenjem, recikliranjem, itd. i to onoliko puta koliko požele. Jedino što u dobu digitalne reprodukcije umjetnosti ostaje stalno su njene osnovne strukturne sheme, to jest, nule i jedinice. Što će od njih nastati odlučuje se sada bez autora. Sedamdesetih godina Barthes je proglašio smrt autora. Umreženo društvo ga je sahranilo. Ali, na kraju sprovoda to može značiti i smrt bilo kakve umjetničke produkcije. Osim, ako mit o apsolutnoj slobodi i besplatnosti Interneta ne bude zamijenjen kontrolom i naplatom...

Ključne riječi: umjetnost, reprodukcija, stvaralaštvo, postmoderno stanje, smrt umjetnosti.

Kako se ovaj sažetak može komunikološki protumačiti?

U predmodernom dobu znak je, prema mimetičkim pravilima, bio ekskluzivna vrsta kopije, reprezentant svog objekta ili ideje (ako je bio metaforički apstraktan). Umjetnik je težio čuvanju kolektivno definiranog objekta ljepote udvajanjem, da ono što je simbolička zamjena, ako može, bude i ljepše od svog predloška. Zbog toga su antičke skulpture bile ne samo idealno proporcionalne, nego je na njima bila obojana odjeća, oči, pozlaćivane su toge, dodavani ukrasi, itd. To je bodrijarovskim jezikom rečeno, predstavljalo prvi stupanj simulacije. Simulirala se predstava stvarnosti i ideje, a umjetničko djelo je posjedovalo visok stupanj autentičnosti. Do te kvalitete stizalo se mukotrpnim i dugotrajnim stvaranjem. Štoviše, autentičnost umjetničkog djela je bila lako provjerljiva od strane publike neposredovanim vidom, dodirom, sluhom...

Mnogo vremena kasnije, u moderno doba, istovremeno s industrijalizacijom društva, mogućnost reprodukcije umjetničkih djela uz pomoć aparata (dagerotipije, fotografije, filma, radija... stat ćemo ovdje jer Benjamin dalje nije išao) ugrozila je jasnu razliku između prvostupanjskih umjetničkih objekata i njihove kopije. Postalo je očigledno da mehaničke reprodukcije ponekad mogu promijeniti, na bolje ili na gore, autentično umjetničko djelo. Zbog toga je ono, po mišljenju Benjamina, izgubilo svoju auru. Industrijskom revolucijom je otvoren put k drugom stupnju simulacije umjetnosti, što je regresivno, stvorilo i njegovu drugostupanjsku autentičnost. Mehanička reprodukcija je pokrenula pravu revoluciju u kulturi, pa je ona tako „postala neusporedivo više reproduktivna i prenosiva“ (Gocini, 2001:13). Po sposobnosti prenosivosti umjetničkih djela istaknula se potom, kao i sada, televizija. Istovremeno s njihovim lakim umnožavanjem, originalna umjetnička djela se odjeljuju od svojih masovnih reprodukcija visokim zidovima novca, kolezionarstva, otimanja iz kolonija, moći i profita. Drugim riječima, umjetničko djelo s njegovom jedinstvenom aurom mogli su posjedovati samo moćni i bogati. U ime „demokratizacije“ ostalima su ponuđene jeftine reprodukcije, pravo da posredno, uz pomoć medija zavire u salone i zbirke koje nikada nisu ni pomisili da posjeduju. To je omogućilo najviši status elitnoj kulturi u rukama onih koji dominiraju društvom nasuprot onima koji su marginizirani, jednih koji posjeduju i slave autentičnost i drugih koji postaju masa ignoriranih promatrača. Od umjetničkih djela više se nije očekivao ni kolektivni ni ritualni utjecaj kao ranije.

Kao reakcija na ovu nepravdu, i kao protest samih umjetničkih stvaralaca, možda, u umjetnosti se javlja „larpurlartizam“, stav da ona treba postojati samo sebe radi. To je bijeg umjetnosti i umjetnika od stvarnosti, u izolaciju i nesvrhovitost, kako bi se stvaralački dignitet sačuvao od prljavštine novca i moći. Zanimljivo i paradoksalno, obično „izmi“ ukazuju na imena političkih ideologija. A u modernom dobu niklo je mnoštvo umjetničkih praksi i pravaca koji su također dobili taj sufiks. Jer, društveni pokreti marginaliziranih ljudi, koji otpočinju svoju emancipaciju u društvu, nisu pristajali na nesvrhovitu umjetnost kao larpurlartizam. Njima je zbog emancipacije draža ideološki opredijeljena umjetnost kao saveznik, što je dovelo do nastanka novih umjetničkih pokreta i škola čija imena završavaju „izmima“: dadaizam, impresionizam, ekspresionizam, kubizam, itd – i

socrealizam, dakako. Svi spomenuti pravci, osim posljednjeg, pošli su od stava da je umjetnost, po svom biću, uвijek subverzivna prema poretku. Spomenuti pluralizam umjetničkih pravaca i škola je dokaz da je i autorefleksija umjetnika bila uperena protiv dominacije i moći. Kasnije ćemo pokazati da suvremena umjetnost nije ostala vjerna tom stavu. Jer, ona u digitalnom dobu postaje ja(e)dno jato nula i jedinica koje putuju i preoblikuju se u digitalnoj mreži svih mreža bez značajnog utjecaja na društvene odnose.

U postmodernom, postindustrijskom ili umreženom društvu budućnosti koja je počela, u digitalnim tehnološkim napravama (gadžetima) znaci se sve više proizvode autonomno. Oni ne reprezentiraju nikakav objekt niti ideju. Odijelili su se od realnosti i mogu se komunikacijski upotrebljavati, a da ne ukazuju ni na što konkretno. To je treći stupanj simulacije, ili simulacija sama, to jest, umjetnost kao simulakrum. Mnoštvo znakova bez ustrojstva, bez sintaktičkih pravila i u fluidnim formama kratkog trajanja jezdi Internetom kao umjetnički simulakrumi. Istovremeno, autentičnost umjetnika i umjetničkog djela se rastače i nestaje.

Tko je alter-objekt umjetnosti i umjetnika sada?

Publika ili promatrač bili su u epohama prvog i drugog stupnja simulacije dio umjetnosti kroz njen konstitutivni, komunikacijski čin. Jer, odsustvo ili apatičnost publike oduzimalo je svakoj estetskoj poruci – djelu komunikativnost, to jest, život. Današnja publika umjetnosti kao simulakruma je njen sumnjiv (pre)ispitivač u raspršenju. Ona barata aparatima koji nulama i jedinicama daju svekoliku prepoznatljivost, sličnost, zvučnost, boju, itd. Bez tih aparata kozmos nula i jedinica u krvotoku Mreže bio bi bez smisla, kao što je onaj pravi kozmos kaos. Publika u raspršenju virtualnog prostora u stanju je praviti digitalne kopije svega i svačega pa tako i umjetničkih djela (ako nisu zaštićena, pa i tada). Propast umjetničkog djela, na koju ga je nekad osuđivalo odsustvo publike kao kolektiva, sada je ovisna o pojedinačnoj komandi „delete“ odlukom pojedinca. Dakle, svatko ga može uništiti ili kopirati, prerađivati, dijeliti, opet kopirati, pa opet uništiti, itd. koliko god puta poželi. Ono što je prepostavljeno umjetničko djelo reciklira se u mnoštvu varijanti i ostaje samo po želji pojedinaca fiksirano u ličnim ili kolektivnim „stok-mašinama“ *a la Google*. Tamo se može, strpljivom pretragom, možda ponovo pronaći. Je li se ovim tehnološkim skokom promijenio karakter umjetnosti? Mislimo da jest. Kao što je rekao Valery: “Treba biti spreman na to da će toliko velika novost izmijeniti cjelokupnu tehniku umjetnosti, da će na taj način utjecati na samu invenciju i, na kraju, možda, dovesti do toga da se, na najčarobniji način, izmijeni i sam pojам umjetnosti.“ (Valery u Đorđević, 2008:101)

Podsjetimo se na još jedan važan domaćaj intuitivnog znanja. Barthes je sedamdesetih godina, u vrijeme industrijske (hiper)producije umjetničkih djela u masovnim medijima i sve slobodnijeg ponašanja publike, proglašio da je autor mrtav. S promjenama koje donosi konvergencija masovnih medija s digitalnim gadžetima, vrijeme je da idemo dalje. Da priznamo da je autor stvarno mrtav, da je

nestao. Benjamin je spominjao, pozivajući se na Pirandella (Benjamin, 1974), začuđenost teatarskih glumaca pred aparatima za proizvodnju mehaničke reprodukcije. Mnogo godina kasnije, imali smo priliku na filmskom platnu vidjeti ne samo začuđenost, nego i umiranje umjetnika. U filmu „The Artist“ (redatelj Michel Haznavicius) – koji je kod nas uskogrudno preveden kao „Glumac“ – postoji sjajna scena. Zvijezda nijemog filma (glumac Jean Dujardin) pokušava se suprotstaviti dolasku zvučnog filma, želi tvrdoglavo nastaviti svoju ranije slavodobitnu umjetnost zbog čega propada i psihološki i ekonomski. Na vrhuncu krize gleda sve svoje (nijeme) filmove i ostaje na kraju ispred lampe projektorja bez trake, pred svojom sjenom koja je jedino što se još vidi na platnu. Počinje je (se) vrijedati i ponižavati sve dok se ne desi čudo. Sjena silazi s filmskog platna i pokunjeno odlazi... To je u stvarnosti nemoguće osim, možda, kod Hiperborejaca (Crnjanski) jer čovek ne može preskočiti svoju sjenu. Danas, to bi moglo biti moguće. Recimo, ako bi umjetnik kreirao svog avatara, kojeg razočaran može „obrisati“, učiniti nevidljivim ili ga poslati da luta po virtualnom svijetu.

Ali, mislimo da bi umjetničko djelo još moglo postojati. Hoće li će uz njega opstati ona aura iz vremena autentičnosti? Rekao bih da nje više nema, kao što nema ni njegovog promatrača ovdje i sada. „Jer aura je povezana s njegovim *ovdje i sada*. Ona nema kopije.“ (Benjamin u Đorđević, 2008:111). I emocionalni naboј umjetnosti se sparuo. Za nove generacije, takozvane internetske domoroce, svaka emocija, ili barem pomisao na nju, može se iskazati jednim pritiskom na tipke tastature – emotikonima, vrstama i veličinom slova, akronimima, ☺. Umjesto aure, u masovnoj i simulakrumskoj kulturi svijetle samo globalni ekrani svih dimenzija i vrsta (Lipovetsky i Serroy, 2013). Umjesto aure, suvremenim alter-objekt umjetnosti vidi samo interfejs. Na njemu se svjetlost koju emitira ekran zatomljuje u jednom pogledu, u jednom paru očiju. Sloboda pojedinca je otišla toliko daleko da je strast prema dijeljenju internetskih sadržaja poprimila čak formu nove religije. U Švedskoj je osnovana nova – Misionarska crkva kopimizma (na engleskom The Missionary Church of Kopimism, na švedskom Missionerande Kopimistsamfundet). Dakle, umjetničko djelo je u doba digitalne reprodukcije, izgleda, izgubilo auru koju je veličao Benjamin.

Treba li slijediti Benjamina i/ili filozofiju medija?

Međutim, iako su se toliko korjenito promijenile sve društvene, kulturne i tehnološke okolnosti, ostajem pri stavu da oko umjetnika i pravog umjetničkog djela moraju opstati neke kvalitete koje je, metajezično, Benjamin nazvao „aurom“. Njegov koncept će mi poslužiti kao analitičko-teorijski alat za iznošenje vizije odgovora na zadano pitanje. Dakle, što bi danas mogle biti komponente izvjesne „aure“ umjetničkog djela?

Misljam da su se pod njom podrazumijevale, a i sada bi trebale postojati, tri komponente. Ako bi se dokazalo da su one i sada prisutne, ne bi trebalo ići protiv Benjamina već po njegovom tragu. Ako ih nešto rastače, onda su to u prvom redu masovni i digitalni mediji. Zato bi trebalo, također, ići rezom kritičke oštice filozofije medija.

Prva kvaliteta inherentna umjetničkom stvaraocu svakako je **talent**. Njime, kao i pameću uostalom, mada se to teže priznaje, nisu svi ljudi ravnomjerno obdareni. Dakle, za stvaranje i doživljavanje umjetnosti nismo svi podjednako daroviti. Ova tvrdoglava činjenica se ne može izmijeniti ni statusom, ni moću, ni novcem... Riječju, nedostatak talenta ne mogu nadomjestiti nikakva vansubjektna svojstva. Neki kao Musil, sumnjaju da čovjek uopće još ima nekakva svojstva. To se bjelodano vidjelo u stvarnosti (ali i na filmu) usporedbom Mozarta i Salierija. Umjetnici, a ne ljudi bez građanskih prava i sloboda pripadali su tada kasti parijske opere. Salieri je imao umjetničko zvanje, status društveno-dvorski priznatog umjetnika – kompozitora. Mozart je bio dvorski uljez, ali je bio mnogo veći, blistav talent. On nije sretno ni živio ni završio, ali je svog konkurenta – zvaničnog dvorskog kompozitora natpjevao za sva vremena. I onda i sada.

Originalnost je druga komponenta koja je stvarala auru oko umjetničkog djela ili čina. Ona je djelomično subjektivna, ali mnogo više intersubjektivna kategorija, koja nastaje uspoređivanjem svojstava djela s kulturnim mjerilima i obrascima. U vremenu mehaničke reprodukcije umjetničkih djela ona je uvijek pripadala originalu, a o kopijama se u ovom smislu nije raspravljalo. Moglo bi se reći da je, potom, originalnost umjetničkog djela funkcionalno žrtvovana radi ostvarivanja demokratizacije umjetnosti i kulture. Stvaraoci koji su na to pristajali oblikovali su *mainstream* umjetnost, dominantnu kuluturu. Oni koji nisu pristali, svrstavali su se u avangardu i stvarali su protukulturu. Cijena otpora bivala je dakako prevelika. Anonimnost, nepriznatost, bijedan život, bolesti, patnja... Mnogi koji su na taj način branili svoju originalnost, pomrli su od gladi, bolestina i završili su u vapnenim jamama sirotinje kao Mozart. Samo ponekad, slava je stizala, ali prekasno za stvaraoca. Mehanička reprodukcija je umjetničko djelo gurala k tipizaciji, konvencionalnosti, istovjetnosti ideje i zapleta, namjere i rezultata. Zanemarivanjem talenta, originalnost kao kvaliteta umjetničkog djela je ostala u igri samo kao borba da se postigne različitost. Jer, u moru industrijski proizvedenih kulturnih, masovnih dobara trebalo se izdvojiti. Kako? Pa, jedino nekakvim razlikovanjem. Dakle, originalnost u vrijeme mehanički reproducirane umjetnosti nije više bila ni u kakvoj vezi s dekonstrukcijom ni avangardnošću. Ona je bila samo izvirivanje iz žabokrećine masovne kulture i njenih konzumenata ako bi im se privukla pažnja. Međutim, svaki kviz je kviz, svaka sapunica je sapunica, realiti šou je šou, kič je kič. Suština je ista, pojavnost masovnih kulturno-robnih tvorevinu rotira oko nje. Nešto novo i različito odmah se smatra originalnim, samo ako za trenutak posluži istoj svrsi – zadovoljavanju najnižeg ukusa koji se pretvara u profit. Danas umjetnik zbog neoriginalnosti ne umire, ali umire svaki proizvod masovne kulture ako tijekom pilot serije, testiranja ukusa publike, ne pokaže sposobnost mogućnosti da se na njemu zaradi.

Naravno, u vrijeme komuniciranja skučenog u prostoru i vremenu, najslabiji izvor svjetlosti aure umjetnika i njegovog djela bila je **poznatost**. Podređenost, bijeda, neobrazovanost, parohijalnost velike većine građana u klasnim društвima sprječavali su potlačene čak i da slučajno dođu u dodir s elitnom umjetnošću. To je i bio logičan povod da se jednom dijelu kulture dodijeli epitet elitnosti, koji gledano sa stanovišta općeljudske jednakosti ima pejorativno značenje. Elitizam umjetničkog djela se potom obrnula u „mjeru talenta“ i originalnosti, jer ono je bilo rijetko, malobrojno, teško

vidljivo, nepristupačno, nedodirljivo za masu. Od većine društvenih pripadnika moglo se očekivati samo da spram njega pokažu neznanje i ravnodušnost. Zato elitna umjetnost nije mogla ni živjeti izvan krugova elita moći.

Ali, u postmodernom društvu stvar se preokrenula. Uz pomoć nula i jedinica na monitoru, globalnom ekranu, postali su dostupni svi muzeji, galerije, kripte, piramide, manuskripti, filmovi, biblioteke... Dakle, otvorene su sve materijalne organizacije (MO) preko kojih se odvijala i odvija, prema Debrayu (Debray, 2000), transmisija kulture i umjetnosti. Svima, pa i najmanje dostoјnim, bivša elitna umjetnost se virtualno servira kao na dlanu. Istovremeno, da bi se danas prizvala aureola (aura) umjetnika, primjećujemo, prvo i najlakše izvedivo je da se postigne poznatost. Zbog toga se oko većine suvremenih stvaralaca i „umjetnika“ vrzmaju menadžeri, stručnjaci za PR, osobni advokati (ne radi zaštite autorstva, nego popularnosti), umjetnički kritičari, novinari i tko sve još ne. Danas se umjetnikom ne postaje. Danas se umjetnici proglašavaju od strane medija i nabrojanih parazita koji žive u „korisnoj simbiozi“ s njim (ako on to jest) kao ptičice koje nilskim konjima čiste kožu i zube. Suvremeni čovjek, osim u naivnoj ili brutalnoj umjetnosti, nema šansu da se i sam okuša. Može samo promatrati proglašavanje umjetnika, osoba koje proizvode nekakvu razliku imenovanu kao originalnost, koje su medijski poznate i korištene kao „celebrities“.

Postmoderno stanje

Svako ljudsko biće, također, čezne da ostavi nekakav trag o vlastitoj egzistenciji. Taj poriv na najlakši način može pokušati zadovoljiti uz pomoć Mreže. Po njoj može lunjati, preturati i naići na postmoderna umjetnička djela koja mu kažu: „Budi interaktivan s nama“. Ovo je film, izaberi svoj kraj između tri, četiri, pet ponuđenih ili dodaj svoj; ovo je otvoreno književno djelo, čitaj ga bilo kojim redom, slobodno kasapi tekst, dopiši, briši, uspostavi linkove prema bilo kojem drugom tekstu što podrazumijeva i fotografiju, sliku, video, muziku. Jer, sve je tekst u Barthesovom smislu te riječi. I tako nastaju hipertekst, hiperslika, hipermuzika, kazališna hiperpredstava... Stoljetni problem kako ukinuti rampu između umjetnika i publike kao da je razriješen. S druge strane, zašto da suučesnik u takvoj interaktivnosti ne pomisli da je i on nakratko postao redatelj, pisac, kompozitor? Prošle godine, nagradu za najbolji digitalni, umjetnički PR proizvod dobio je Royal London Ballet. Njihov „rad“ je bio direkstan, cjelodnevni prijenos događanja u Kraljevskom baletu na društvenim mrežama. Ali, originalnost navedenog umjetničkog čina ishlajpjela je za jedan dan. Kada će on opet biti moguć? Tko bi to ponovo gledao? Znaju to i autori – sljedeći pothvat bit će, kažu, direkstan, cjelodnevni prijenos zbivanja iz Kraljevske opere na socijalnim mrežama. Je li i to umjetnički čin ili njegov simulakrum? Zavisi od ocjene, u prvom redu onih koji bi za ovo pitanje morali biti kompetentni.

Dakle, trebalo bi se obratiti postmodernim kritičarima umjetnosti. Ogromna većina kritičara hrabro proglašava za umjetničko djelo svačiji potez u igri s njim na Internetu. Po njima, svatko tko ga je povukao postao je umjetnik. Jer, suvremeni umjetnički kritičari smatraju da i poslije dekonstrukcije

stvarnosti umjetnost treba nastaviti istim putem. Kuda? Po našem skromnom sudu – u banalnost. Istina je da svatko od nas želi ostaviti trag, postići barem blijedu auru oko svoje intervencije na Mreži. I ako nemamo talent, nismo originalni, nitko nas ne može spriječiti da pokušamo da barem jednom budemo primijećeni. Stoga se valja ubaciti u digitalnu verziju umjetničkog djela kao crv u jabuku. A potom, sve što proistekne prenijeti na Mrežu. Malo tko se pita gdje će završiti takvo naše „djelo“. Adresant je poznat. To je mreža svih kompjuterskih mreža u kojoj važi pravilo: pošalji svoju izmjenu, kopiju, blog, pjesmu, video zapis – „out there“, tamo negdje. A „tamo negdje“ je bezgraničan virtualni prostor. Hoće li će naše „umjetničko su-djelo“ netko vidjeti, čuti, pročitati, niko ne zna – osim postmodernih teoretičara umjetnosti. Oni, naravno, znaju da je opisani postupak moguć, i tvrde da je i on zato umjetničko stvaralaštvo. Njegove mane su što rezultati slabo svijetle pa se ne vide, a publika takve umjetnosti nije utvrđiva. Talent, originalnost i poznatost u Mreži su neizvjesni, slučajni, kada se desi „buzz“ ili infekcija, pa se navedena svojstva kaotično prošire. Sudbina komponenti negdašnje aure umjetničkog djela u postmodernom stanju ovisi o komandi „share“ koja je svakome na dohvrat miša. Nasuprot tome, poznatost klasičnih umjetnika je kao svjetlost zvijezda koje su već zgasnule, ali njihovu svjetlost koja stiže s ogromne udaljenosti još vidimo. Rijetko će koja od digitalnih prerađevina umjetničkog djela, ako uopće i jedna, završiti u galeriji, biblioteci, muzeju. Mnogo je vjerojatnije da će zauvijek ostati „tamo negdje“ („out there“) u virtualnom prostoru i vremenu. Tu će lebdjeti kao krhotine neke od digitalne ili digitalizirane umjetnosti. Postmoderni umjetnički kritičari nas ipak ohrabruju: budi interaktivan, interveniraj! Tvrde da su se u okviru digitalne umjetnosti razvili posebni žanrovi: softverska umjetnost (software art), umjetnost baze podataka (data bese art) i umjetnost videoigara (game art) (Wands, 2006:104). Ne otkrivaju nam samo to da ćemo tako prije zadovoljiti vlastitu zapostavljenost, nepodnošljivu lakoću anonimnosti, skrivenu narcisoidnost, a ne stvaralački poriv, talent ili samorealizaciju. O čemu smo ovdje govorili? O umjetnosti u postmodernom stanju, kako bi rekao Lyotard (Lyotard, 1988); o sudbini umjetnosti u dobu digitalne reprodukcije, kako bi rekao Benjamin, da njegova misao nije svjetlost koja stiže s jedne od onih ugašenih zvijezda.

Zaključak

Ovako može da izgledati naizgled ciničan osvrt na povijest umjetnosti dat kroz dioptriju današnjeg duha vremena. Radni naslov ovog presjeka mogao je biti i – Od mimezisa do simulakruma. Je li time rečeno da u je budućnosti koja je počela došlo vrijeme zaborava i za umjetnost? Ne. Jer, postoji tračak nade. Dokle god u ljudima bude postojala duhovnost, duša, mašta i emocija, nasuprot ili usprkos nadolazećoj umjetnoj inteligenciji, možemo vjerovati da se u umjetnosti samo desila implozija. Ona je porinula u nebrojene banke podataka kao voda u pustinji, a njeni relikti se još nalaze u oazama materijalnih organizacija (Debray, 2000) namijenjenih transmisiji kulture, kao što su muzeji, biblioteke, arhivi, javni parkovi, kinoteke, videoteke ...

Vidjeli smo da umjetnost biva lišena i svoje kopije u svijetu koji više nije njen i za nju. To je isto kao da smo kazali da je više nema. Pa ipak, kraj umjetnosti još ovisi o čovjeku. Dok u njemu ne presuše izvori imaginacije, dok talent ne bude genetski kloniran, postojat će mogućnost da umjetnost ponovo oživi, da eksplodira čak. Ali, prije toga je potrebno preispitati i dekonstruirati osnovnu strukturu postmodernog, mrežnog društva koje je ugrožava – Internet i njegove servise. Treba vidjeti može li mit o apsolutnom raspolaganju svim tvorevinama duha, i to bez ikakve nadoknade, (p)ostati stvarnost ili će se pokazati da je bio mit. Ako bi Mreža dobila pravila, a umjetnički stvaraoci nadoknadu za svoje pregalaštvo, i publika bi se iz virtualnog vratila u svijet života. Za sada, i ovdje, postoji samo nepregledno mnoštvo atomizirane publike kao potencijalnih sustvaralaca umjetnosti, koja zavisi od tih atoma, ljudi monada.

Literatura:

- Benjamin V. (1974), Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije, Nolit: Beograd
- Debre R. (2000), Uvod u mediologiju, Clio: Beograd
- Đorđević J. (2008), zbornik Studije kulture, Službeni glasnik: Beograd
- Gocini Đ. (2001), Istorija novinarstva, Clio: Beograd
- Liotar Ž-F (1988), Postmoderno stanje, Bratstvo-jedinstvo: Novi Sad
- Lipovecki Ž. & Seroa Ž. (2013), Globalni ekran, Akademska knjiga: Novi Sad
- Wands B. (2006), Art of the Digital Age, Thames&Hudson: London

The Implosion of Art between 0 and 1

Abstract

I take as a starting point Benjamin's premise that one should be ready for innovation changing the entire artistic technique and possibly even leading to a change in the idea of art itself, i.e. its being.

Nowadays, art can be found within cyber-networks, surviving through the third phase of simulation and authenticity. In the first phase, it was subjected to the rules of mimesis; the second shocked it with mass reproduction by way of industry. It was then that it was pulled into the capitalist currents of trade, power and profit.

Art has no authenticity in the modern age, it simulates nothing and it belongs to the floating simulacra of the www, instead. It reaches atomised subjects who are unable to tie it to a place and time, since these categories do not exist in the cyber world. This is why the work of art has also lost its aura, since it depended on the categories of here and now. Actually, there is a multitude of its auras defined by the recipients proceeding from their own here and now.

Key words: art, reproduction, creativity, postmodernism, death of art.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Fulvio Šuran

Sveučilište Juraj Dobrila, Pula
fsuran@unipu.hr

Glazba i mediji s posebnim osvrtom na film

Sažetak

Dvadeseto stoljeće, u skladu s velikim kulturnim i socijalnim promjenama, svjedoči širenju novih oblika predstava, namijenjenih bijegu i zabavi, novih glazbenih oblika. Mijenja se, modificira čak i likovna umjetnost. U odnosu na širenje masovnih medija, multipliciraju se mjesta i prigode glazbene potrošnje te glazbenici preuzimaju nove kompetencije, a sve u ime kulture. No, ako kultura prepostavlja informaciju i sredstva javnog priopćavanja, znači da je informacija, u odnosu prema društvenom čovjeku, uvjet opstanka. Stoga je borba za opstanak, u doba masovnih medija, borba za medije mase. U tom je smislu dovoljno pratiti odnos između GLAZBE I FILMA koji postoji s obzirom na povijesni razvoj: od zvuka nijemoga filma do glazbe zvučnoga filma. Može se, ipak, reći da su odnosi između glazbe i filma, možda zbog same prirode njihovoga izražavanja, izričito progresivne i ritmičke, uvijek bili vrlo bliski. Glazbeni motiv, sa svim svojim mogućim nijansama, može izraziti događaje, osjećaje i unutarnje misli; tišine popraćene glazbom otkrivaju raspoloženja lika puno dublje nego sat dijalogu ili sat bez glasa. Nasuprot tome, slike filma uzrokuju osjećaje koji se mogu u potpunosti izraziti samo kroz glazbu koja ponekad postaje sastavnim dijelom radnje filma.

Izlaganje završavam jednim svojim hommageom nedavno preminulom Kenu Russellu, jednom od najoriginalnijih režisera, najfinijem ‘maestru’ u umijeću skandaliziranja tupoglavih, onom koji je doveo klasičnu glazbu do potpuno nove i šire publike: velikom ikonoklastu sposobnom preobraziti mramorna poprsja u meso i krv.

Ključne riječi: glazba, mediji, nijemi film, zvučni film, Ken Russell.

(Ovo izlaganje rezultat je unutrašnjeg poriva sintetiziranja, i to bez ikakvih pretenzija, velike srodnosti i ljubavi između ovih umjetnosti, glazbe i filma uz tehnološkog posrednika, koje zajedno ostvaraju jedinstvenu uzvišenu i zadržavajuću umjetnost: film u svim svojim aspektima.)

Uvod u XX. stoljeće

Prva desetljeća prošlog stoljeća označena su velikim društveno-političkim i kulturnim tenzijama: pooštrenje sindikalnih sukoba, ekonomska kriza, buđenje nacionalističkih poriva, trka naoružanju, kolonijalna ekspanzija zapadnih velesila...

Nalazimo se, dakle, na početku sveopće globalizacije, koja će svoje 'službeno' počelo uvidjeti dešavanjem prvog, u povijesti, rata svjetskih razmjera, čije će završavanje još više pooštiti postojeće društveno-političke tenzije koje će svoj epicentar imati u Drugom svjetskom ratu. Radi se o sukobu koji će zapadni model ratno globaliziranog svijeta uvesti u četrdeset godina dugi hladni rat ili atomski mir i to zbog nesposobnosti da se nađu adekvatna rješenja postojećim i novonastalim problemima.

U okviru zapadnog, svjetski dominantnog, modela civilizacije treba reći da su, što se kulturološke dimenzije tiče, umjetnička iskustva prvenstveno usredotočena na ekspresivnoj obnovi, radi prilagođavanja konstantnom i kaotičnom preobražaju društvenog konteksta iz kojeg su nastajali novi kulturni sadržaji. Ti su sadržaji u sebi odražavali kaotičnost i egzistencijalnu nesigurnost tog dinamičnog razdoblja. Istovremeno se, u tom razdoblju sveopće nestabilnosti, ali i inovacije, rađaju i primaju maha novi oblici kazališnih i glazbenih predstava i stilova.

Što se glazbe tiče ona sve više ima funkciju bijega od sive monotone svakidašnjice. Dakle, radi se o čistoj zabavi. Istovremeno se i likovna umjetnost drastično preobraća i sekularizira u prikazivanju stvarnosti.

U tom 'kratkom stoljeću' divlji kapitalizam, u liku naglog i nekontroliranog industrijskog razvoja, sve više pogoduje širenju masovnog medijskog utjecaja na sve društvene slojeve, rađa se masa. To pogoduje razmnožavanju mjesta i prilika glazbene potrošnje koja – posredstvom novih tehničkih inovacija, pojačanja i razmnožavanja zvuka – omogućuje da i ona mjesta, do tada nepogodna za stvaranje kao i za slušanje glazbe – dovoljno je spomenuti jazz – postanu središte novih glazbenih trendova koja svoj utjecaj šire eterom obuhvaćajući cijeli zapadni (i ne samo) kulturni (i ne samo) svijet.

Neovisno o tome javna mjesta tradicionalno određena za izvedbu i slušanje glazbe, kao što su to kazališta i koncertne dvorane, zadržat će svoj status sociokultурне važnosti. Ono što prvenstveno karakterizira tu epohu, u vezi glazbe, jest činjenica da se mijenja potreba za glazbom, koja postaje sveprožimajuća i na usluzi i upotrebi buržujskog građanina. On svoje potrebe konzumira i u vlastitom domu: posredstvom radija, glazbenih ploča, kazetofona, stereouređaja, i tako dalje: rađa se zapadno potrošačko društvo. Na taj se način sam čin slušanja iz kolektivnog događaja

preobraćuje u individualno uživanje i potrošnju, gdje polako, ali nemilosrdno živa glazba gubi svoj primat nad reproduksijski sve savršenijom i medijski posredovanom glazbom.

Tijekom tog ‘kratkog stoljeća’, u skladu s velikim kulturnim i društvenim transformacijama, glazbenici, radi učinkovitosti, upotrebljavaju sve novije i profesionalnije vještine: radi se o tehničarima zvuka, o djelatnicima snimanja, o kreatorima specijalnih efekata, čiji se rad temelji upravo na tehnološkim inovacijama i bezbrojnim mogućnostima, naročito u vidu sve suvremenijih sredstva razmnožavanja i širenja zvuka. Sve to vodi do pronalaženja novih i posebnih mogućnosti razvoja u produkciji glazbe, kao rezultat sve zainteresirajeg komercijalnog sektora: u vidu proizvodnje i prodaje CD-a, DVD-a i MP3 sa sve savršenijim i čišćim zvukom. Uključujući pritom i odgovarajuće i sve raznovrsnije opreme za slušanje. Ne smije se zaboraviti napomenuti i štampanje časopisa specijaliziranih za glazbu i za glazbeni život uopće, koji veliku pozornost i prostor pridaju glazbenim kritičarima i stručnjacima, čija stručnost zasigurno ne proizvodi glazbu, već ideje o glazbi.

Svjedočimo, dakle, početku dubokog raskola s prethodnom glazbenom tradicijom čije se dalekosežne posljedice i danas primjećuju.

1. Razvoj glazbe i sredstva masovne komunikacije

Aktualno stanje glazbenih dešavanja – gledanih iz različitih pravaca i perspektiva: kako proizvodnje tako i praćenja medija i oblika njihovog upravljanja – može se protumačiti posredstvom parametara koji već niz godina određuju i oblikuju medijsku dimenziju. Prvenstveno se tu misli na masovnu komunikaciju, na njezinu opremu i zakone djelovanja, ali i na rast potražnje/potrošnje: u smislu sve složenije artikulacije potreba i kulturnog oblikovanja svijesti u izboru korištenih proizvoda. Radi se o različitoj uporabi glazbe u svijetu sve bržih promjena kako u proizvodnji tako i u komunikativnoj dimenziji stvarnosti.

Nije, dakle, potrebno započeti s akademskim, suprotstavljanjima “apokaliptično-integriranim” kako bi dobili potrebnu bazu podataka za pozitivnu diskusiju: za čiju obnovu nije više dostatan pojednostavljen sociologizam, već interdisciplinarna metodologija. I to ne samo radi izbjegavanja praktičnih problema tehnološke naravi, na koje, što se glazbe tiče, nailazimo u suvremenom statusu komunikacijskog sustava, već kako bi “događaje” zadržali unutar “stvarnosti”. To je bitno ako se na umu ima činjenica kako se mnogim suvremenim trgovачkim strategijama često suprotstavlja sterilna teoretizacija koja glazbu promatra kao umjetničko djelo koje ne smije podleći zakonima tržišta. Smatram da se ovdje radi o zastarjeloj koncepciji umjetnosti koju bi s pravom mogli nazvati ‘zlonamjernom’ filozofskom apstrakcijom.

Željeli mi to ili ne, suvremeno je vrijeme doba globalizacije, ali i sveobuhvatnog aktivnog nihilizma. Naime, radi se o procesu u kojemu je i te kako potrebno, ali ne i nužno, dati maha novijim perspektivama djelovanja koje će na inovativan način oblikovati operativnost kulturnih parametara

u svim diskursima koji imaju veze s odnosom između proizvodnje i potrošnje. Nije, dakle, više dovoljno reći kako se trebamo obračunati s tržištem, naročito kad se čitav angažman svodi na jedno žurno i bezvezno djelovanje i naknadno prilagođavanje sa zakonima tržišta, sa svojim kvaziprirodnim parametrima.

Uzmimo kao teoretsku referencu za oporavak poimanje kulture koje nam nudi **Jurij Mihajlovič Lotman**, čija definicija glasi: kultura je „*skup svih ne nasljednih informacija i sredstava za njihovu organizaciju i skladištenje.*”¹ Društvo, tvrdi **Lotman**, razlikuje se od samog pojedinca s obzirom na činjenicu da, dok je opstanak pojedinca jamčen ispunjenjem određenih prirodnih potreba, opstanak društva „*nije moguć bez kulture.*” No, ako je kultura sačinjena od informacija i od sredstva informacija, tada informacija, u odnosu na društvenog čovjeka, predstavlja i sam uvjet njegovog opstanka. To znači da je, u doba masmedijske komunikacije, borba za opstanak borba za masovnu informaciju, tj. za masmedije. Mora se vidjeti kako je moguće spojiti – i to prilagođavajući ako ne i revolucionirajući uvjete informacija i upravljanje medijima – dva termina koja se, danas, kreću u međusobnoj suprotnosti.

Primjera radi.

Za televiziju kao i za radio, sve se više koristi (takozvani) indeks slušanja, koji je kvantitativne naravi. I to prvenstveno kako bi se opravdala i obnavljala određena kvaliteta programa. No, pratiti zahtjeve javnog mijenja znači djelovati u okvirima nasilja i vulgarne informacijske apstrakcije u odnosu na njenu stvarnu raznolikost i diferencijaciju. U tom smislu ‘poštivanje’ indeksa slušanja istovjetno je s trgovackom senzibilnošću koja teži upravljati kulturom, dakle, i glazbom. Čine zato dobro oni muzikolozi koji ističu “*glazbeno istraživanje kao istraživanje o glazbenoj zajednici, o odnosu s njom*” – gdje “*odnos sa zajednicom*” ne označuje težnju k indeksu slušanja! Osim toga demistifikacija “*glazbenog spektakularizma,*” dobar za sve i na isti način: “*označuje ideološko razmišljanje*”, kaže nam Luigi **Pestalozza**, “*koji mistificira jednakost.*” To i jest bit svega, (osnovna činjenica).

Ono što je, još daleke 1969., talijanski sociolog, **Marino Livolsi**² napisao u uvodu zbirke tekstova i dokumenata „**Masovna komunikacija i kultura**“ ni dan danas ne gubi na aktualnosti: “*Pretpostavljeni otuđujući sadržaji masovne kulture nisu drugo nego li projekcije pravila nametnutih od strane društvenog sustava;*” “*Pretpostavljena se masifikacija protivi organizaciji društva u slojevima i razinama. Dakle, suvremena društva nisu stratificirana u klasama i slojevima, ali unutar svakog od njih postoji horizontalna diferencijacija isto toliko važna kao i ona vertikalna.*” Tom se poimanju može slobodno nadovezati ono što se od 60-tih nadalje smatra najmasovnjim kulturnim fenomenom mlađih generacija: moderna glazba (tj. proizvodnja i potrošnja, sa svim svojim ideološkim oznakama). Gdje se za svako škripanje, neugodnost u

1 Lotman, J., *Struktura umjetničkog teksta*, Zagreb, 2001.

2 Livolsi, Marino (Milano, 1937) talijanski je sociolog. „*Comunicazioni e cultura di massa. Testi e documenti*“, Hoepli 1969

sučeljavanju, osjeća potreba za ispravke, prilagodbe i kritike.

Odbaciti, dakle, danas kruti uzorak “*apokaliptično-integriranih*” ne znači jednostavno “*ne demonizirati*”, drugim riječima, “*nedemonizacija*” 80-tih godina prošlog stoljeća, zahtijeva jedno ozbiljnije produbljenje postojećih odnosa između ondašnje društvene artikulacije, tehnološko-industrijske proizvodnje i političkih putova sve više usmjerenih kontroli predmeta, u našem slučaju glazbe, čiji se daljnji razvoj zasigurno ne odvija na temelju nekakvog unaprijed konstruiranog, apstraktnog optimizma. Kad bi tako bilo, trebalo bi se vratiti svemu onome što je, sada daleke 1936. godine, **Walter Benjamin** pisao u svezi umjetničkog djela u razdoblju njezine tehničke reprodukcije i proizvodnje; a posebno samoj premisi onog eseja, gdje se na jasan način isticalo kako su se odozgo uvedeni pojmovi razlikovali od društveno postojećih po tome, “*što su bili posve beskorisni za potrebe fašizma.*”

Što se današnjice tiče treba istaknuti kako postoje dva aspekta razvoja suvremene glazbe. Jedan se odnosi na proces ekspanzije/širenja sredstava masovne kulture (ne zaboravljujući pritom da je jedna od središnjih osobina, što se medija tiče, zasigurno vrsta njezinog upravljanja: od jednine k množini). Naime, radi se o sredstvima koja, prema unutrašnjim pravilima tržišnih ciljeva, uviđaju i identificiraju prodajne referente ne obzirući se na kulturno uzvišenje ciljeve. Drugi aspekt uočljiv je u utvrđivanju različitih mogućnosti (ne alternativnih već ideoloških), kao proizvod svakodnevne konfrontacije s točno tržišno određenim situacijama. Jedan od bezbrojnih faktora je i faktor prodanih ulaznica tijekom koncerata.

Iz zapleta i u zapletu tih osobina razvoja proizlaze i polja istraživanja – radi se o teorijskim i praktičnim problemima koji su bitni za konfiguraciju same stvarnosti – u mobilnom i raznolikom obzoru: od uvođenja novih zvučnih materijala unutar proizvodnje i nadoknađivanju novih načina ponašanja u ritualu potrošnje; od obrane starih estetskih mjerila do modernizacije taktičkih upravljanja; kao i od epizodnog istraživanja tržišnih uspjeha do borbe za demokratsku transparentnost i slobodu djelovanja. Sve to neovisno o tome što se u nekim glazbenim područjima primjećuje snažno ideološko zakucavanje nekih konzervativnih struja muzikologa protiv, ne samo “*politike u glazbi*”, već i avangarde. Tim napadima beskorisno je odgovoriti s Brechtovom “*kulinarskom kritikom*” ili “*kritikom varijanata ili različitosti*”, tj. kušajući hranu reći: ovo da, ovo ne. S obzirom na to da kritika palatalne/nepčane reakcije služi samo kako bi se poboljšao mehanizam, tj. indeks slušanja, a takve kritike, naročito u novinama i u drugim medijima, ima na pretek, trebalo bi se vratiti na diskurs koji je načet u prvoj polovici 70-ih godina prošlog stoljeća, razvijajući decentralizirane i osnovne instance koje treba povezati s proizvodnim mogućnostima. Kako bi se to postiglo nije dovoljno prilagođavati se stvarnosti, što je svojstveno i nekim demokratskim organizacijama koje tvrde kako se mora “*poći od sadašnje razine potrošnje*”, jer, kako je **Walter Benjamin** u svoje vrijeme već dobro uočio: “*Mora se vidjeti da li se optimizam odnosi na sposobnost djelovanja klase ili okolnosti u kojima je klasa pozvana da djeluje.*”

2. Glazbeno slušanje

Poznato je kako je naša svakodnevnica okarakterizirana posrednim iskustvima, kao što je i slušanje glazbe. Ono se, u većini slučajeva, odvija posredstvom elektroničkih oprema i manje uz live nastupe. S pojavom elektroakustičke tehnologije glazbeno se uživanje iz koncertnih dvorana preselilo u sam dnevni boravak smještajući se tako u visoko personalizirano i svestrano područje sve savršenije rezonancije. Istovremeno i slušatelj je, što se tehnološke opreme tiče, postao sve zahtjevniji, zahvaljujući mnogobrojnim časopisima i katalozima za prave fanove glazbe, ali i sve profinjenijim reklamnim sloganima koji su, dok hvale iznimnu tehničku hi-fi kvalitetu, također i nositelji dodatnog terminološkog šarma: koji čini razliku. Zajednička osobina svim tim hi-fi tehnologijama je postizanje sve profinjenije kvalitete zvuka, naročito u njegovoj „čistoći“.

2. 1. Slušanje kao iskustvo čistoće zvuka

To je ono što, na primjer, Sony obećava sa svojim D9 (Dimenzija Koncerta) u vidu „čarobnosti koncerta doživljenog u prvom redu“. Da bi se utjelovio prestiž nastupa *live* prikazan je sam dirigent orkestra, nad kojim стоји natpis: „*Zvuk postaje glazba*“. Ono što se s tom metaforom želi istaknuti je kako se neobrađeni i nedovršeni zvuk, zahvaljujući Sony tehnologiji pretvara u savršenu glazbu: pročišćena i sadržajna kvalitetna, kao put ‘pravom’ slušanju. Dakle, bez onih neugodnih šuškanja koje doživljavamo kada se nalazimo u zadnjim redovima koncertnih dvorana. Svrha Boxer, Dance Music je „*savršen zvuk za rock i klasičnu glazbu*“. To je i težnja TV Think Loewea koja govori o „čistom slušanju“. No i Philips nam isto tako nudi „*najsavršeniju kvalitetu zvuka*“ posredstvom Dayton zvučnika. Ako želimo možemo se također približiti i samom „*vrhu zvuka*“ s Dire Straits, jer je to „*najbolji [koji] su odabrali najbolje*“ u pouzdanosti. Philips Car Stereo, parafrasirajući poznatu pjesmu talijanskog nobelovca za književnost **Salvatorea Quasimoda**, je „*zvučni stroj*“. Dok je autoradio Roadstar „*savršen po čistoći zvuka ... bez šuškanja i iskriviljavanja*“: moto je „*Otvori nove putove*“. U svim tim navedenim primjerima očito je kako se glazbi pridaje „*dislocirajuća*“ moć, odnosno sposobnost prenošenja slušatelja u daleke zemlje i kulture, s mogućnošću proživljavanja istinskih emocija, osjećaja. Phonola tako predstavlja nama strani svijet, prebacujući nas u daleku prošlosti, riječima: „*U početku bijaše svjetlo ... a onda zvuk*“. Pružajući nam, dakle, onu ugodnost glazbenog i zvučnog savršenstva koju zamišljamo, maštom, da je postojala u praiskonsko doba kada su se elementi nalazili u svom, civilizacijski nekontaminiranom stanju čistoće. To je i svrha Blaupunkta, koji „*nikad neće prestati da nas zadihvjuje i uzbudjuje s čistoćom zvuka*“.

Dalje: i Denon, Yamaha i Marantz propagiraju čistoću zvuka pazeći na njezine „nijanse“. Promatrajući, dakle, čistoću zvuka kroz povećalo ono je fokusirano i na najmanje varijacije. No, sasvim je nešto drugo slušati „*Blue Bird*“ s Denon, koji na površinu zvuka izvlači sve njegove „*boje*“, i „*glazbene tonove*“, na taj način „*glazba se pretvara u boju*“. Yamahin je cilj ponovno nas

educirati slušanju nudeći nam zavidno iskustvo koncentracije i izoliranosti od sveopće kaotičnosti svijeta i to riječima: „*Ne dopustite da vas uznemiravaju dok otkrivate totalnu čistoću zvuka ... savršenu reprodukciju svih nijansi glazbe*“. Dok „*Tko ima uši da čuje/shvati*“ ima povjerenja samo u Marantz, jer „*Tko prepoznaе različite vrste leptira po šuštanju krila*“, tko „*razlikuje modele od škripanja pera*“: ima pozorno uho, odgojeno na diskriminaciju zvučnih čimbenika, i to u najsuptilnijim i nezapaženim finesama, tj. tko ima uho za „*nijanse*“. Ponovno je Sony taj koji nam obećava neometano slušanje od bilo kakvog šuštanja i drugih nezgoda riječima: „*Kraj kaosa*“, ili „*Sony je očistio nebo*“, ili „*Sony zahvaljuje i uklanja smetnju/buku*“, ili „*Sony ne dopušta nikakvo ometanje*“. Ako Pioneer održava glazbenu čistoću, „*Philips Car Disc ... [je] oslobođa...*“ Izrazi kao što su ovi jesu pokazatelji suvremene radiofonske stvarnosti, obilježene kaotičnim i burnim povezivanjem radijskih postaja, kao i “*zvučnog pekmeza*” koji nas danonoćno bombardira i osjetilno otupljuje. To **R. Murray Schafer**³, dobro uočava i prikazuje kada nebo definira „*veliku septičku jamu zvukova*“.⁴

To se pitanje o čistoći zvuka neizbjježno javlja u terminu „*akustične ekologije*“. Sony je to iskoristio pri uporabi “*čistača zvuka*” koji se uključuje u autoradija, promičući „*čisto i upečatljivo slušanje odabranog signala*“, obnavljajući percepciju lika – pozadine. Radi se, dakle, o tematici preuzetoj iz Schaferove pojmovne teoretizacije „*čistog sluha*“ i „*čistog uha*“.⁵ Sony očito zna puno toga i o audiočišćenju, budući da se promovirajući “*akustični dizajn*” drži formulacije gore spomenutog kanadskog muzikologa. Krajnji rezultat trebao bi biti kvalitativno poboljšanje slušanja, i to prijelazom od sadašnje „*dimenzije lo-fi*“ na „*hi-fi*“.⁶ Na taj način, moguće je, smatra Sony, povratiti poremećeni “*red u radiofonskom svemiru*” i tako ponovno, „*ugledati zvijezde*“. Ovdje se na relevantan način primjećuje povezanost s antičkim i poznatim pitagorinim poimanjem glazbe kao modelom svemirske harmonije ili glazbene sfere. Naime, radi se o povezanosti s praiskonskom čistoćom zvuka gdje se zvijezde pojavljuju u liku glazbenih „*komada*“. No, treba ipak reći kako se ovdje, iako na idealnoj razini, ipak radi o pokušaju da se dostigne stanje svjesnog slušanja, što racionalnijeg iskustva slušanja.

2. 2. Tehnološka glazba

Vidljivo je da su u suvremeno doba sve ljudske aktivnosti tijesno povezane s tehnologijom, dakle i glazbom. Tako nam na primjer: Personal IBM omogućava da „*naučimo jezik glazbe, stvaramo, snimamo, slušamo, miksamo, modificiramo i još mnoge druge stvari*“. Taj se susret između

3 Schafer, Raymond Murray (1933) Kanadski je skladatelj i pisac. Naročito poznat zbog World Soundscape Project - k jeg je stvorio u šezdesetim godinama prošlog stoljeća kako bi promovirao novu ekologiju zvuka, osjetljivu na rastuće probleme akustičnog zagadenja - zahvaljujući tekstu *Tuning of the World* (1977).

4 Schafer, R. Murray, *Il paesaggio sonoro*, Ricordi Unicopli 1985, p. 124; *The Tuning of the World*, Toronto, McClelland and Stewardt Limited 1977 – New York, Alfred A. Knopf, Inc. 1977.

5 Isto, str. 369-370.

6 U istraživanju glazbenog pejzaža definira se lo-fi okruženje “*ono okruženje u kojem su signali tako mnogobrojni da se preklapaju, s rezultatom nedostatka jasnoće i prisutnosti maskiranih učinaka*”. Nasuprot tome, „*hi-fi okruženje, je ono okruženje u kojem se zvukovi mogu jasno čuti, bez istiskivanja ili maskiranja učinaka*”, isto, str. 371.

glazbe i tehnologije može odvijati u različitim vremenima i razinama: primjer je elektroničko slušanje, no zanimljiva je i mogućnost skladanja.

Sve smo više svjedoci pluralizmu kultura, i to naročito posredstvom masovnih medija. Masovni mediji prvi stvaraju suvremeno glazbeno ‘globalno selo’ koje podrazumijeva sudjelovanje prirodnih i neprirodnih zvukova, u multikulturalnom melanžu. Zahvaljujući obradi svih njegovih parametara, zvuk širi svoj utjecaj. Možete tako “*sastaviti*” skladan zvuk, i to sa širokim i bogatim kreativnim mogućnostima, bez potrebe prolaženja kroz dugotrajnu, strogu i rigoroznu akademsku glazbenu pismenost; no može se preferirati i slobodno, neposredno glazbeno sudjelovanje. Radi se o sasvim novom načinu odnošenja prema glazbenoj dimenziji posredstvom sve savršenije tehnologije: to nam dopušta stvaranje vlastite glazbe; kao i njezino korištenje i prilagodba vremena izvođenja. Sve svestranije računalo suvremenom pojedincu omogućuje novi “*amaterizam*”, u obliku glazbenog sastavljanja kojeg možemo definirati hobijem. Očito je kako se danas nalazimo na pragu jedne „*nove renesanse u ime divlje pljačke, recikliranja i ars combinatorica*. Radi se o pokretu koji polazi odozdo, a to znači da njegovo mjesto stvaranja, njegov ‘glazbeni studio’ svoje mjesto nalazi u vlastitom stanu i ulici, gdje novi “*Faustusovi i Paracelsusi*” potvrđuju vlastitu vjerodostojnjost (street credibility).”⁷ Tvorci nove glazbe jesu skladatelji kao što su Brian Eno, Vangelis i Peter Gabriel, Jean-Michel Jarre, itd. Oni stvaraju glazbu koja će kasnije biti poznata ne kao „glazba sfere“ već kao filmska „epic music“.

3. Filozofija filma⁸

Teško je danas zamisliti život bez filmova. Medij filma ima ogromnu moć u komunikaciji s publikom. U filmovima prepoznajemo svoja vjerovanja, želje, strahove, pa čak i svoj identitet. Kada gledamo film, mi zapravo “čitamo” poruke s ekrana koje nam redatelj šalje. Kao što svaki redatelj ima svoj određeni stil i način pričanja priče, tako i svatko od nas percipira film individualno na više nivoa – vizualno, intelektualno, emocionalno. Filmovi se, dakle, mogu interpretirati na razne načine pa i filozofski analizirati.

Filozofija filma se, s jedne strane, preklapa s teorijom filma, međutim, njihov predmet istraživanja je donekle drugačiji. Filozofija filma počela se sistematicnije razvijati u posljednjim desetljećima nakon što je porasla svijest o kulturnoj ulozi filma. Kao disciplina širila se paralelno s utjecajem filma i medija u svakodnevnom životu. Filozofima se stoga nametnula potreba da film promatraju ne samo kao umjetnički i društveni fenomen, nego da u njemu i analiziraju i interpretiraju određene filozofske teme. Na svoj način film posjeduje oruđe kojim propituje i analizira pojave svijeta i života. Stoga, film i filozofija imaju dodirnih točaka i zajedničkih ciljeva poput pronalaženja i shvaćanja bitka u stvarnosti. Kada gledamo film, pobuđuje se zanimanje, potiče se osobno mišljenje, izgrađuje se vlastiti

7 Prato, P., *Estetica del campionamento e bricolage elettronico*, u «*Estetica News*», br. 2, kolovoz 1988, str. 4.

8 U ovom poglavlju analizirat će se odnos između filozofije i filma, što o filmu govore filozofi i teoretičari filma, potom je li film umjetnost, odnosno, može li svaki film biti umjetnost. Nadalje, biti će govora o emocijama, strastima i mašti koje film potiče, te o tome zašto se ljudi poistovjećuju s glumcima, tj. filmskim likovima.

stav, vlastita filozofija. Film je tako dobar primjer kako filozofija ne mora biti samo čitanje knjiga i promišljanje pročitanog, već može biti izražena na mnogo načina. Ipak, neki smatraju da se ovim stajalištem filmu pridaje previše moći te film smatraju samo medijem pomoću kojeg se ilustriraju filozofske ideje.⁹ No, u zadnje vrijeme, često se snimaju filmovi koji su po svojoj strukturi oblikovani tako da u publici pobude određena filozofska pitanja. Obraduju teme poput stvarnosti, imaginacije, dobra i zla, znanja, skepticizma itd. Kod takvih filmova postoji potreba za ponovnim gledanjem, analiziranjem fabule i filmskih postupaka.¹⁰ Može se reći kakoigrani ili još više dokumentarni filmovi sve više aktualiziraju etičke, estetičke, ontološke probleme današnjeg svijeta. Granice filozofije i filma postale su vrlo propusne, te se ove discipline međusobno prožimaju, inspiriraju i motiviraju.

Sami filozofi, posebno oni koji rade na estetici i filozofiji umjetnosti, bili su zainteresirani za film otkako on postoji. Filmom su se bavili primjerice **Cavell, Deleuze, Adorno, Baudrillard** i drugi. Iako je njihova interpretacija različita, svi se oni pitaju kako film može doprinijeti filozofiji, kako se može proširiti razumijevanje filozofije ako se nadilaze pisane i izgovorene riječi.¹¹ Naime, postoje filmovi koji su čista filozofija samo prikazana slikom, a ne opisana riječima. Primjer za to je i prvi dio filmske trilogije „*Matrix*“ koji se često koristio za pokazivanje skeptičnih argumenata o prirodi naših percepcija te stvarnosti vanjskog svijeta.

Unatoč postojanju takvih filmova, neki su filozofi smatrali da filmovi mogu imati najviše heurističku ili pedagošku funkciju u odnosu na filozofiju. Navodili su i kako postoje jasne granice onoga što filmovi mogu postići filozofski. S druge strane, **Thomas Wartenberg** je tvrdio kako se film može koristiti kao misaoni i estetski eksperiment.¹² Ipak, filozofi sve više gledaju na film ne samo kao na ilustraciju filozofskih ideja, nego i kao na napredovanje filozofskih pogleda. Važno je napomenuti **Hugu Munsterberga** koji je najranije istraživao filozofska pitanja u vezi s filmom. Bavio se problemom gledateljeve recepcije filma. Smatrao je da film ne postoji ni na filmskoj traci, ni na ekranu već samo u ljudskom duhu (jer kao medij imitira njegove mehanizme).¹³ Nadalje, tijekom ere nijemog filma, nastojao je shvatiti po čemu se film razlikuje od kazališta. Došao je do zaključka kako korištenje krupnih planova, flashbackova i raznih promjena, čini jedinstvenu prirodu filma.

Film je auditivan i vizualan doživljaj na osjetilnoj, osjećajnoj i duhovno-umnoj razini. Razvija spoznajne mogućnosti te proširuje opće i filozofsko znanje. Dakle, on je svojevrstan poticaj na promišljanje.¹⁴ Kao umjetničko djelo, jedan je od nebrojenih načina izlaganja čovjekovog iskustva, jedan od mnoštva načina obistinjenja filozofije.¹⁵ Uz to, dijeli jedno bitno obilježje s filozofijom – isti je za sve. Svi ga mogu posjedovati jer on ne mijenja prirodu bez obzira na to koliko ga je ljudi pogledalo. Njegova reprodukcija ne vrijedi manje od originala, jer je njegov original već sam po sebi kopija. On je cjenjeniji

9 <http://www.hrfd.hr/ii/dokumenti/06%20Skerbic.pdf>

10 https://www.ffri.hr/-furiia/film_filozofia.html

11 <http://www.philosohypress.co.uk/?p=1366>

12 <http://plato.stanford.edu/entries/film/>

13 Žak Omon, Alen Bergala, Mišel Mari, Mark Verne, *Estetika filma*, Clio, Beograd, 2006., str. 206.-207.

14 <http://wvvv.hrfd.hr/u/dokumenti/06%20Skerbic.pdf>

15 Marinković, Josip, *Metodika nastave filozofije*, Školska knjiga, Zagreb, 1990., str. 44.

što ga dijeli više ljudi.¹⁶

Film se doima sposobnijim dotaknuti veći broj ljudi. Rečenica pak živi samo kroz čitatelja koji se trudi međusobno povezati riječi, kod filma veza između slika radi se automatski, kao kad bi se stranice knjige okretale posve same. Na taj način mase kao da automatizirano misle, pa se može reći da film ima svojstvo propagande.¹⁷ Isto tako, filmski ekran je sam po sebi neka vrsta reklamnog izloga, samo još efikasnija, jer mu nije dovoljno da nam pokaže neke poželjne predmete, nego ih još i stavlja u situaciju, pokazujući nam bića slična nama koja ih upravo žele.¹⁸ Zbog svoje sugestivne moći, može se reći da je film politika. Također, on je i društveni fenomen jer pobuđuje emocije među gledateljima. Stoga, film možemo interpretirati kao masovno-komunikacijski, masovno-društveni i politički fenomen.¹⁹

3. 1. Je li film umjetnost?

Pitanje je li film umjetnost može biti od temeljne važnosti za filozofiju filma. Ako na to odgovorimo laički, onda ćemo reći da je film umjetnost ukoliko je originalan. Suprotno, ako je dio serijske proizvodnje (rađen po kalupu akcijskih filmova, sladunjavih romantičkih komedija i slično) onda je industrija. U doba hiperprodukcije svega, tržište diktira sve, pa i umjetnost. Stoga i filmski kod mora biti pojednostavljen, težiti jednostavnoj naraciji, efektnim podražajima, dopadljivosti, na štetu stvaranja i razvijanja novih pitanja. Fikcija se industrijalizirala te zbog troškova koje proizvodi, ujedno i omasovila. Naime, film teži univerzalnosti i da bi se nastavio proizvoditi, mora doprijeti do što više ljudi.²⁰ No, važno je napomenuti da ovdje nije pitanje jesu li zapravo svi filmovi umjetnost, nego mogu li neki filmovi biti umjetnost. Oni koji su odgovorili negativno, uglavnom su tvrdili da film nije umjetnost zbog njegove fotografiske, tj. mehaničke prirode.²¹ Naime, za umjetnost je nužan preduvjet čin izražavanja misli, a stroj ne izražava misli. Slikari s druge strane mogu izraziti svoje misli kroz svoje djelo i mogu nacrtati stvari koje ne postoje, dok su fotografije transparentne.

Isto tako, postavlja se pitanje kontrole umjetnika nad onime što rade. Slikari s jedne strane mogu nacrtati nešto imaginarno, dok fotografi mogu fotografirati samo ono što se pojavljuje pred kamerom. Fotoaparat bilježi sve što je pred objektivom, bez obzira na to je li fotograf svjestan toga ili ne. Dakle, fotograf je na neki način vezan za ograničenja stvarnosti i ne može imati potpunu kontrolu nad onime što fotografira.

Nadalje, kada se govori o umjetnosti, ona treba biti sposobna za održavanje naših estetskih interesa. No, kad se pokazuje interes za fotografije (npr. voljene osobe), naš je interes usmjeren na ono što nam pokazuje, a ne na samu fotografiju. Tu se može povući paralela s ogledalom kod kojeg nas zanima samo objekt, a ne samo ogledalo. Ogledala ne izražavaju misli o nama, pa onda fotografija

16 Pourriol, Ollivier, *Filmozofija*, Meandarmedia, Zagreb, 2010., str. 224.-225.

17 Isto, str. 229.

18 Isto, str. 208.

19 Mikić, Krešimir, *Film u nastavi medijske kulture*, Educa, Zagreb, 2001., str. 16.

20 Pourriol, O., Isto, str. 72.

21 <http://www.filmandphilosophy.com/filmosophy/philosophy of film/Entries/2011/1/20 Class 02%3A Film and Art.html>

nije ništa drugo nego mehanički način snimanja i isporuka pojave. No, ako gledamo primjerice film „***Modern times***”, mimika **Charlieja Chaplina** pred kamerom pobuđuje naš estetski interes. Film je u tom smislu samo snimanje kroz koje ćemo vidjeti umjetničko djelo, a ne umjetničko djelo u vlastitom pravu. Ali, s tog gledišta, fotografsko snimanje je u biti djelo dramske umjetnosti, stoga se ipak ne može reći da film nije umjetnost.²² Dapače, film kao takav objedinjuje mnoge umjetnosti. Tako je od kazališta posudio književni predložak (filmski scenarij), fabularnu strukturu, scenografiju i glumu; od opere i baleta preuzeo je pokret i glazbu; od književnosti tehniku naracije; a od fotografije i slikarstva izražajnost planova i kompozicije.²³

Da je film umjetnost smatrali su i realisti. Smatrali su da je kinoekran jednak platnu, a redatelja su poistovjećivali sa slikarom. Tvrđili su da zaslon nije na platnu, nego je to prozor u svijet. Jedan od najpoznatijih zagovornika realizma bio je **Andre Bazin**. Film je po njemu reprodukcija stvarnosti.²⁴ Zbog svoje osnove u fotografiji, film je realan medij koji dozvoljava gledateljima da zapravo vide objekte koji se pojavljuju na zaslonu. No, pojava digitalnih tehnologija za oblikovanje slika poljuljala je ovo gledište.²⁵

Kada govorimo o znanosti i tehnologiji, one su napredovale do tog stupnja da je danas moguće načiniti kopije identične originalima. Možemo klonirati životinje, „pržiti“ CD-ove i DVD-ove, stoga nema razlike između kopije i originala. **Baudrillard** u svom djelu „***Simulakrum i simulacija***“ ovo naziva simulacijom. Simulacija najbolje funkcioniра u masovnim medijima, koji reproduciraju stvarnost na način da nema razlike između stvarnog i lažnog. Granica između iluzije (simulacije) i stvarnosti nestaje, a time nestaje sama suština i iskustvo stvarnoga. Ponavljanje stvarnih slika, tj. stvarnosti u filmu, postalo je na neki način „stvarnije“ od same stvarnosti.²⁶

22 http://www.filmandphilosophy.com/filmosophy/philosophy_of_film/Entries/2Q_11/1/20_Class_02%3A_Film_and_Art.html

23 **Mikić, K.**, Isto, str. 24.

24 http://www.filmandphilosophy.com/filmosophy/philosophy_of_film/Entries/2011/1/27_Class_03%3A_Cinematic_Realism.html

25 <http://plato.stanford.edu/entries/film/>

26 **Greene, Richard & Mohamad, K. Silem**, (gl. ur.), ***Quentin Tarantino i filozofija***, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2010., str. 30.-31.

3. 2. O počecima filmske kritike: Ricciotto Canudo²⁷

Mnogo je godina prošlo otkada je talijanski i svjetski pionir teorije filma (posebno u Francuskoj), **Ricciotto Canudo**, kategorizirajući umjetnost uključio i film, kao šestu, a naknadno kao sedmu umjetnost. Dakle, na samom vrhu kronološkog razvoja (ne u smislu hijerarhijskog uređivanja). I to u obliku „vrhunskog pomirenja, ne samo između Znanosti i Umjetnosti, već i medu Ritmova Prostora (u Likovnim Umjetnostima) i Ritmova Vremena (Glazba i Poezija).“

Treba međutim istaknuti kako nisu svi kritičari onog povjesno burnog vremena dijelili oduševljenje **Canudovom** vizijom prema toj novoj umjetnosti. Dovoljno je ovdje prisjetiti se **Gyorgya Lukacs**, koji je, daleke 1913. filmski žanr smatrao “mjestom propadanja velike kulture.” Ukratko: razlog njegovog negativnog stava – stav koji je na svu sreću, barem što se mene tiče, diskvalificiran s pojmom zvuka – striktno povezan s motivacijom nedostataka zvučnosti. „Film”, kaže Lukacs, “prikazuje djelovanja kao takva, a ne njezine motive i značenja, likovi na ekranu se kreću, ali oni nemaju dušu, i ono što se njima događa je puka pojava, a ne soubina. To je razlog zbog čega su scene filma nijeme. Nedostatak tehnike samo je prividan uzrok: izgovorena riječ, zvuk kao izraz pojma, pokretač je soubine; a samo u njoj i kroz nju ostvaruje se sukladan psihološki kontinuitet dramskog bića.“ No **Canudo**, u jednom od svojih eseja o filmu (1911.)²⁸ piše kako „U filmu je sve napravljeno kako bi se pažnja zadržala u svom naponu, kao da lebdi, kako ne bi došlo do popuštanja pažnje koju gledateljev um drži prikovanim na animirano platno. Brzo djelovanje, koje se ovdje potvrđuje s monstruoznom preciznošću, kao na satu sa slikama, uzbuduje modernu publiku koja je navikla živjeti što je moguće brže. ‘Pravi’ je život dakle zastupljen u svojoj kvintesenciji, stiliziran u svojoj brzini.“ Kako bi još efikasnije potencirali, usmjerili i zadržavali pažnju i emotivno sudjelovanje – pri tom ne ulazeći ovdje u ondašnji debakl, koji se odvijao u doba nastanka nijemog filma, vezan uz identitet te nove umjetnosti – uvedena je i glazbena pratična, koja je iz trenutka u trenutak argumentirala i isticala razne tematske varijacije koje su se odvijale na filmskom platnu: brzina događaja, sporost strastvenog ili bolnog trenutka, i tako dalje. No, treba također reći kako se prisutnost glazbene podloge može objasniti i kao potreba pokrivanja buke oko kinoaparature. Iznosimo zanimljivu rečenicu, preuzetu iz Canudovog teksta, koja nam otkriva i prikazuje iskustvo publike onog vremena. „Moderna publika“, kaže nam **Canudo**, „divna je ‘apstrakcija’ jer zna uživati u najapsolutnijim egzistencijalnim apstrakcijama. Primjerice, u kinu Olimpija bilo je moguće vidjeti publiku koja grčevito plješće fonografu koji se nalazio na pozornici, ukrašen cvijećem

27 **Canudo, Ricciotto**, talijanski novinar i pisac (Bari 1877 - Pariz 1923). Nemiran i eklektičan duh, studirao orijentalne jezike u Firenci, a u Rimu teozofiju, emigrirao vrlo mlad u Francusku. Postao je podupiratelj avangardnog filma, a 1911. počeo je pisati i eseje o filmskoj teoriji, koji će naknadno izaći i kao knjiga (*L'usine aux images*, 1927), zbog čega je smaran začetnikom, pionirom estetike filma. Canudo je film nazvao “sedma umjetnost”, budući da se radi o plastičnoj umjetnosti, koja, kao umjetnost u pokretu, u sebi sumira sve umjetnosti. Iz tih je razloga i smaran jednim od začetnika, pionira fotografске slike u filmu kao i problematike filmske estetike u cijelini.

28 Za svoj pionirski eseji „Naissance de sixième art. Essai sur le cinématographe“ (koji je publiciran u „Les entretiens idéalistes“, 25 octobre 1911), Jean Epstein će ga (u „Le cinématographe vu de l'Etna“, 1926) proglašiti utemeljitelja estetike filma.

i čija je truba od svjetlučavog bakra upravo završila svirati ljubavni duet ... Stroj je pobijedio, publika je pljeskala fantomskom zvuku glumca, daleki ili mrtvi. S takvim duhom gledatelji idu u kino-dvorane.“

3. 3. Film i emocije

Zašto je kino tako zanimljivo i što je tako privlačno u filmu? Dobar dio popularnosti zapravo leži u emocijama koje izazivaju. Ustvari, mnogi filmski žanrovi dobili su imena samih osjećaja koja se nadaju da će, taj žanr, dozvati, kao na primjer, horor, romantična priča, triler itd. Također, u filmu se sadržaji personaliziraju i povezuju s konkretnim ljudskim sudbinama. S jedne strane, treba razlikovati refleksivne emocije poput straha, kad se uplašimo od buke ili brzog kretanja slike. S druge strane, tzv. kognitivna teorija emocija uključuje vjerovanje da je nešto, primjerice, štetno. No, kako to da možemo osjetiti emocije u odnosu na likove i događaje za koje znamo da su izmišljeni? Zašto želimo doživjeti tugu ili strah u filmu kada ćemo, ustvari, provesti najveći dio svog života pokušavajući izbjegći takve emocije? To je poznato kao paradoks fikcije.²⁹ Budući da su filmski likovi izmišljeni, njihove sudbine ne bi nas se trebale ticati, jer to nije isto kao i sa sudbinama stvarnih ljudi. Unatoč tome, mi se emotivno uključujemo i brinemo se što se događa s nekim imaginarnim bićima u filmu. Iako su možda ti likovi idealizirani (ljepši, hrabriji, snalažljiviji nego bilo koje stvarno ljudsko biće), gledatelji se često vežu za njih jer su se zapravo identificirali s njima. Jednom kada vidimo njihove karaktere kao verziju sebe, njihova je sudbina “naša stvar”. Čak i ako se nismo poistovjetili s nekim likovima, postoje emocionalne reakcije na te likove.³⁰

Djeca su posebno fascinirana televizijom, jer na taj način djelomično zadovoljavaju svoju znatiželju, potrebu za otkrivanjem svijeta koji ih okružuje, ali i njih samih. Često se poistovjećuju sa superjunacima u koje projiciraju svoje želje i snove, te preko njih preispituju sebe i svoju viziju budućnosti.³¹

O raznim vrstama identifikacije govorili su psiholozi poput **Sigmunda Freuda te Jacquesa Lacana**. Ako parafraziramo **Lacana**, na primjer, u sceni nasilja gledatelj će se istovremeno identificirati i s nasilnikom (sadističkim zadovoljstvom) i sa žrtvom (osjećajući strah). **Lacan** smatra da premještamo identifikaciju tijekom filma, iako gledatelji često nisu u stanju sami себi to priznati.³²

U teoriji filma postoji termin „ontološka autentičnost“. Njime se označava specifična priroda filma, kada gledatelji prihvataju film kao objektivan svijet i identificiraju se na psiho-fiziološkom planu. Ontološka autentičnost se može pojačati zvukom, bojom, širokim planom i trodimenzionalnošću. To sve djeluje na gledateljevu percepciju stvarnosti, tj. potiče iluziju, prizor postaje istinit i identičan

29 http://www.filmandphilosophy.com/filmphilosophy/philosophyoffilm/Entries/2011/2/10 Class 05%3A Film and_Emotion.html

30 <http://plato.stanford.edu/entries/film/>

31 Mikić, K., Isto, str. 250.-252.

32 Omon, Ž. - Bergala, A. - Mari, M. - Verne, M., isto, str. 248.

sa životnim zbivanjem. Takva „realističnost“ može se postići prije svega u dokumentarnom filmu, a zatim u narativnom filmu s realističnim prikazom stvarnosti.³³ Film se čini vrlo moćnim sredstvom izazivanja predodžaba, čak i u kinestezijском smislu. Naime, kad uživljeno gledamo junaka kako se muči održati na nekoj litici planine, imat ćemo snažne reakcije, pa je moguće da čak osjetimo vrtoglavicu i mučninu.³⁴ Važno je stoga naglasiti filmske mogućnosti izobličenja, odnosno uvećavanja jednih predmeta, a smanjivanja drugih. Ono što filmu omogućuje da funkcioniра kao simulator jest fenomen poistovjećivanja, zahvaljujući kojem se gledatelj može staviti u poziciju glumca ne napuštajući svoju.³⁵

Zanimljivo je kad **Rousseau** kaže da se za malo stvarnih ljudi može reći da su čovječni jer bolju predodžbu o čovječanstvu dobivamo u kontaktu s idejama nego u kontaktu s bližnjima. Naime, čini se da se gledatelj pokazuje čovječnjim tijekom gledanja filma nego u stvarnom životu. Lakše pusti suzu nad nečim fiktivno sličnim, nego nad svojim bližnjim od krvi i mesa.³⁶ Takvo stanje ne čudi jer je film moćan medij. On nas poziva da ga doživimo i razumijemo na način kao da se govori o nama.³⁷

3. 4. Paradoks filmskog glumca

Spinoza u svom glavnem djelu „*Etika* ...“ govori o tzv. afekcijama tijela. Sve što se događa u tijelu događa se i u duhu. Dok se sluša glazba ili gleda film, dolazi do promjena, afekcija u tijelu, koje mogu biti dobre ili loše za nas.³⁸ Da bi se stvorila identifikacija s filmom, dovoljno je pokazati „nešto slično nama“ obuzeto osjećajem. Po tom pitanju, film ima izravniji učinak od primjerice pisane fikcije, jer je učinak „sličnog“ u njemu snažniji te se mašta lakše i življe podraži.³⁹ Na primjer: ako vidimo čovjeka kojega tuku, automatski ćemo stati na njegovu stranu. Odmah ga volimo, a mrzimo onoga koji ga napada. Ako se na koncu obrne situacija, bit ćemo zadovoljni zbog tog obrata, kao i lik iz filma.

Spinoza nam omogućuje da shvatimo paradokse filmskoga glumca. Glumac naime ne treba osjećati strasti da bismo ih mi osjećali. Uz to kaže kako više vrijedi glumac koji još nije poznat, jer je dovoljna „neka nama slična stvar za koju nismo obuzeti nikavom strašću“. Naime, glumac kojeg smo već vidjeli u nekoj drugoj ulozi više nije neutralan jer smo već ili voljeli ili mrzili njegov prijašnji lik, stoga će to izmijeniti čistoću fikcije. Zato su neki redatelji u svojim filmovima uloge davali samo nepoznatima.⁴⁰

Talijanski redatelj **Vittorio de Sica** je u svom filmu „*Kradljivci bicikla*“ išao i dalje od toga. Dao

33 Turković, Hrvoje, *Razumijevanje filma (ogledi iz teorije filma)*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb, 1988., str. 175.

34 Isto, str. 185.

35 Pourriol, O., Isto, str. 120.

36 Isto, str. 205.

37 Isto, str. 104.

38 Isto, str. 15 L-15

39 Isto, str. 201.

40 Isto, str. 202.

je glavnu ulogu čovjeku s ulice, potpunom amateru, kako bi dobio na realnosti.⁴¹ Što se tiče samih zvijezda filma, one su ujedno beskrajno drugačije od nas i beskrajno slične nama. Paradoks je da se mogu uzdići iznad svih nas samo ako se svatko s njima poistovjećuje. Nadalje, glumci se prilagođavaju svojim ulogama i najčešće se nastoje stopiti sa svojim likom. No, ako su slavnici, uzalud se šminkaju ili maskiraju, jer znamo da se radi o njima. Filmski zlikovci prirastu nam srcu jedino kad ih tumače glumci koje volimo. Vrijedi i obratno, nećemo se moći vezati za lik, ma koliko bio drag, ako ga tumači glumac kojeg ne simpatiziramo. To isto govori i Spinoza kad kaže kako je dovoljno da zamislimo da nešto „ima neku sličnost s objektom“ da bismo to voljeli ili prezirali.⁴²

3. 5. O strastima i razbuktavanju mašte

Može se reći da je film apstraktna umjetnost. Naime, kao što geometar misli u apstraktnim likovima i film nam pokazuje likove koji omogućuju da izmjerimo i ocijenimo naše živote.⁴³ Ono što je svojstveno filmu je to da njime možemo testirati strasti i osjećaje koje nam je inače nemoguće osjetiti. Fikcija nam daje ideje kojima isprobavamo drugi život ili drugi način egzistencije. Kad vidimo da je nešto što nam sliči pogodeno nekom strašcu, ista strast obuzme i nas.⁴⁴ Stoga nas film može učiti vladati našim strastima tako što ih proživljavamo posredstvom glumaca.⁴⁵ Isto tako, film nas može potaknuti da osjetimo strasti, ponekad tako jake da nam mogu vratiti želju za životom.⁴⁶ No, pravilna primjena je samo ona kada znamo da je riječ o prividu. Gledati film ne znači tek pobjeći iz stvarnosti i zadovoljiti se time, nego brinuti se na neki način o sebi odvraćajući pažnju od tužnih strasti.⁴⁷

Postavljamo si pitanje, je li opasno film gledati kao „nešto slično nama“? Zar nije tuga zarazna? Isto tako, nije li gledatelj primjerice „Kluba boraca“ u iskušenju da ne napadne nekoga na izlazu iz kina ili da si ispali metak u glavu kao žrtva vlastite mašte? Pogledati film, nije li to u neku ruku ravno samoubojstvu?⁴⁸ Svakako, nasilje u filmu može biti odgovorno za nasilne postupke u stvarnosti. Mi često imitiramo i dijelimo osjećaje nečega sličnog nama na ekranu. No, postoji i obrnut slučaj, kada primjerice imaginarno putovanje do ruba nasilja, izlječi nekoga od vlastite nasilnosti. Terapeutski učinak nasilja teorijski je proučavao i sam **Aristotel**. Smatrao je da strah i samilost omogućavaju gledatelju da se pročisti od svojih strasti te da doživi katarzu.⁴⁹ Ipak, treba imati na umu, da su se u to doba kazališne predstave održavale rijetko. Može se reći da su tužne strasti loše za zdravlje ako im se izlažemo prečesto i previše. Kada govorimo o mašti, treba reći da što više ideja imamo u glavi to smo bogatiji. Kada sanjamo nedostaju dvije stvari koje film posjeduje, a to je svijest o tome da

41 <http://www.art-kino.org/film-arhiva/kraljicibicikla>

42 Pourriol, O., isto, str. 204.

43 Isto, str. 27.

44 Isto, str. 205.-207.

45 Isto, str. 131.

46 Isto, str. 125.-126.

47 Isto, str. 130.

48 Isto, str. 259.

49 Isto, str. 261.

san nije stvaran i mogućnost odabira svog sadržaja. Tom tvrdnjom **Spinoza** je u biti dokazao nužnost filma. Ako smo svjesni da ono o čemu maštamo ne postoji i da se radi samo o idejama, time se obogaćujemo, što je slučaj i s gledateljima filma. Dakle, pretpostavka po kojoj filmsko nasilje dovodi do stvarnog nasilja ne стоји. Tada govorimo o očitoj slabosti duha, nesposobnosti da se razluči fikcija od stvarnosti.⁵⁰ Nadalje, u „**Umjetničkom djelu u razdoblju tehničke reprodukcije**“ već spomenuti njemački filozof **Walter Benjamin** razvio je ideju da je film svojevrstan simulator koji nam omogućuje da naučimo rastreseno i neizravno opažati sve brže i brže mehaničke pokrete.⁵¹ Moglo bi se reći da filmovi uvježbavaju gledatelja za nove tipove percepcije i svojevrsna su škola pozornosti.⁵² Često idemo u kino kako bi se opustili i “ispraznili glavu”.

4. Glazba u filmu

4. 1. Glazba nijemih filmova⁵³

Radi se o pojmovnom protuslovju govoriti o nekakvoj glazbi koja udovoljava potrebama nijemog filma. Ipak, postojala je glazbe i za takve filmove kao sklop između tradicionalnog kazališta „*uživo*“ i novog oblika zabave koju je trebalo zamisliti, proučavati i nadopuniti. U tom smislu glazba je bila neka vrsta ‘pupčane vrpce’ koja je vezivala modernu filmsku umjetnost s prošlošću predstavljajući njihov najizravniji kontakt. Taj je *live* nastup bio prisutan u svim kinodvoranama u kojima je pjanist imao ulogu da glazbom prati radnju koja se odvijala na platnu.

Iako ovdje nije moguće povući cijelokupnu povijest glazbene produkcije nijemog filma mora se ipak istaći kako se sama skladbena struktura uveliko promijenila tijekom vremena, i to naročito prelaskom iz kratkometražnog u srednjometražni i na kraju dugometražni film, kao što je do velikih razlika došlo i u rasponu odsviranih tema: od zabavne i radosne kao one **Macka Sennetta** i velikih američkih komičara (**Bena Turpina, Harryja Langdona, Maxa Lindera, Charlieja Chaplina, Harolda Lloyda, Bustera Keatona**, itd..), u kojima je glazbena pratnja morala naglašavati potjeru i nevjerojatne akrobacije samih glumaca; do dramskih filmova kao što su Griffithovi, za koje je zadatak glazbe bio naglasiti patnju i muke glavnih junaka. *“Potreba za, tako reći, glazbom svjesne svoje uloge, počinje se osjećati samo počevši od najranijih godina dvadesetog stoljeća. Iako će još i tada, i to zato što neko vrijeme, i dalje postojati, uz izvornu glazbu, također i komadi iz repertoara stvoreni od takvih komada koji su se mogli koristiti naizmjenično u različitim filmovima. Glazba nije morala drugo nego opisati takve situacije i zadovoljiti sve te potrebe.”*

50 Isto, str. 265.

51 Isto, str. 124.

52 Isto, str. 110.-111.

53 Ovo poglavlje ukratko obrađuje povijest glazbe u nijemim filmovima promatrajući i komentirajući je ušima i perom kritičara ondašnjeg i kasnijeg razdoblja.

4. 2. Klasična glazba i nijemi film

To znači da je film, kao predstava, sličio kazališnom iskustvu, budući da, upotrebljavajući dvije televizijske terminologije, predstavlja sinergiju ‘izravnog’ i ‘naknadnog’ prikazivanja: obuhvaćajući, s jedne strane, mehanički dio, čija je uloga zamijeniti kazališnu pozornicu, a s druge strane onaj „live“ dio, s glazbenicima koji sviraju tijekom cijele filmske projekcije. Ovdje se, ipak, radi i o velikoj razlici između filmske i kazališne predstave. Na primjer: tijekom kazališne predstave, koja se izvodi potpuno ‘uživo’ u kazalištu ili u koncertnoj dvorani, uobičajen je rast napetosti koji u svom rasponu naizmjence obuhvaća i glumce i gledatelje, jedni svjesni prisutnosti drugih. Spuštanje zavjese i pljesak na kraju predstave, na neki način označavaju oslobađanje od tek proživljene napetosti. Radi se ustvari o tenziji koju se ne može postići tijekom filmske predstave, i to zbog same prirode filma, koja nas nikako ne uspijeva sasvim emotivno obuhvatiti, dok anonimno u mraku pasivno promatramo slike na platnu. Nasuprot tome u kazalištu, i to zbog same izravnosti predstave, može se svašta dogoditi, naime svaka je večernja predstava drugačija od prethodne, jer su (heraklitovski rečeno) i sami glumci različiti: stariji za jedan dan, na primjer. Dok je film, u svojstvu mehaničke reprodukcije istoga, uvijek samom sebi jednak, uvijek savršen, tj. završen.

Polazeći od strogo glazbenog iskustva treba reći da put prema tom, u sebi složenom i emocionalnom, pristupu praćenja filma zasigurno ima, i to nas ne treba iznenaditi, sve osobine postupnog procesa. Tako su na primjer prve filmske predstave bile popraćene samo glazbom solo pijanista, koji je u većini slučajeva improvizirao miješajući popularne motive uz izvatke preuzete iz klasičnih komada. Međutim, kad je film postao popularan, tj. kad su filmske predstave postale masovni događaji, filmske su se vrpce distribuirale s naznakama što je pijanist trebao svirati tijekom predstave. Tijekom dvadesetih godina prošlog stoljeća, nije bilo neobično, pogotovo u velikim gradovima, gledati filmove u pratnji cijelog orkestra. S obzirom na to da je u tim slučajevima improvizacija bila nemoguća, nužne su postale partiture za filmsku glazbu. Ta je prva filmska glazba bila mješavina popularnih motiva i klasika. Obično su dirigenti orkestra specijalizirani u ovom, za njih novom, glazbenom žanru sastavljadi u jednu cjelinu različite, već postojeće, glazbene partiture komponirajući sami potrebne prijelazne “mostove” iz jednog glazbenog žanra u drugi, i to ovisno o samoj filmskoj tematici. Zbog te novonastale situacije problem sinkronizacije sve je ozbiljnije shvaćen i od strane producenata, koji su ponekad angažirali i vrlo talentirane glazbenike koji su bili voljni eksperimentirati i trošiti energiju pri stvaranju filmske glazbe. To se eksperimentiranje dovoljno razvilo, no treba spomenuti da ta vrsta glazbe nije bila još toliko cijenjena. Osim toga imala je i nekoliko nepremostivih ograničenja: skladatelji su često bili čelični u htijenju da se održi integritet njihovog rada, počevši od same orkestracije, što je bilo doslovno nemoguće. Naime, s distribucijom određenog filma u različitim gradovima, bilo je nezamislivo i nestvarno da se isti orkestar istovremeno nalazi na nekoliko mjesta ili da nastupi na, unaprijed određenim lokacijama, što bi podosta opteretilo i sam proračun producenata. Osim toga projekcija je, mogla, i to zavisno o gradu, biti izvedena i u skraćenoj verziji, zahtijevajući

tako mogućnost preuređivanja same kompozicije potrebama trenutka, mijenjajući orkestraciju, ansambl, itd. Na kraju je potrebno istaknuti i to kako je glazba u to vrijeme još uvijek promatrana kao sekundarni čimbenik, kao onaj pomoćni element projekcije. Dakle, nešto što će svatko imalo glazbeno nadaren biti u stanju ostvariti i to po nižoj cijeni od vrhunskih skladatelja. To su neki od razloga zbog čega nema puno glazbenih partitura za nijeme filmove komponiranih od strane velikih skladatelja poput: **Camillea Saint-Saënsa** za “*Assassinat du Duc de Guise*” iz 1908. godine, **Richarda Straussa** za “*Der Rosenkavalier*”, ili **Arthura Honeggera** za “*La roue*” iz 1923. godine kao i za “*Napoleon*” iz 1927. No, imamo i primjer **Dimitrija Shostakovicha** koji je napisao 36 partitura za film, prva od kojih je poznata popratna glazba filma “*The New Babylon*”, i još nekolicina njih. Osim toga te su glazbene partiture napisane mimo filma, dakle skladatelj je prezentirao kompoziciju u svom završnom obliku bez ikakvog dogovora s redateljem oko ideje glazbenog sadržaja.

Jedan od prvih redatelja koji je shvatio važnost glazbe, a to znači i suradnje između skladatelja i redatelja, u cilju postizanja prave sinergije bio je **Sergej Eisenstein**. On je, u svojoj genijalnosti, shvatio i uvidio kako je pantomima koja se prikazivala na ekranu mogla biti dalje enfatizirana u svojim odlučnim trenucima pomoću glazbe. Realizacija ove zamisli u svojoj savršenosti vidljiva je u njegovom najpoznatijem filmu “*Potemkin*” iz 1925. Tom je prilikom skladatelj **Edmund Meisel**, blisko surađivao s **Eisensteinom** pa je u potpunosti uspio glazbeno oživjeti radnju filma u svojoj cjelovitosti. **Eisenstein** je toga bio svjestan jer je kasnije napisao i poznatu analizu filma, dijeleći predstavu na pet dijelova, koji su završavali spuštanjem zastora. **Potemkin** je, dakle, napisan s namjerom da bude praćen glazbom.

Nakon **Potemkina** i drugi su redatelji shvatili važnost glazbe u filmu, do te mjere da je postala uobičajena prisutnost pijanista tijekom samog snimanja filma kako bi glazbenom pratnjom glumcima pomogao oblikovati scenu. Nažalost (ili na sreću, kako kome) nijemi je film, od svog nastanka, bio predodređen, ili osuđen, na izumiranje. Baš kada se počeo usavršavati Warner Brothers Producija na tržište je distribuirala svoj prvi animirani film sa snimljenom zvučnom bazom (sundtrack). Radilo se o filmu „*Don Juan*“ iz 1926. godine. Mnoge su se tako skladbe za nijeme filmove nepovratno izgubile, dok su druge, primjera radi, već spomenuti “*Der Rosenkavalier*” (**R. Straussa**), opstale samo u fragmentima.

Zanimljiva je suvremena težnja razotkrivanja nijemog filma i to u vidu zasebne umjetnosti, što je ponovno i neminovno povratilo reflektore i na njihovu glazbenu pratnju. Sve smo više svjedoci povratka nijemih filmova, poput “*The Cabinet of Dr. Caligari*” iz 1919. ili “*Metropolisa*” iz 1926., ali i drugih manje poznatih filmova, koje ovdje nećemo spomenuti, unutar raznoraznih kulturnih filmskih festivala i to u pratnji pijanista, prema pravilima svojstvenim tradiciji nijemog filma.

Ukratko spominjemo kako se još od 1981. godine u Pordenoneu odvijaju “**Dani nijemog filma**”. Manifestacija koja se svake godine redovito održava za sve ljubitelje i znanstvenike tog žanra. U Sjedinjenim Američkim Državama redovito se od 2003. godine, u Državi New York održava **Bard Summer Scape**, tijekom kojeg se prikazuju filmovi vezani uz određenog skladatelja oko kojeg se i vrti sav **Bard Music Festival**, tijekom kojeg nijemi filmovi rijetko izostaju.

Možda je prekrasno za spašavanje izvornih glazbenih partitura nijemih filmova, no postojanje takvih inicijativa zasigurno ulijevaju nadu kako se neće barem one koje se uspjelo spasiti ponovno izgubiti. Dokaz tog revivala nijemog filma zasigurno je i film „**The Artist**“ iz 2011. – kojeg je pisao i režirao francuski redatelj **Michel Hazanavicius** – čija se radnja odvija u Hollywoodu između 1927. i 1932. godine. Radi se o filmu koji je realiziran upravo prema standardima tih godina: nema zvuka (već je praćen klavirskom glazbom), u 4:3 i s prenaglašenim gestama i izrazima glumaca na rubu parodije. **The Artist** međutim ima sve osobine filmske predstave urađene za filmske festivale, a ne (i) za šиру publiku.

4. 3. Glazba dugometražnih filmova

S dugometražnim filmom mijenjaju se načini i mjesta filmskog izvođenja: usredotočena pozornost gledatelja duže je zadržana na ekranu, dok se projekcija odvija u unaprijed utvrđenim intervalima (i to u linearnom slijedu, a ne akumulacijom) i u prostranijim i udobnijim kinodvoranama. No koncept institucionalizacije odnosi se na sustav pravila koja vode i usmjeravaju i prijem i proizvodnju tekstova u sklopu već kodificiranih i standardiziranih praksi.

Ako se, dakle, želi utvrditi kada film napušta one stilove koji pripadaju drugim izražajnim područjima preuzimajući njemu sve svojstveniju konotaciju, tj. osobitiju filmsku konstrukciju, primjetit će se da se film institucionalizira izlaskom iz slikarske, kazališne, književne, pa čak i fotografске kulturne razine dostižući tako u cijelosti filmsku dimenziju, karakteriziranu od primata narativne integracije. Treba međutim reći kako se nasuprot angažiranju poznatih pisaca u filmskim produkcijama, što je inače ustaljeno radi pridobivanja potencijalnih gledatelja: uvjetujući njihova očekivanja – u obliku oznake ili potpisa, a ne autorstva, od kompozitora traži izravna intervencija, materijalno susretanje s tematikom filma kako tijekom obrade tako i montaže. To će itekako postati očito tijekom pisanja glazbene partiture za tek nastali zvučni film.

4. 4. Glazba zvučnog filma

Glazbeni motiv, sa svim svojim mogućim nijansama, za cilj ima izraziti događaje, osjećaje i unutarnje misli: tišine i šutnje, popraćene glazbom, cjelovitije i neposredno otkrivaju duševno stanje lika, i to na dublji i prodorniji način od sata neprestanog dijaloga ili *off voice*. S druge strane filmske scene prikazuju osjećaje koje se jedino posredstvom glazbe mogu u potpunosti izraziti. Glazba koja ponekad postaje i sastavni dio samog filma.

Zapravo je glazba u svojstvu svoje jezične univerzalnosti konkretno pomogla i raznim filmskim redateljima osmisliti cijele sekvence, smisljati montažu temeljnih scena i osvjetliti najdublje odnose koje se skrivaju između kadrova. Zahvaljujući toj skladateljskoj sposobnosti mnogi su filmovi stekli slavu, a kompozicija je postala poznata.

5. Kratak hvalospjev u čast Kenu Russellu: nezaboravnom režiseru filmova o velikim skladateljima

Za neke, kao za neobaroknog režisera **Kena Russella**, velikog vizionara između glazbe i filmova, glazba je bila važan, ako ne i prvenstveni motiv njegove filmske produkcije.



54

Naime radi se o jednom od najizvornijih filmskih redatelja, ingenioznom u umijeću skandaliziranja ograničenih i tupih pojedinaca. Govorio je kako ga je Čajkovski spasio od ludila, nakon napuštanja trgovačke mornarice.

Dopustite mi da ovom prigodom i ja zahvalim ruskom skladatelju zbog toga. Russell nije mogao niti znao živjeti bez glazbe. Dovoljno je samo prelistati popis naslova njegovih najpoznatijih filmova: „**The music lovers**“ (baš o Čajkovskom) pa, za mene nezaboravni, „**Gustav Mahler**“, kao i „**Tommy**“, kojeg je preuzeo iz The Who rock opere, „**Lisztomania**“ (Roger Daltrey opet u glavnoj ulozi, a Ringo Starr u ulozi pape), i još mnogo portreta klasičnih skladatelja koje je snimao za televiziju tijekom šezdesetih godina prošlog stoljeća.

Glazbenici iz prošlosti i sadašnjosti bili su za njega stalni izazov i izvor inspiracije. Jednom je napisao članak pod naslovom “**The Films I Do Best Are About the People I Believe**

54 Slika prikazuje **Kena Russella** (2001), u vrtu svoje kuće, pri snimanju filma *Pad kuće Usher*, naknadno distribuiran online.

In". Vjerovao je u njih i činjenica je kako je Russell, posredstvom filmova, približio klasičnu glazbu i široj filmskoj publici. Očito je, kako takav rezultat nije postignut slučajno, već zahvaljujući njegovim filmskim nepravilnostima. Radilo se o ikonoklastu koji je bio sposoban preobraziti mramorna poprsja u pulsirajuću krv i u živo i toplo meso (ovdje naročito mislim na film **Gustav Mahler**).

6. Zaključak:

Činjenica jest da danas svi gledaju filmove. Ako ne u kinodvorani onda na televizoru ili na DVD-playeru. Zbog toga su filozofi i počeli istraživati filmski medij i njegovu snagu. S jedne strane, koristeći ih kako bi ilustrirali svoje teze ili pak analizirali ideološke trendove današnjice⁵⁵. S druge strane, neki filmovi poput Matrixa mogu biti misao vodilja za ispitivanje već postojećih filozofskih ideja. Dakle, film i filozofija imaju mnogo dodirnih točaka i te se međusobno prožimaju.

Kada gledamo film, pobuđuje se naše zanimanje, potiče se osobno mišljenje, izgrađuje se vlastiti stav, vlastita filozofija. Film na svoj način posjeduje oruđe propitivanja i analize pojava svijeta i života, pa i dolaženje do njegovih istina. Neki će gledati film iz zabave i prepustiti se maštanju. Drugima će film biti svojevrsno nadahnuće, poticaj na promišljanje, širit će im vidike i obogaćivati duh. Film nam pruža svoj pogled na svijet. Pomoću njega ljudi mogu izmjeriti i ocijeniti vlastite živote te iskušati neke nove načine egzistencije.

7. Literatura:

- BALÀZS, BÉLA: *Glazba u filmu* 1949. (preuzeto iz: Béla Balázs, Film - Suština i evolucija nove umjetnosti, Einaudi izdanje).
- EJCHENBAUM, M. BORIS; *Filmski ritam i glazbeni ritam* 1927. (preuzeto iz Pročitati film, op. cit. str. 156.-165.).
- DELEUZE, GILLES: *Zvučni continuum* 1988. (preuzeto iz: Gilles Deleuze, Film. II. svezak.: Slika-Vrijeme, izdanje UBU-Libri).
- GREENE, RICHARD; Mohamad, K. Silem (gl. ur.): *Quentin Tarantino i filozofija*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2010.
- HORVAT, SREĆKO: *Budućnost je ovdje - svijet distopijiskog filma*, Hrvatski filmski savez, Zagreb, 2008.
- KALIN, BORIS: *Povijest filozofije*, Školska knjiga, Zagreb, 1994.
- MARINKOVIĆ, JOSIP: *Metodika nastave filozofije*, Školska knjiga, Zagreb, 1990.

⁵⁵ Kao na primjer Slavoj Žižek.

MORIN, EDGAR: Glazba (Preludij) 1962. (Preuzeto iz: Edgar Morin, Film ili imaginarni/izmišljeni čovjek, Silva Izdavač, 1962.).

MIKIĆ, KREŠIMIR: *Film u nastavi medijske kulture*, Educa, Zagreb, 2001.

OMON, ŽAK; BERGALA, ALEN; MARI, MIŠEL; VERNE, MARK: *Estetika filma*, Clio, Beograd, 2006.

POURRIOL, OLLIVIER: *Filmozofija*, Meandarmedia, Zagreb, 2010.

TURKOVIĆ, HRVOJE: *Razumijevanje filma (ogledi iz teorije filma)*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb, 1988.

ŽIŽEK, SLAVOJ: *Pervertitov vodič kroz film*, Izdanja Antibarbarus: Hrvatsko društvo pisaca, Zagreb, 2008.

<http://plato.stanford.edu/entries/film/>

<http://www.philosophypress.co.uk/7p-1366>

http://www.filmandphilosophy.com/filniosophy/philosophy_of_Film/

<http://www.hrfd.hr/u/dokumenti/06%20Skerbic.pdf>

<http://www.art-kino.org/film~arhiva/kraljivci-bicikla>

<http://www.thematrixl01.com/matrix/symbolism.php>

Music and the Media, with Particular Attention to the Film

Abstract

This report has originated from the need to synthesize, without any claims, the big love between these two forms of art, music and the cinema, which together conceive a unique sublime art.

The 20th century, attuned with the great cultural and social changes, witnesses the spreading of new forms of show, aimed to escape and entertainment, as well as new forms of music, while figurative art is changing, too. With reference to the spread of the media, the places and occasions of musical consumption are multiplied while musicians are acquiring new professional abilities. All this in the name of culture. But if we assume that culture is information and the media, then, for the social being, information becomes the very condition of survival. Thus, in this age dominated by the media, the struggle for survival is the struggle for mass information. On this point, it is sufficient to follow the relationship between MUSIC and the CINEMA in their historical evolution: from the soundtrack of silent films, to the music of talking films. However, it must be said that the relationship between music and the cinema, maybe because of the very nature of both, the languages, intrinsically progressive and rhythmic, have always been very close. A musical pattern, with all its possible nuances, can express events, feelings and intimate thoughts; silences accompanied by music reveal a character's state of mind much deeper than an hour of dialogues or voice off can do. On the other hand, the images of the film generate sensations that can express themselves completely only through music, which sometimes becomes an integral part of the plot of the film.

The present report ends with my personal homage to recently died Ken Russell, one of the most original film directors, first rate «master» in the art of shocking dull minds, the artist who brought classical music to a completely new and large public: a big iconoclast able to transform marble busts into flesh and blood.

Key words: music, the media, silent films, soundtrack, Ken Russell.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Vesna Milenković, Slađana Stamenković

Bul. Sv. cara Konstantina 41/6, 18000 Niš, Srbija
vesna_milenkovic@yahoo.com

Oblačića Rada 24/16, 18000 Niš, Srbija
sladjastamenkovic@yahoo.com

Performans masmedija: Eurosong između spektakla i umjetnosti

Sažetak

Mediji sa svojim osobitim svojstvima i sintezom različitih mogućnosti izražavanja na modernoj, tehničkoj osnovi, u današnjem svijetu, po mnogima u društvu spektakla, predstavljaju scenu oko koje se otimaju političke i društvene elite. Svijet predstavljen u medijima kroz koji se reflektiraju sve tendencije društveno-političkog konteksta, jest svijet 'nametnutog' tržišta razvijenih zemalja i njihovih kultura.

*Djelovanje izvođenja u medijatiziranom društvu, postalo je svakodnevica, a cjelokupan život satkan od različitih prizora, publika je navikla dobivati putem medija kao poželjan, preporučen i jedini pravi **life style**. Medijski spektakl, kao vladajući oblik života prisutan svuda, od najnovijih vijesti do reklame, zabave i umjetničkih sadržaja putem slike i zvuka neposredno sudjeluje u formiranju sociokulturalnog života nudeći građu za stvaranje vlastitog identiteta. U društvu spektakla, stvarni događaji neprimjetno se pretvaraju u proizvedene, medijske. Televizija koja je nekada služila za zabavu ili kulturno uzdizanje, sada po riječima Virilića „mora najprije stvoriti svjetsko vrijeme razmjena, virtualnu viziju koja istiskuje viziju realnog svijeta koji nas okružuje.“ Ideja ovog rada je da na primjeru Eurosonga pokaže kako ovaj medijski spektakl jednom godišnje postaje glavni umjetnički performans za većinu europskih gledatelja.*

Ključne riječi: masmediji, performans, medijski spektakl, Eurosong, kultura.

Definirajući medijsku kulturu Douglas Kellner govori o predstavi koja koristi sliku i zvuk, a podrazumijeva svijest o ranijim doživljajima, osjetilnim opažanjima uz sagledavanje vlastitog života. Uz pomoć televizijskih prijemnika, slike i zvuci neposredno sudjeluju u formiranju sadržaja svakodnevnog i sociokulturalnog života nudeći građu za stvaranje vlastitog identiteta. Shodno riječima Marshalla McLuhana o medijima kao tehničkim sredstvima i sredstvima društvene komunikacije, vrtoglavu ekspanziju elektronskih medija, promijenila je generalni pristup kulturi, pretvarajući je u gigantsku industriju zabave. Cjelokupni njen koncept zasnovan na mišljenju, ponašanju, jeziku, običajima, identitetu jednog društva pod utjecajem medija prerasta u novi komunikacijski, virtualni model. Mediji utječu na organiziranje društvenog života u svakoj prostorno i vremenski sagledanoj kulturi. Dvadesetprvo stoljeće označava se kao stoljeće marketinga i oglašavanja društva snova, svijeta fantazije, moderne bajke. Kupovina u hipermarketima je trgovina vlastitim fantazijama koje su publici prezentirane putem medija kao poželjno ponašanje i stil života. Informatički svijet danas je prerastao u svijet zabave, pa je tako upakiran u emisije koje pripadaju žanru talk showa, postao izuzetno popularan u čitavom svijetu. Izučavanje popularne kulture zauzima izuzetno bitan dio kulturnih studija. Ako se kultura po pisanju Raymonda Williamsa engleskog teoretičara definira: kao cjelokupan način života karakterističan za određeni period ili grupu, ali i kao rezultat duhovnog i intelektualnog razvoja, onda pop kulturu po Fiskeu sagledavamo u kontekstu popularnog, od filma i muzike do džinsa i šoping-centara. U trendu je ono do čega se lako dolazi, brzo konzumira, a podliježe zakonima ponude i potražnje. Takva roba je zamišljena da se brzo dopadne publici i ostvari predvidljivu komunikaciju s ciljanom grupom. Williamsov tvrdnju da je popularno ono što se sviđa velikom broju ljudi i da su popularnu kulturu proizveli ljudi sami za sebe, dopunjuje britanski teoretičar kulturnih studija Anthony Easthope⁵⁶ označivši *popularnim* masovne medije s njihovim komercijalnim interesima. Easthope dodaje da se za glazbu i vizualnu umjetnost niske vrijednosti može reći da su *sund i kič*. U okviru studija kulture, Stuart Hall popularnu kulturu doživjava kao mjesto sučeljavanja argumenata za i protiv vladajuće ideologije. S obzirom na dva momenta konstruiranja značenja medijskih poruka⁵⁷ - kodiranje (institucionalno strukturiranje poruke uvjetovane produkcijskim faktorima, znanjima, iskustvima, predviđanjima ponašanja publike) i dekodiranje tih značenja (uvjetovano povjesnim znanjima, iskustvima) koji se često ne poklapaju, jer kodovi kodiranja/dekodiranja nisu simetrični, nivoi razumijevanja/nesporazuma u komunikativnoj razmjeni ovise o (ne)podudarnosti "između položaja 'personifikacija' onoga koji kodira-pošiljatelja i onoga koji dekodira-primatelja. To sa svoje strane ovisi o stupnjevima

56 Easthope, A. (2006). "Visoka kultura / popularna kultura: *Srce tame i Tarzan među majmunima*". U: *Politika teorije (zbornik rasprava iz kulturnih studija)*. Duda D., ur. Zagreb: Disput d.o.o. Easthope u ovom tekstu navodi tri Williamsova određenja pojma 'popularno': 1) popularno je ono što se "sviđa velikom broju ljudi", 2) popularno se nalazi između visoke i popularne kulture i 3) popularno je ono što su ljudi proizveli sami za sebe, a trećem određenju dodaje odrednicu da se pojmom popularno koristi za "označavanje masovnih medija koji su ljudima nametnuti komercijalnim interesima".

57 Hall, Stuart (1973). *Kodiranje i dekodiranje u televizijskom diskursu*. <http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/hall.htm> , UDK: 621.39:124 , posjećeno 10.8.2011.

istovjetnosti/neistovjetnosti između kodova” koji prenose poruku⁵⁸. Kako bi poruka ostvarila kognitivan, ideološki, emotivan ili neki drugi efekt, publika je smisleno dekodira. Imajući sve to u vidu, Hall zaključuje da publika aktivno sudjeluje u diskurzivnom procesu stvaranja značenja medijskih sadržaja. Potrošačka publika s dozom površnosti i lagodnosti promatra ponuđeni sadržaj. Benjamin (*Walter Benjamin*) u svojim *Esejima* ističe da je zbog tehničke reproduktivnosti umjetničkih djela promijenjen odnos publike prema umjetnosti (Benjamin, 1974: 138) i da je masa „matrica iz koje danas izlazi preporođen cjelokupni tradicionalni odnos prema umjetničkim djelima” (Benjamin, 1974: 145). U globalnom, potrošačkom društvu, publika je svuda gdje je i tržiše što „dovodi do neprimjetnog ujednačavanja i stapanja medijske i umjetničke publike, čija se tržišna sinteza ostvaruje korištenjem naprednih ili visokih tehnologija.” (Vuksanović, 2007: 101). Iako je moć medija velika, važno je usmjeriti se na načine njihovog korištenja, jer mediji prezentiraju svijet iz perspektive onih koji upravljaju medijskim sustavom za koji Baudrillard tvrdi da je to *sustav simulacije* koji emitira hiperrealnost. “Nekada, događaj je stvaran kako bi se dogodio, danas se on pravi kako bi bio proizveden. On se, dakle, uvijek događa kao virtualni artefakt, kao proširenje medijskih oblika” (Baudrillard, 1991: 87).

U kulturi masovnih medija novog doba kojoj mediji daju posebnost, u javnom prostoru informacija u kojem se, zahvaljujući **konvergenciji televizijske tehnologije, komunikacija i računalne tehnike, stvara** novi, umreženi model koji promovira otvorenost, kreativnost, aktivno učestvovanje u kreiranju medijskih sadržaja, izjednačena je stvarnost s prividom. U društvu spektakla mediji sa svojim svojstvima i sintezom različitih mogućnosti izražavanja na modernoj, tehničkoj osnovi postaju scena oko koje se otimaju političke i društvene elite, jer se na njoj reflektiraju sve tendencije društveno-političkog konteksta. Medijska privlačnost i moć pospješuje djelovanje izvođenja u medijatiziranom društvu koje je postalo svakodnevica. Cjelokupan život satkan od različitih prizora, publika dobiva putem medija kao spektakla koji po riječima Guya Deborda podržava jedinstvenu organizaciju svjetskog tržišta i postaje glavni proizvod današnjeg društva. Težnja spektakla za modernizacijom i unifikacijom postala je primarna na putu do pojednostavljivanja društva. Kao konkretizirana inverzija života, spektakl se identificira sa samim društvom, postaje njegov dio i sredstvo koje se želi prikazati kao objedinjavajuće. “Kao dio društva, to je fokusna točka naše vizije i svijesti... Spektakl ne može biti shvaćen kao puka vizualna obmana koju stvaraju masovni mediji” (Debord, 2003, 8), jer se on pojavljuje u obliku materijaliziranog pogleda na svijet. Činjenica da je društvo spektakla sve sfere ljudskog iskustva vezalo za robu, dovodi do teatralizacije svih područja života u kojem mediji sve iskazuju kroz informaciju, a “privikavanjem i ponavljanjem rastaču osjećaj za to da čin slanja znakova” (Lehmann, 2004, 341) pošiljaoca i recipijenta postaju jedna, zajedničkim medijskim jezikom povezana situacija. To je, po Lehmannovu objašnjenju, razlog povezivanja realnosti s fikcijom. “Stupanj realnosti slika, koji se ne može kontrolirati, s jedne strane delokalizira događaje koji se šire pomoću medija, a ujedno stvara i vrijednosne zajednice gledatelja” (Lehmann, 2004, 342) koji te sadržaje primaju.

⁵⁸ Hall, Stuart (1973). *Kodiranje i dekodiranje u televizijskom diskursu*. <http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/hall.htm>, UDK: 621.39:124 , posjećeno 10.8.2011.

Medijski spektakl, kao vladajući oblik života, prisutan je svuda, od najnovijih vijesti do reklame i zabave. Uz pomoć televizijskih prijemnika, slike i zvuci neposredno učestvuju u formiranju sadržaja svakodnevnog i sociokulturalnog života nudeći građu za stvaranje vlastitog identiteta. Usپoredo s jačanjem televizije od jednog skromnog muzičkog festivala za koji nitko nije slutio da će se razviti u prvorazredni šou, Eurosong, festival zabavne glazbe natjecateljskog karaktera s direktnim televizijskim prijenosom, postao je vrhunski medijski spektakl s tradicijom dugom više od pola stoljeća. Ime festivala vezano je za Euroviziju, distributivnu televizijsku mrežu Europske unije za radiodifuziju koja pokriva više od milijardu gledatelja. Kao mjesto na kojem se prožimaju jezik, tradicija, politika, povijest i kultura europskih naroda, ovaj festival postao je model za oblikovanje poželjnog društva ujedinjene Europe na kojem se preslikavaju društveno-politički odnosi različitih nacija i potvrđuje njihov identitet. Države se pozicioniraju na ovom natjecanju shodno trenutnom društveno-političkom ambijentu i svjetskim glazbenim trendovima, a festival poprima karakteristike medijskog proizvoda za promoviranje nadnacionalnog integriranja i očuvanje autentičnih nacionalnih vrijednosti. Osim prijenosa velikih sportskih natjecanja, Eurovizija je promatrana kao prigodan događaj koji je davao "određeni doprinos konsolidiranju jedinstvenog europskog identiteta" (Bikić, 2008, 89). Posredstvom televizije i Interneta kulturni, glazbeni i politički utjecaji zemalja dolaze do punog izražaja. Cilj ovog rada je prikazati nastanak i razvoj Eurosong festivala promatranog sa stanovišta medijskog spektakla i umjetničkog doživljaja, da se sagledaju društveni kontekst, uloga medija, odnos subjekata u komunikaciji, gledatelja i onoga što se događa na sceni.

Euroludilo ili festival 'lakih nota'

Od prvog Eurosanga 1956. godine u švicarskom Luganu na kojem je nastupilo samo sedam zemalja, Eurovizija je izrasla u spektakl po uzoru na festival u San Remu. U ranim danima razvoja televizije došlo je do povezivanja brojnih zemalja u široku međunarodnu mrežu, što je bio još jedan pokušaj da se poslijeratna zapadna Europa okrene razumijevanju i suradnji. Natjecanje iz godine u godinu prate milijuni televizijskih gledatelja širom Europe, pa je od jednosatnog televizijskog programa to postao spektakl s dvije polufinalne, jednom finalnom večeri i mnogim pratećim događajima u trajanju od skoro tjedan dana, što je za glazbenu industriju svakako jedan od najvažnijih događaja. Svake godine postavlja se pitanje tko će osim 'velike četvorke' – Njemačke, Francuske, Velike Britanije i Španjolske naredne godine ući u finale. Za sve one koji se ne zadovoljavaju samo ulogom gledatelja, kladionice su pripremile posebnu poslasticu – užitak u *live* klađenju za vrijeme Eurovizije. Svoje zlatne godine festival 'lakih nota' doživio je sedamdesetih i početkom osamdesetih godina prošlog stoljeća da bi postepeno počeo gubiti na popularnosti i ugledu. Neke zemlje odustaju od sudjelovanja na ovoj reviji, pa dolazi do potpunog pada rejtinga festivala sredinom devedesetih godina XX. stoljeća. Poslije političkih previranja u zemljama istočne Europe ulazak novih članica vraća nadu ovoj glazbenoj predstavi. Teško je zaustaviti predvidivo 'susjedsko glasanje' što festival pretvara u susret istočnoeuropskih i skandinavskih zemalja, jer renomirani glazbenici zemalja 'velike četvorke'

ne žele sudjelovati na Pjesmi Eurovizije. Scenskom izvođenju prethodi kratka tzv. razglednica kojom se predstavlja zemlja čija će pjesma biti izvedena, dok u novijoj praksi ona služi kao prezentacija zemlje domaćina i u službi je turističke reklame⁵⁹. Kratkim isjećcima svih izvođenja, podsjeća se publika na pjevače i kompozicije, kako bi zatim uslijedio vremenski interval za glasanje. Pripreme za održavanje festivala počinju nekoliko tjedana nakon što zemlja pobijedi i potvrdi kako ima mogućnost biti organizator sljedećeg natjecanja.⁶⁰ Budući da je Pjesma Eurovizije 'živ' televizijski program, probe se održavaju u tzv. eurovizijskom tjednu, nekoliko dana prije glavne večeri jer spektakl traje daleko duže od nekoliko sati televizijskog prijenosa. Delegacije odsjedaju u zvanično akreditiranim hotelima, odakle izvođače i njihove pratitelje do i od mjesta održavanja natjecanja prevoze 'šatl-autobusi'. Svaki od sudionika određuje šefa svoje delegacije, čiji je zadatak koordinirati kretanje svog tima kojeg čine izvođači, tekstopisci, kompozitori, zvanični predstavnici za tisak. Nakon probe svake zemlje, delegacija se u sali za pregledavanje snimaka sastaje s umjetničkim direktorom programa, gdje se diskutira o uglovima kamara, osvjetljenju i koreografiji, s ciljem da se ostvare najveći estetski efekti na televiziji. Na konferencijama za tisak, akreditirani novinari postavljaju pitanja, a nerijetka su i izvođenja uživo, specijalni nastupi kojima se želi privući pažnja.

Eurosong – medijski spektakl kao fenomen vizualne obmane

Prateći izrastanje ovog medijskog spektakla može se promatrati razvoj vizualne komunikacije, televizije i društva u cjelini, jer se on pojavljuje kao medijatizacija i teatralizacija raznih aspekata društvenog života, pri čemu se uočavaju kazališni elementi, utjecaj performansa i specijalnih efekata. Promatrano kroz povijest spektakla u kojem se "stvarnost pojavljuje u granicama spektakla, a spektakl postaje stvarnost" (Debord, 2003, 9), popularna zabava bila je uvijek na cijeni, a koristila se u vrijeme religijskih, riterskih, sportskih ceremonija, u vrijeme ratova, za vrijeme slavlja. Kao reprezentativna scena svakodnevnog života, spektakl se u suvremeno doba pojavljuje u vidu bilborda, svjetlećih reklama, u proizvodnji i potrošnji kulturnih, sportskih, političkih performansa i u potpunoj ekranizaciji života ljudi. U okviru kulturnih studija na nivou reprezentativnosti i performativnosti, spektakl se sagledava kao estetska forma koja služi za proizvodnju vizualnih predstava i formiranje sustava vrijednosti. Proučavajući kulturni performans kao polazište za razumijevanje spektakla, *Victor Turner* i *Richard Schechner* povezali su ritual, teatar i performans. Turner smatra da predstava preslikava "ono što je obično zatvoreno u dubinu društveno-kulturnog života, nedostupno običnom promatranju i rasuđivanju" (Turner, 1989, 21). Uz pomoć referencijalnih modela rituala, svetkovina u kojima se okupljaju, prikazuju, identificiraju ljudi u kulturama različitih naroda, tumače se aktivnosti, ponašanja, pamćenja, opažanja i iskustva ljudi koja povezuju prošlost sa sadašnjosti.

59 Pred održavanje Pjesme Eurovizije 2005, Ukrajina je tijekom cijelog ljeta ukinula vize turistima državljanima Europe-ske unije i Švicarske.

60 Najveći objekt koji je bio domaćin Pjesme Eurovizije bio je nogometni stadion Parken u Kopenhagenu, na kojem je 38.000 ljudi u publici pratilo Pjesmu Eurovizije 2001, kada je Danska bila domaćin. Najmanje mjesto na kojem je natjecanje ikada održano bilo je selo Milstrit u okrugu Kork u Irskoj 1993.

Ritual kao aktivnost koja se odvija po strogo utvrđenim pravilima uz korištenje posebnih znakova sa simboličnim značenjem, povezan je sa spektaklom kroz radnje izvođenja i promatranja strogo organiziranih scenskih i gledalačkih aktivnosti stilizirane s mogućnošću repeticije. Na ritualiziranu komunikaciju podsjeća televizijski spektakl sa svojim specifičnim ulogama u studiju, u zoni režije i tehnike, montaže i emitiranja, pri čemu se televizijske slike posredstvom virtualne ritualne zone prenose do auditorija. Dok ritual povezuje realan svijet s mitskim, a spektakl čini neraskidivim realnost i virtualnost, svetkovine su prisutne u svim religijskim, ideoološkim i političkim sustavima i neraskidivo su povezane sa spektaklom. Svetkovine koje su postale tradicionalne prerastaju u karnevale, medijske događaje u kojima gledatelji preuzimaju ulogu sudionika. Kada se performans s nivoa zajednice prenese na nivo scene i postane roba, tada se umjesto svetkovine pojavljuje spektakl. U potrošačkom društvu, u svijetu dokolice, jedino se značenja ne mogu pretvoriti u robu, jer se njihova proizvodnja, reprodukcija i prijenos mogu vršiti samo u oblasti kulture. "Svijet zabave, estrade, svijet je koji dijelimo s drugima, svijet u kojem prelazimo iz realnog, svakodnevice u drugačiju, svjetlju i izoliraniju, konstruiranu stvarnost" (Dragičević-Šešić, 1994, 167). U vizualnim fascinacijama, publika nalazi zaborav od svakodnevnog života i prepušta se scenskom događaju liшенom komplikiranih simboličkih poruka, koje ona nesvesno prima. Takve su zabave rezultat stvaraoca čiji su projekti prije svega, zabavni, a zatim izuzetno i umjetnički, pa se postavlja pitanje njihove opravdanosti "kao da u društvenom i kulturnom polju samo umjetnički projekti imaju opravdanja, značaja" (Dragičević-Šešić, 1994, 170).

S polazišta analize koncerta, kolektivno doživljavanje publike koja izbjegava elitne događaje, vezano je za površni doživljaj spektakla u kojem oni prepoznaju željenu realnost. Muzičke, verbalne i vizualne poruke koje se emitiraju sa scene imaju "svoje denotativno i svoje konotativno značenje, a njihov međuodnos i sklop stvara nove i nove konotacije (doslovna i simbolička poruka)" (Dragičević-Šešić, 1994, 169). Zapostavljajući subjektivnost, insistiranjem na materijalnosti, spektakl djeluje na fizička čula publike, pa ona promatra Eurosong kao performans u kojem je privatnost sudionika na sceni dostupna javnosti tako da se privatna sfera seli u javnu i obrnuto. Iako je riječ o muzičkom natjecanju, kvaliteta kompozicija ne zaokuplja medijsku pažnju; mnogo veće zanimanje rezervirano je za senzacionalističko izvještavanje medija, prikazivanje estetskog izgleda sudionika, deskripciju scene i scenskog nastupa. Publika u dvorani potpuno je koncentrirana na ono što se događa na sceni iako je sve podređeno televizijskom prijenosu. Posredstvom ekranske slike, gledaoci se pored 'malih ekrana' identificiraju s likovima koji su ostvarenje njihove vlastite fantazije, što stvarni život prepleće s medijskim spektaklom. Tada on prerasta okvire vizualne obmane koju stvaraju masovni mediji i postaje svojevrstan pogled na svijet. Svoje slobodno vrijeme, publika provodi kao konzument svega što im plasira televizija, koju Baudrillard naziva univerzumom „u kojem ima sve više informacija, a sve manje smisla“ (Baudrillard, 1991, 83), pa tako ljudi postaju ovisni o medijskim sadržajima bez mogućnosti vlastitog odabira i stvaranja svoje medijske agende. Nestaje granica između realnosti i fikcije, čin komunikacije između pošiljaoca i recipijenta stalnim ponavljanjem informacija gubi svoj prvobitni značaj i publiku pretvara u konzumente koji prihvataju nove vrijednosne kriterije.

Tako se u društvu spektakla, stvarni događaji neprimjetno pretvaraju u proizvedene, medijske. „Televizija više ne može biti ono što je bila prije pola stoljeća: prostor za zabavu ili kulturno uzdizanje; ona mora najprije stvoriti svjetsko vrijeme razmjena, virtualnu viziju koja istiskuje viziju realnog svijeta koji nas okružuje“ (Virilio, 2000, 20). S obzirom da, prema mišljenju Richarda Schechnera, svako ljudsko izvođenje, radnja, akcija, od igre, rituala, sporta, zabave, izvođačkih umjetnosti do svakodnevnog izvođenja društvenih, profesionalnih uloga, vraćanja, medija i Interneta, predstavlja izvedbu, može se reći da je teško odrediti oštru razliku između onoga što jest i što nije izvođenje (Schechner, 1992). Za medijski spektakl kakav je Eurosong može se reći da to nije samo muzički festival, već veliki društveni ritual i medijski događaj koji u sebi sadrži pokret, zvuk, govor, naraciju. Tako promatrano, Eurosong je teatar u kojem izvođač “ne teži transformiranju samog sebe, nego neke situacije, a možda i publike” (Jovićević, Vujanović, 2007, 44). Sudjelovanje u spektaklu često prihvaćaju i poznate sportske zvijezde koje svojom pojavom uveličavaju početak glasanja dajući mu primjese glamura (Novak Đoković i Vlade Divac na Eurosingu u Beogradu 2008). Nema spektakla i performansa bez događaja koji se odvija ovdje i sada, a koji se objašnjava razumijevanjem različitih dijelova konteksta. U okruženju u kojem se događaj odvijao mora se, prema Turnerovu tumačenju promatrati “s pogledom unatrag, kako bi se odredili izvori događaja, i s pogledom unaprijed” (Turner, 1989, 133) kako bi se video njegov učinak na događaje koji slijede. Dok ga spektakl smješta u odgovarajući kontest, događaj izdvaja spektakl iz svakodnevice i daje mu fenomen vizualne obmane. Snaga ove vizualne predstave pokazala se kao veoma moćan medij neverbalnog komuniciranja i verbalne poruke. Modni i neverbalni simboli postali su bitni u komunikaciji između muzičara na sceni i medijske publike – poruka je kompleksna i sadrži često mnoštvo jasnih i prikrivenih informacija, koje priprema i realizira čitav tim stručnjaka.

Eurosong ili ‘nova’ medijska umjetnost

U doba industrijske proizvodnje i masovnih medija, umjetnost ovisi ne samo o očekivanjima potrošačkog društva, nego i o svojim mogućnostima da ostvari značajnu finansijsku dobit, čime se potire vrijednost obje produkcije, umjetničke i industrijske, a insistira na ovisnosti umjetnosti od ekonomije. Takozvana kulturna industrija, tržišno orijentirana, okrenuta organiziranju svojih sustava za distribuciju i propagandu, razmišljajući o komercijalnim efektima zapostavila je svoju umjetničku funkciju. “Budući da je vijek tehničke reproduktivnosti odvojio umjetnost od kulturnog temelja, ugasio se zauvijek privid njene autonomije” (Virilio, 2000: 127). U želji da se prilagode novonastaloj atmosferi i da pronađu nove forme umjetničkog izraza shodno novim tehnološko-medijskim obrascima, autori uvode umjetnost kao robu u tijekove potrošačkog društva pri čemu ona postaje “*protrošni proizvod kao i svaki drugi.*” (Virilio, 2000: 12). Dok Benjamin autentičnost i originalnost naziva ‘aurom umjetničkog djela’ koja “u stoljeću tehničke reprodukcije umjetničkog djela zakržljava” (Benjamin, 1974: 119), dotle Adorno stoljeće industrijalizirane reprodukcije poistovjećuje s kićem.

U vrijeme hladnoratovske krize, Eurosong je bio pokušaj prevladavanja problema koji su se javljali na relaciji istok-zapad i u početku predstavljali novi prostor dijaloga i susreta, kako bi osamdesetih kao i sama Europa, Eurovizija postala mjesto integracije u današnji globalni, unipolarni svijet. Dok Richard Schechner, po čijem se tumačenju performansi događaju na mnogo različitim instanci, u mnogim kontekstima i različitim oblicima, brani globalizam tako što zastupa tezu o interkulturalizmu, jer je gotovo nemoguće izdvojiti neku kulturu kao 'čistu' ili kao entitet koji postoji sam za sebe, Jean Baudrillard tvrdi da je granica između umjetnosti i stvarnosti iščezla, jer su obje pale u simulakrum (Baudrillard, 1991). Neki od pobjednika na ovom festivalu (npr. ABBA) primjer su gubljenja te razlike, jer su postali model kako nestaju razlike između umjetnosti predstavljanja i onoga na što upućuju u stvarnom svijetu. Na velikoj eurovizijskoj sceni svake godine smjenjuju se izvođači koji kroz svoje izvođenje ne samo da reprezentiraju zemlju iz koje dolaze, već i vlastiti identitet. U vremenu i društvu spektakla kada izvođenje postaje osnovni model našeg postojanja i odnosa prema drugima, umjetnost performansa trajno je promijenila razmišljanje o umjetnosti i tijelu (Kunst, 2004). S pozicija novih tehnologija u komunikacijskom okruženju virtualne realnosti, scenskih tehnologija, novih zahtjeva potrošačkog društva i umjetničkih djela nastalih na tržištu hiperprodukcije, novo čitanje spektakla podrazumijeva insistiranje na formi, dok se sadržaj stavlja u drugi plan. Ta spektakularnost je "preuveličavanje promatračkog zadovoljstva. Ona preuveličava vidljivo, uvećava i ističe površinski izgled, i obilja značenja ili dubina" (Fisk 2001: 99). Ako festival promatrano sa stanovišta medijske umjetnosti, jer je medijski posredovan u domove širom svijeta, onda se dolazi do sasvim novog sagledavanja ove medijske predstave. Iako je posljednjih decenija 'umjetnost' našeg doba, medijska umjetnost kao posljedica sveprisutne digitalizacije postala važan činitelj suvremenog društva, nije uspjela naći svoje mjesto u institucijama kulture. Djela umjetničkih stvaralaca iz oblasti umjetnosti prostora, zatim djela autora koji koriste mješavinu realne i virtualne stvarnosti da bi postigli nove vizualne efekte, ekranske slike, nisu dostupna sudu publike i stručnjaka. Današnji razvoj slika koje su nastale zahvaljujući novim tehnologijama, omogućavaju veliki broj do sada neviđenih vizualnih izraza, mogućnosti iluzije i nove estetske analize. Promatrano sa stanovišta muzičke umjetnosti, digitalizacija je, također, uvjetovala mnogobrojne promjene. "Taj se utjecaj najprije ogledao u prilagođavanju muzičkih oblika novim medijima, zatim u izuzetno brzom širenju i prihvaćanju novih muzičkih izraza, a zatim i u samoj biti muzike" (Todorović, 2009, 252). Od kulture u kojoj se muzika prenosila s generacije na generaciju čulom sluha, preko interpretacije muzičkih izvođača uz pomoć notnog zapisa, stiglo se do različitih tehnika snimanja koje su promijenile značenje originalne muzike. Studijski snimljen materijal je sinonim za originalnost dok je koncertno izvođenje postalo samo jedna od mogućnosti izvođenja i sagledavanja originala. S pojmom digitalnih tehnologija, autori u stvaralačkom procesu dobivaju mogućnost upotrebe već postojećih baza zvukova, pri čemu nastaje djelo koje se može stalno izvođenjem nadograđivati, pa se izvođač u svojoj višedimenzionalnosti prepoznaje kao autor, interpretator i slušatelj. Tako muzika postaje proizvod koji se bazira na etno, klasičnoj, rock, ili jazz osnovi iz koje se originalni kontekst miješa s novoprivedanim varijantama izvođenja. Novonastalo muzičko djelo prerasta u stalni proces

cyber-kulture u kojoj je kritička distanca slušatelja sve manja, a emocionalna angažiranost sve veća. Ova iskustva autora, korisnika digitalne tehnike utječu na umjetničke stvaratelje i njihove forme u realnom okruženju dodajući nove elemente u okviru suvremene kulture.

Sudeći po Richardu Schechneru koji umjetničko djelo stavlja u istu ravan s bilo kojim kulturnim ili društvenim performansom, i Eurosong predstavlja performans koji je uveden iz teatra, a zatim za potrebe analize vraćen u izvođačku umjetnost. Prostor u ovom programu, organiziran je kao u konvencionalnom kazalištu u kojem je publika smještena izvan prostora igre, pa je, shodno tome, komunikacija i organizirana, što znači da je feedback s gledališta prema sceni ograničen. Schechner objašnjava da je prostor izvođenja napravljen po modelu ortodoksnog kazališta (Schechner, 1992, 39) u kojem je scena osvijetljena, aktivna, bučna, s kostimiranim izvođačima, a gledalište u mraku, pasivno, ispunjeno publikom u svakodnevnom odijelu. Scenskim sredstvima kroz komunikaciju izvođača i gledatelja u realnom vremenu i fizičkom prostoru, ostvaruje se zajednički doživljaj. Festivali kao estetska i sociokulturna komunikacija predstavljaju povijesnu transformaciju gradskih svetkovina sa sudionicima, na jednoj i promatračima na drugoj strani. Victor Turner u raspravi o nastanku modernog kazališta, insistira na razlici između aktera i publike kao i Richard Schechner koji kaže da je paradigmatska kazališna situacija grupa izvođača što salijeće publiku koja može ili ne mora doći (Turner, 1989, Schechner, 1992). Praktični domeni teatra proširuju se na čitavo polje umjetnosti, kulture i društva, pa teatarske forme ulaze u sve oblike društvenog života, dok se u kazalištu mogu proučavati sociološko-antropološki procesi. Izvođenje se realizira u prostoru koji mora zadovoljiti određene propisane standarde i koji je osmišljen tako da ima aktivnu ulogu u građenju ambijenta za performans. Vizualni i zvučni efekti izazivaju doživljaje neizmjernog zadovoljstva publike. Za festivalski događaj rezervirana su najmodernija tehnička sredstva za postizanje odgovarajućih efekata kao što su ekrani na kojima se projektiraju videosekvence, promotivni blokovi, slično kao u suvremenom kazalištu u kojem se scena pojavljuje kao ekran. Projektiranjem videozapisa pred svako izvođenje ili emitiranjem sekvenci koje ilustriraju ono što se govori na sceni, publici se predočava vizualni sadržaj koji ih priprema za sljedećeg izvođača i pruža im utisak spektakla.

Glazba kao posebna forma umjetnosti oduvijek je bila dio kulture prenoseći iskustvo ljudi i omogućavajući im da izraze svoje trenutne misli i impresije, da čuju sami sebe. Iako nema pravu formu komunikacije, jer joj nedostaju svi elementi jezičnog sustava, glazba predstavlja sredstvo komunikacije među kulturama, a takozvani ‘glazbeni jezik’ kao element muzičkog izraza, daje opću odrednicu glazbenom sustavu. Ovakav pristup ukazuje na sličnosti među različitim muzičkim kulturama, što dodatno utječe na komunikativnu funkciju glazbe. Muzički izraz, odnosno, muzički jezik različitih kultura, na djelu preslikava svoju komunikativnu funkciju kroz sagledavanje sastavnih elemenata kao što su: forma, metar, ritam, melodija, harmonija, interpretacija. Kako je promišljanje o estetici muzike svoj zenit doživjelo u XVIII. i XIX. stoljeću, s razvojem popkulture i popularne glazbe sredinom XX. stoljeća, razvila se i estetika popa i rocka. Kao moćno sredstvo suvremene umjetničke prakse, skandal i šok postali su prepoznatljivo obilježje moderne umjetnosti u cilju ostvarivanja što boljeg ekonomskog efekta. Koristeći strategiju provokacije kao marketinško

sredstvo, kao metodu komuniciranja s publikom, moderna umjetnost, mediji i popkultura našle su se na prekretnici odlučujući se za skandal i šok kao nova sredstva suvremene umjetničke prakse. U posljednje vrijeme, države učesnice Eurosonga "instrumentalizacijom etnomuzičke tradicije, igraju na kartu neobičnosti, nesvakidašnjosti, zadovoljavajući trenutne potrebe zapadnog tržišta, za egzotikom, upravo onakvom kakvom je Zapad doživljava" (Bikić, 2008, 97). Muzički folklor njeguje otvorenu formu, jer on počiva na varijantnosti u procesu izgradnje cjelovite forme. Varijantnost je specifična za tradiciju, jer se vidovi njenog obnavljanja ostvaruju u konkretnim situacijama. U globalnom selu, prepleće se različite kulture što predstavlja svojevrsnu prezentaciju i otvaranje granica društvenog prostora i vremena (Leach, 2002, 51). Dok se na analognim snimcima prije pedesetak godina zvuk snimao u obliku valova, digitalni zapis podrazumijeva prebacivanje muzičkih signala u binarni kompjutorski kod 0 ili 1. „Kompjutorski binarni kod može se koristiti i za tekstove i videosnimke tako da se snimljeni materijal može prebacivati na i sa tih formata bez umanjenja kvalitete snimke“ (Poter, 2011, 303).

Iako se čini da je u ovom festivalskom performansu primaran zvuk, jer izvođači izvode glazbene brojeve, to je samo prvi utisak, odnosno to je bila praksa karakteristična za same početke razvoja festivala. S vremenom, publika je postala zahtjevnija, pa je naviknuta promatrati videospotove MTV televizije, počela je više pažnje usmjeravati k vizualnom opažanju. Danas se s pravom može reći da je Eurosong izrastao u svojevrstan šouprogram u kojem je pri izvođenju glazbenih točaka, ples postao obvezan. Dobro uvježbana koreografija s najviše pet izvođača na sceni predstavlja standard i obvezu svakog sudionika programa. Publika naoružana slikama izvođača i zastavama zemlje sudionika nije se u istom ritmu, pa se tako koncentracija promatrača performansa kao umjetničkog djela prenosi na vlastito tijelo. Iako različiti, svi pokreti izvođača i gledatelja postaju jedna dinamična cjelina, a performans na sceni i dalje zadržava formu oblikovanog, uvježbanog i definiranog rada. Čitavi timovi rade na oblikovanju programa Eurosonga. Centar scene osvijetljen je snopovima najraznovrsnijih boja čineći iluziju potpunom, a u pozadini se projektiraju razne videosekvene prethodno osmišljene u dogовору s tehničarima i majstorima svjetla. U ritmu glazbe smjenjuju se projekcije; tako se realnost ogleda u iluziji, a iluzija u realnosti. Slike stvaraju prizore na osnovi kojih se kod publike grade nova iskustva. Kompletну sliku upotpunjava voditeljski par koji zabavlja gledaoce u dvorani i ispred malih ekrana u svojstvu domaćina šouprograma. Komunikacija koja je sastavni dio raznih vidova i područja života, pa i u umjetnosti, interakcija s publikom postala je važna karika u oblasti performansa, pa se izvođenje sagledava kao komunikacijski proces. Želja za promjenom ponašanja gledatelja osnova je borbe za pažnju publike. Dok medijski spektakl prema McLuhanovu globalnom selu postaje globalni teatar i dobiva definiciju globalizacije, a umjetnici postaju „eksperimentatori medija“ (Alić, 2010, 51), razvoj novih informacijskih tehnologija kroz tehnospektakle oblikuje suvremeno društvo i njemu pripadajuću kulturu. „Ako nas jedino spektakl može učiniti živima i zainteresiranim, onda... moramo misliti u pojmovima masovne psihologije spektakla“ (Alić, 2012, 19) u svijetu masmedija koji oblikuju našu stvarnost dajući nam obrasce za ponašanje, razmišljanje, djelovanje.

Zaključna razmatranja

Antička Grčka imala je svoje Olimpijske igre, festivale poezije, javne retoričke diskusije, atletska natjecanja, a muzička umjetnost koristila se sinkretički, kao podloga za pojačavanje zvuka i značenja riječi i ritma. Rim je svoje spektakle održavao u areni pod motom ‚kruha i igara’, parade i triumfalnih vrata za pobjednike; kultura Istoka koju je predstavljao Džingis-kan imala je svoje vojne spektakle kojima se simbolizirala moć i održavala pokornost. Sinkretički spektakl pokreta, maski i kostima u Kini bio je karakterističan za carski spektakl; liturgijske drame, performansi za mase s elementima scenske umjetnosti kao kršćanske vjerske ceremonije. Glazbenu umjetnost običnog svijeta pronosili su putujući svirači s kraja na kraj zemlje, dajući narodnim svetkovinama, karnevalima, festivalima na kojima su nastupali nivo spektakla; pjevači i pjesnici, dramski pisci i glumci, klaunovi i akrobati, žongleri činili su da događaj dobije izgled prave scenske radnje na improviziranim scenama koje su se formirale od ulice do plemičkih dvorana. Počeci pjevanja i plesa vezuju se za magijske obrede, grčke tragedije i komedije, rimske povorce i cirkuske predstave, srednjovjekovne turnire, crkvene rituale, liturgijske drame, narodne i dvorske pjesme i igre. Za razliku od ovih formi, Debord je moderni spektakl sagledavao kao fenomen koji je zahvatio sve domene umjetnosti, kao i popkulture popularizirajući je i uvodeći u tržišne tijekove. U svijetu šoubiznisa Andy Warhol pretvarajući umjetnost u masovnu industrijsku proizvodnju, koncept popkulture začinio je spektaklom i umjetnošću. Kultura se sve više približava Internetu i njegovoj hipertekstualnoj strukturi u kojoj se od jedne informacije dolazi do druge i tako skoro u nedogled.

Moderno doba karakteriziraju zabavne forme s elementima spektakla. Svi ti događaji nalikuju performansu kao izražajnoj formi koja ukoliko nije prethodno umjetnička, dovodi do toga da performans u svijetu zabave gubi svoj prvobitni karakter. Sve češće, kao jedan od momenata spektakla, performans postaje dio medijske kulture, jer upotreba novih tehnologija u predstavljanju slika svijeta koji nas okružuje nije dovoljno atraktivana, pa se pribjegava upotrebi scenskih efekata, kostima, kako bi se pažnja publike skrenula na konkretan medijski doživljaj. „Performans, sagledan u kontekstu izbora za pjesmu Eurovizije, izgleda ukroćeno, pacificirano, instrumentalizirano, u funkciji masovne zabave i spektakla. Izvođenja su, u ovim okvirima, nerijetko začinjena teatarskim i koreografskim elementima, cirkuskim akrobacijama, bogatom pirotehnikom i različitim, medijski atraktivnim scenskim efektima”⁶¹ Umjesto estetskog sagledavanja glazbe u prvi plan se izdvaja vizualna komunikacija s globalnom publikom, što rezultira već isprobanim receptom koji forsira izvođenje uz upotrebu različitih rekvizita – počevši od stolice koja eksplodira, staklenog kovčega od 1200 kilograma, do Stradivarijeve violine. Izvođači su, uz kostime anđela i đavola, upotrebu pirotehnike i velike kutije u obliku knjige koja se tijekom nastupa otvara i formira srce, na pozornicu dovodili svjetske prvake u umjetničkom klizanju, poznate violiniste. Malo tko obraća pažnju na vrstu glazbe koja se izvodi na festivalu i umještost interpretacije izvođača. Iako se najčešće izvodi pijevna popmuzika, na Pjesmi Eurovizije mogu se čuti i kompozicije raznih žanrova – balade, rock,

⁶¹ <http://www.politika.rs/rubrike/Kulturni-dodatak/Cirkus-zvani-Evrosong.lt.html> – Divna Vuksanović *Cirkus zvani Evrosong*

jazz, hip-hop, heavy metal, latino, a posljednjih godina sve je popularnija etnoglazba. Izvođenje koje se ovdje promatra interkulturalno, podrazumijeva aktivno oslobođanje energije i mašte i nije samo čin *predstavljanja*, nego i mjesto *realnog okupljanja*. **Čin izvođenja i čin njegove recepcije postaju realnost u kojoj izvođači i publika u istom prostoru izvode aktivnosti izvođenja i gledanja.** Recepција i percepcija primatelja poruka u medijatiziranom društvu preusmjerena je s pluraliteta gledateljstva na singularnost. Scenski oblici različitih kultura po Schechnerovom tumačenju, sadrže iste strukturalne elemente: tekst, pokret, mizanscena, organizaciju i upotrebu prostora, scenografiju ili ambijent, atmosferu, publiku, recepciju, pa je tako scena eurovizijskog festivala iako dosta unipolarna, još uvijek takav primjer.

Eurosong je izrastao u performans koji je za potrebe zabave globalne publike, vizualni doživljaj stavio ispred estetskog, medijske efekte ispred umjetničkog. Kontekst festivala podrazumijeva različite društvene faktore, koji uokviruju znakove s društveno konstituiranim značenjima. Lako je zaključiti da eurovizinski kontekst performansa već decenijama unazad ne preslikava kulturne vrijednosti naroda koje izvođači reprezentiraju, nego na sceni promovira vlastite vrijednosti. Pošto je društvo spektakla u vrijednosnom pogledu sinonim za kič, teško je izdvojiti izvođenje koje u sebi nosi umjetničke vrijednosti, jer ne postoje ni jasni kriteriji vrednovanja počevši od scene, muzike do izvođača.

Literatura:

- Alić, S. (2010). *McLuhan – Nacija filozofije medija*. Zagreb: Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja.
- Alić, S. (2012). *Masmediji – Zatvor bez zidova*. Zagreb: Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja.
- Baker, Catherine (2008). Dancing at the gates of Europe: statehood, boundaries, and Croatian participation in the Eurovision Song Contest. Paper presented at the Conference Singing Europe: Spectacle and Politics in the Eurovision Song Contest. Volos, Greece, 29 February - 2 March 2008.
- Benjamin, V. (1974). *Eseji – Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije*. Beograd: Nolit.
- Bikić, S. (2008). *Eurovizija: Pesmom do Europe?* CM-časopis za upravljanje komuniciranjem 3(6): 83–99.
- Bodrijar, Ž. (1991). *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad: Svetovi.
- Brigs, A. i Kobli, P. (2005). *Uvod u studije medija*. Beograd: Clio
- Debord, Guy (2003). Društvo spektakla. Nađeno 12.5. 2009. na http://www.crsn.com/debord//Drustvo_spektakla_Gi_Debor.pdf

- Dragićević-Šešić, Milena (1994). *Neofolk kultura – Publika i njene zvezde*. Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Z. Stojanovića.
- Easthope, A. (2006). "Visoka kultura / popularna kultura: Srce tame i Tarzan među majmunima". U: *Politika teorije (zbornik rasprava iz kulturnih studija)*. Duda D., ur. Zagreb: Disput d.o.o., str. 297-309.
- Fisk, Džon (2001). *Popularna kultura*. Beograd: Clio.
- Hall, Stuart (1973). *Kodiranje i dekodiranje u televizijskom diskursu*. <http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/hall.htm>, UDK: **621.39:124**, posećeno 10.8.2011.
- Hall, Stuart (2007). „The Spectacle of the ‘Other’“, in *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, ed. Stuart Hall (London: Sage): 223–290.
- Herman, E. i Mekčesni R. (2004): *Globalni mediji*; Beograd: Clio.
- Jovićević, A. i Vučanović, A. (2007). *Uvod u studije performansa*. Beograd: Fabrika knjiga
- Kelner, D. (2004). *Medijska kultura*. Beograd: Clio.
- Kunst, B. (2004). *Strategije samoizvođenja: o sopstvu u savremenom performansu*, prevela Ana Vučanović, TkH, br 7, 150-158.
- Le Guern, Philippe (2000). „From National Pride to Global Kitsch: the Eurovision SongContest“. *Web Journal of French Media Studies*, 3 (1). Posećeno 30.10.2010 URL:<http://wjfms.ncl.ac.uk/leguWJ.htm>
- Lehman, H. (2004). *Postdramsko pozorište*. Zagreb: Centar za dramsku umjetnost.
- Lič, E. (2002). *Kultura i komunikacija*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Makljan, Maršal (1971). *Poznavanje opštila, čovekovih produžetaka*, Beograd: Prosveta.
- Poter, Dž. (2011). *Medijska pismenost*. Univerzitet u Santa Barbari, Kalifornija, SAD
- Šekner, R. (1992). *Ka posmodernom pozorištu – Između antropologije i pozorišta*. Beograd FDU
- Tarner, V. (1989). *Od rituala do teatra – Ozbiljnost ljudske igre*. Zagreb: Avgust Cesarec
- Todorović, Luj A. (2009). *Umjetnost i tehnologije komunikacija*. Beograd: Clio.
- Virilio, Pol (2000). *Informacička bomba*, prevod s francuskog Nenad Krstić, Novi Sad: Svetovi.
- Vuksanović, D. (2007). *Filozofija medija*. Beograd: Čigoja.
- Vuksanović, D. (2011). *Filozofija medija: ontologija, estetika, kritika*. Beograd: Čigoja štampa.
- Vuksanović, D. (2010). *Cirkus zvani Evrosong*. Nađeno 20.6.2010. na <http://www.politika.rs/rubrike/Kulturni-dodatak/Cirkus-zvani-Evrosong.lt.html> –

Williams, Raymond (1974). Television: Technology and Cultural Form. http://books.google.rs/books?hl=sr&lr=&id=9XYfPRBR3awC&oi=fnd&pg=PR7&dq=Raymond+Williams,+Culture+and+Society%281966%29,+Television:+Technology+and+Cultural+Form+%281974%29&ots=bgxZJnxBVf&sig=dTceoVngewzdLCRgHzxcvrqCOys&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

The Performance of the Mass Media: Eurosong as the Media Spectacle

Abstract

The media with its distinctive properties and synthesis of different possibilities of expression in the modern, technical basis, in today's world, according to many in society of the spectacle, represent the scene that political and social elite are fighting for. The world represented in media through which all the tendencies of socio-political context are reflecting, is the world of an "imposed" market of developed countries and their cultures.

The effect of performance in media-society, has become an everyday life, and the audience is accustomed to receive the whole life composed of different scenes through the media as desirable, recommended and only true lifestyle. The media spectacle, as the dominant form of life, presented everywhere, from commercials to the latest news, entertainment and artistic content through video and audio is directly involved in the formation of socio-cultural life by providing materials to create their own identity. In the society of the spectacle, the actual events are seamlessly converted into produced one, media one. Television, which, formerly, was used for entertainment or cultural elevation, in the present, toward Virilio "it must first create a world time of sharing, virtual vision that displaces vision of the real world that surrounds us." The idea of this paper is to show at the example of the Eurosong, how this media spectacle becomes the artistic performance of most European viewers once a year.

Keywords: mass media, performance, media spectacle, Eurosong, culture.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Vanda Babić, Denis Vekić

Sveučilište u Zadru, Odjel za kroatistiku i slavistiku
vbabic@unizd.hr

Sveučilište u Zadru, Odjel za hrvatski jezik i književnost
dvekic@unizd.hr

Smisao i značaj suvremenih medija u prikupljanju i proučavanju hrvatske usmenoknjiževne baštine

Sažetak

Pri proučavanju hrvatske usmenoknjiževne baštine od iznimne važnosti su zapisi koji su ostali sačuvani kao bilješke na dokumentima, pjesme u zbornicima i pjesmaricama te kao sastavni dio književnoumjetničkih djela. Zapisi objektivno prikazuju usmenoknjiževni tekst koji je predmet istraživanja i proučavanja usmene baštine. Međutim, sami zapisi nisu dostatni kada se proučava usmenoknjiževni tekst i njegov kontekst. Samom tekstu pridružuje se glasovni zapis koji vjerno predstavlja dikeiju, ritam, ton i boju pri povjedačeva glasa. Video zapisi predstavljaju gestikulaciju, kontekst i emociju pri povjedača. Bez uloge suvremenih medija usmenoknjiževni zapisi bi bili nedostatni za istraživanje temeljnih aspekata komunikativnosti koji se mogu tumačiti kao kontekst. Mediji javnog komuniciranja uvelike utječu na širenje osnovne ideje prijenosa usmenoknjiževnog teksta, a to je - pri povijedanje.

Ključne riječi: usmena književnost, mediji, pri povijedanje, audiovizualni zapis, informacije

Proučavanje usmenoknjiževnih tekstova je proces koji zahtijeva usmjeravanje znanstvenog interesa na prošlost i na dokumentaciju koja svoje informacije prenosi putem tradicionalnih medija kao što su pergament, papir ili pak kamena ploča. Istražujući taj aspekt ljudskog djelovanja, često se gubi predodžba o multimedijalnoj afirmaciji usmene književnosti. Zapisivači i sakupljači usmenoknjiževnih tekstova, proveli su mnoge godine svojih života zapisujući poslovice, lirske pjesme, epske pjesme, priče i predaje, koje su bilježili u trenutku kada bi je kazivač usmenim putom prenasio zapisivaču.⁶² Takav način prijenosa informacije bio je iznimno tradicionalan jer je slijedio primjer najranijih zapisivača iz babilonskih, kineskih i egipatskih vladavina, kada su služe zapisivale diktate i govore svojih gospodara. Prikupljanje usmenoknjiževne građe i njen prijenos informacija je valjan ukoliko se zapisivač pridržava pravila zapisivanja usmenoknjiževne baštine, koji nazivamo *Hektorović-Vrazovim zakonom*. Petar Hektorović je u 16. st. u djelu *Ribanje i ribarsko prigovaranje* prvi prikazao dvojicu narodnih pjevača, te je postavio standard prijenosa informacija usmenoknjiževne baštine. Hektorović primjerom prikazuje da narodne pjesme treba bilježiti i predočiti vjerno, tečno, kako ih izgovori kazivač. Stanko Vraz u 19. st., u časopisu „Kolo“, savjetuje zapisivače kojima piše da pri bilježenju ne smije ništa preinačavati, mijenjati ili popravljati „nego ih valja bilježiti onako kako izviru iz ustiju naroda“.⁶³ Raspoloživa vrela nam dokazuju da najstarija bilježenja usmenoknjiževnog stvaralaštva sežu čak u prvu polovicu 15. stoljeća. Ta zapisivanja bila su čista bilježenja na terenu, bez utjecaja i povezivanja s pisanim književnostima.⁶⁴

Kako bi se valjano proučio utjecaj suvremenih medija na usmenu književnost, potrebno je shvatiti da je usmena književnost u prošlosti nastajala u mnogim društвима, i to prije nastanka pisma. Prijenos informacija išao je usmenim putom i osnovni medij je bio čovjek sa svojim govorom ili pjevanjem.

Hrvatska usmena književnost, koja se prati kroz dokumentiranu informaciju, ima svoj tijek i postojala je prije tzv. *pisane književnosti*. Josip Kekez tumači da su postojale tri faze povijesnog suodnosa usmene i pisane književnosti: 1) agrafijska – postoji isključivo usmena književnost, a traje kroz cijelo agrafijsko razdoblje do pojave pisane književnosti; 2) usmena i pisana književnost s prevladavanjem usmene književnosti, a traje od početka pismenosti do 2. svjetskog rata; 3) usmena i pisana književnost s prevladavanjem pisane književnosti, traje od 2. svjetskog rata do današnjih dana, stvaralački i izvedbeni kontekst brže se mijenja negoli kroz čitavo prošlo tisućljeće.⁶⁵ Tada, kao i sve do današnjih vremena, usmena književnost dopire do pisane na dva načina: izravno iz

62 Zagrebački biskup Maksimilijan Vrhovac potaknuo je na zapisivanje i sakupljanje usmene književnosti *Okružnicom* 1813. godine. Zbog tog poticaja u *Hrvatskom narodnom preporodu* dolazi do procvata hrvatske usmene književnosti u izvedbi i zapisima. Antun Radić je objavio 1897. godine *Osnovu za sabiranje građe o narodnom životu*, a kasnije je bio urednik *Zbornika za narodni život i običaje Južnih Slavena*.

63 Više o tome vidi u Maja Bošković – Stulli, *Usmena književnost : izbor studija i ogleda*, Školska knjiga, Zagreb, 1971. i Josip Kekez, *Hrvatski književni oikotip*, Zavod za znanost o knjizevnosti Filozofskog fakulteta u Zagrebu, Zagreb, 1992.

64 Josip Kekez, *Međuprožimanje usmene i pisane srednjovjekovne hrvatske književnosti* u knjizi *Prva hrvatska rečenica, Pogledi na suodnos usmene i pisane hrvatske književnosti*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, 1988., str. 33.

65 Vidi: Josip Kekez, *Usmena književnost*, u Zdenko Škreb, Ante Stamać, *Uvod u književnost, teorija, metodologija*, Nakladni zavod Globus, Zagreb, 1998., str. 134.

performansijskoga konteksta i posredstvom tehnike pisma.⁶⁶ Bilježenjem usmenoknjiževne građe u 20. stoljeću mijenja se i medij prijenosa usmenoknjiževne informacije te tako prvotni govor zamjenjuje zapis, a zapis nadograđuje novi posrednik u komunikaciji – audiozapis. Usmenoknjiževni zapis također upotpunjuje i fotografija koja dokumentarističkim portretiranjem doprinosi razvoju etnografije, antropologije i umjetnosti fotografije. U suvremenim prikupljanjima i istraživanjima usmenoknjiževne baštine uključuje se još jedan značajan prosrednik u prijenosu egzaktnih informacija, koji gotovo nadvisuje sve dosadašnje medije koji bilježe usmenu književnost- taj medij je video zapis.

Mnogi zapisi koji su se prikupili od kazivača u znanstvenim krugovima smatraju se točnima i valjanim za znanstveno proučavanje. Proučavajući zapise, znanstvenici su prihvatali pretpostavku da su zapisi ispravno zabilježeni i da prenose informaciju u skladu sa spomenutim Hektorović-Vrazovim zakonom. Međutim, ne može se sa sigurnošću tvrditi da je neki zapis, iz, npr. 16. stoljeća, ispravno zabilježen te da je upravo onakav kakvog ga je izrekao i usmenim putom prenio kazivač – daroviti pojedinac koji stvara ili koji prenosi usmenu baštinu. Uspoređivanjem i analizom možemo doći do preciznijih podataka, no ni takav postupak nije jamstvo ispravnosti i egzaktnosti.

Proučavanje prošlosti je mnogo puta pokazalo kako se može manipulirati usmenoknjiževnim zapisima i kako se može uvesti politika i agresivni nacionalizam u sve sfere znanosti pa tako i u usmenu književnost. Zapisivači su oni koji su u mogućnosti modificirati izvorni usmenoknjiževni izričaj, dajući mu konotaciju nacionalnog, regionalnog, lokalnog ili osobnog interesa. Nepravilnim prijenosom informacije usmenoknjiževnog teksta najviše nepravde se čini samom stvaraocu koji je stvorio jedinstveno intelektualno-umjetničko djelo, proizašlo iz stoljeća razvoja estetike određenog društva. U ove manipulacije tekstovima ne ubrajamo improvizacije koje stvara kazivač jer je improvizacija bitan aspekt usmenoknjiževnog stvaralaštva. Upravo improvizacije i različite varijante usmenoknjiževnih tvorevina predstavljaju slobodu umjetničkog stvaranja i dostupnost umjetničkog izričaja bez originalnog autora te predstavlja svojevrsnu opreku stavu suvremenog društva o ideji intelektualnog i umjetničkog vlasništva pojedinca.

Jednom kad su usmenoknjiževne tvorevine zapisane ili snimljene, prema njima se ponaša kao prema književnim djelima i od tog trenutka usmenoknjiževna tvorevina svoj bitak ostvaruje kroz tekst – medij koji nikada nije bio prijenosni medij usmene tvorevine. U sklopu suvremenih teorija, teoriju recepcije može se smatrati područjem teorije komunikacije, jer recepcija nekog teksta djelomično odgovara komunikacijskom činu, a tekst se određuje kao temeljna jedinica komunikacije.⁶⁷ Pismo je dugo vremena imalo gotovo magičnu moć kao privilegiran i siguran medij prenošenja poruke te se danas mogu čuti izreke koje ističu ulogu pisma; „crno na bijelo“ koje sugerira nešto sigurno, nešto zapisano.⁶⁸ Stoga proučavatelji usmene književnosti pristupaju proučavanju zapisa koji su

66 Josip Kekez, *Meduprožimanje usmene i pisane srednjovjekovne hrvatske književnosti* u knjizi *Prva hrvatska rečenica, Pogledi na suodnos usmene i pisane hrvatske književnosti*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, 1988., str. 74.

67 Zrinjka Glovacki-Bernardi, *O tekstu*, Školska knjiga, Zagreb, 2004., str. 31.

68 Branko Vučetić, *Lingvistika govora*, FF press, Zagreb, 2007., str. 123.

“zamrznuti” u vremenu i prostoru i nemaju priliku za preinaku i nadogradnju. Na neki način, zapis kao medij ograničava život i razvoj usmenoknjiževne tvorevine jer je izdvaja iz konteksta pripovijedanja. S druge strane, svi zapisi koje imamo su vrijedni dokumenti vremena i kulture te na taj način omogućuju da neka pjesma bude suvremena i zapamćena, a ne zaboravljena kada je prestane izvoditi određeno društvo. Jezik jednako dobro funkcionira kao medij sredstva, istovremeno kao medij duha.⁶⁹ Svaki jezik implicira neku granicu a pismenost omogućuje bolju i bržu prenosivost informacija.⁷⁰ Pismo ne povezuje samo ljude jedne epohe, nego povezuje i generacije s generacijama, epohe s epohama, i predaje kulturnu baštinu dalnjim potomcima. Na taj način ono predstavlja nesumnjivo najvažniji instrument kulturnog razvitka čovječanstva.⁷¹ Pismo, a time i knjiga bili su sredstvo uspješnog umnažanja i sveobuhvatnih utjecaja na društvo.⁷²

Régis Debray⁷³, analizirajući „evoluciju“ tehnika informacijske transmisije, povijest ljudskog roda dijeli na logosferu, grafosferu i videosferu. Logosferu Debray promatra kao eru idola u najširem smislu, eru koja se proteže od izuma pisma do izuma tiska. Grafosferu naziva erom umjetnosti i proteže se od vremena otkrića tiskarskog stroja do pojave televizije u boji. Videosferu naziv erom vizualnog u koju svrštava ljude današnjice.⁷⁴ Onog trenutka kada je pisanom zapisu dodan audiozapis, snimljen magnetofonom ili digitalnim audiosnimačem, umjetničko djelo širi svoju medijsku dostupnost i postaje dokument. Upravo taj trenutak je najveći skok u napretku prijenosa informacije jer se tada tek izmišljena pjesma može reproducirati na isti način kako je i ispjevana. Prednost audiozapisa kao medija nad zapisom jest u tome što uvelike utječe na očuvanje i objektivnost usmenoknjiževne tvorevine. Najveća prednost audiozapisa je u tome što ne zanemaruje usmenost kao vrstu medija. Slušanje audiozapisa i govora općenito uključuje i druge razine aktivnosti, a to je najprije funkcija razlikovanja slušnih i govornih formi.⁷⁵ Usmeni način prijenosa informacije je i dalje aktivan s razlikom u nemogućnosti obostrane komunikacije između slušatelja i pripovjedača/kazivača. Govor je značajan za proučavanje usmenoknjiževnih audiozapisa jer se govorom ne izražavaju samo intelektualni sadržaji već sveukupnost ljudskog doživljavanja, tj. emocije i motivativna stanja.⁷⁶

Audiozapis usmenoknjiževne tvorevine kao medij je značajan u proučavanju jezika i govora određenog naroda. Iz audiozapisa se može proučavati dijalektalno određenje nekog govora kao i povjesna determinacija govora određenog vremena i područja. Ono što se ne može proučavati iz audiozapisa je sve ono što taj medij nije zabilježio. Jezik se kao organizirani sustav znakova i pravila može ostvariti u usmenom obliku (govorom) i pisanom obliku (pismom)... Govor je auditivno,

69 Sead Alić, *Masmediji, zatvor bez zidova, Tekstovi filozofije medija*, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Biblioteka KUGLA, Zagreb, 2012., str. 184.

70 Sead Alić, *Masmediji, zatvor bez zidova, Tekstovi filozofije medija*, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Biblioteka KUGLA, Zagreb, 2012., str. 177.

71 Zvonimir Kulundžić, *Historija pisama materijala i instrumenata za pisanje*, Izdavačko poduzeće Školska knjiga, Zagreb, 1951., str. 2-3.

72 Sead Alić, “Filozofija prakse u retrovizoru mediologije”, *Filozofska istraživanja* 111, god. 28 (2008) Sv. 3, str. 556.

73 Régis Debray, francuski filozof i mediolog rođen 1940. godine.

74 Régis Debray, “Tri doba motrenja”, ČEMU, broj 7-8., s engleskog prevela Jasmina Božić, str. 87.

75 Fuad Ibrahimpašić, Suzana Jelčić, *Govorna komunikacija*, Zavod za zaštitu zdravlja grada, Zagreb, 1992. str. 9.

76 Vladimir Stančić, Marta Ljubešić, *Jezik, govor, spoznaja*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 1994., str. 84.

(zvučno, slušno) sredstvo, a pismo vizualno (vidljivo, likovno) sredstvo realizacije jezika.⁷⁷ Kao što pisani zapis često nije zabilježio naglasak, ton, boju, snagu i intezivnost govora/glasa, tako audiozapis nije zabilježio ništa što se tiče vizualnog aspekta. Također, slušanje je vrsta receptivne čovjekove sposobnosti koja omogućuje usvajanje fonetsko-fonološkoga sustava nekog jezika.⁷⁸ Audiozapisi su također podložni manipulaciji, ali su već teži medij za preoblikovanje i transformiranje. Uz audiozapise prilaže se često fotografije koje pomažu da se odredi društveni, socijalni, imovinski i dr. aspekt kazivača/ice. Fotografija kao medij čest je prilog usmenoknjiževnim zapisima te pomaže istraživačima u dubljoj analizi teksta kojemu na taj način pridvajaju objektivističku metodu analize. No, zapitajmo se je li priložena fotografija osobe zapravo fotografija samog kazivača? Uzmimo da je priložena fotografija uz tekst fotografija kazivača koji je taj tekst ispričao. No, što ako u jednoj polici s tekstovima i fotografijama izmješamo fotografije tako da svi tekstovi imaju pogrešne fotografije? Možemo li onda reći da vizualni mediji i audiomediji pokazuju istinu u filozofskom i praktičnom smislu? Ne u potpunosti.

U suvremenom društvu 21. stoljeća, čak se ni fotografija na sudskim procesima više ne koristi dok se ne utvrdi je li na bilo koji način manipulirana i modificirana.⁷⁹ Kako, dakle, možemo bilježiti usmenoknjiževnu baštinu, a da joj se može utvrditi valjanost i originalnost? Najprecizniji, no ne i savršen način, jest audiovizualna snimka. Kao i fotografija, audiovizualni zapis je također podložan manipulacijama, montaži i izmjeni, kako slike tako i zvuka. Audiovizualni zapis u digitalnom obliku, koji u svakodnevnom govoru nazivamo "video" ili "videosnimka", za sada je najobjektivniji i najpoželjniji način bilježenja kazivanja usmenoknjiževnog pripovjedača ili pjesnika.

Sve do pojave videokamere, znanstvenici su se koristili tekstovima koji su čuvani u pjesmaricama, zbirkama, obiteljskim arhivima, bilježnicama, pergamenama pa čak zapisani na sudskim dokumentima, kao što je bio slučaj s prvim hrvatskim dvostihom koji je bio zapisan na rubu sudskog dokumenta obitelji Gučetić.⁸⁰ Takvi slučajni nalazi su od iznimne važnosti za proučavatelje hrvatske usmene književnosti jer se mogu datirati pa im se čak može pronaći autor metodama proučavanja kaligrafije i rukopisa, određivanja starosti tinte, itd. Sve te pseudoarheološke aktivnosti suvremenih znanstvenika mogu se izbjegći sustavnim arhiviranjem pisane i audiovizualne građe koja neće biti materijal koji će proučavati i čitati samo okorjeli znanstvenici, nego će biti dostupan širokoj javnosti pa čak i inozemnim znanstvenicima koji proučavaju hrvatsku usmenoknjiževnu baštinu. Videozapis daje uvid u stvarnost onog trenutka u kojem je prenesena usmenoknjiževna poruka, ali isto tako daje uvid u neverbalne signale koje kazivač nesvesno daje. Ponekad ljudi riječima izražavaju jednu poruku, a njihovo tijelo šalje drugu poruku. Naravno, nesuglasnost između neverbalne i verbalne

77 Dunja Pavličević- Franić, *Komunikacijom do gramatike, Razvoj komunikacijske kompetencije u ranome razdoblju usvajanja jezika*, Alfa, Zagreb, 2005., str. 27.

78 Isto, str. 92.

79 Manipulacija izgleda fotografije nije tehnika koja je svojstvena suvremenim tehnologijama. Još na početku 20. stoljeća vršile su se razne manipulacije fotografija pod sovjetskim režimom kako bi se s fotografijama uklonili Staljinovi protivnici koji su mu nekad bili bliski suradnici. Fotografijom se manipulira danas pri kreiranju novinskih naslovница i drugih elemenata tiska. Najpoznatiji suvremeni slučaj je teorija manipulirane fotografije koja prikazuje mrtvog Osamu bin Ladenu.

80 Stipe Botica, *Usmenoknjiževna čitanka*, Školska knjiga, Zagreb, 1995., str. 10.

poruke nije uvijek jasna i u usmenoknjiževnim videozapisima neverbalna poruka obogaćuje samu verbalnu poruku. Kada je velika razlika između verbalne i neverbalne poruke, čovjek je skloniji vjerovati neverbalnoj poruci jer se ona dovodi u blisku vezu s podsvjesnim.⁸¹

Isto tako, kada se promatraju novi mediji, može se primijetiti jedna osobina znanstvenog istraživanja usmene književnosti; osobina koja svodi znanstvenika na osobu koja analizira postojeće tekstove, ali ih ne širi dalje i ne predstavlja ih kao živu riječ koja je u prošlosti usmenim putom "putovala" od plemena do plemena, od sela do sela, od države do države. Unatoč velikom interesu za proučavanje usmene književnosti, nedostatno je samo proučavati tekstove i zapise koji se neće oživjeti ili prenosi svojoj zajednici.

Proučavatelj usmene književnosti nije ona osoba koja čini da usmena književnost opstaje i živi. On je samo distancirani istraživač nematerijalne baštine jednog društva. Ona osoba koja stvara usmenu književnost i koja održava na životu tzv. "živu riječ" pripovijedanja, ona je zaslužna za prijenos informacije do slušača i do širih masa. Koliku ulogu u širenju "žive riječi" imaju suvremeni mediji i na koji način do slušača dolazi usmena književnost, pitanja su na koja se može odgovoriti promatranjem svakodnevnice.

Usmeni prijenos vica, koji je nastao u sklopu usmene književnosti, ovisi o kvaliteti istog i još više o kvaliteti – vještini onog koji taj vic pripovijeda. Napisani vic u mnogim segmentima ne dostiže vrijednost istog ispričanog vica jer njegov smisao ne leži u tekstu, već u načinu izlaganja. Isto tako, mnoga umjetnička djela usmene poezije završavaju na listovima i knjigama na policama knjižnica. Čitatelji ih čitaju, a te pjesme su rezultat pjevanja i usmenog kazivanja te ih je kao takve zamislio sam tvorac. U tom smislu, suvremeni mediji, a napose audiozapis i audiovizualni zapis, funkcioniraju kao idealni prijenosnici poruke i vrše funkciju pripovjedača. Korištenjem tih medija, osvremenjuje se forma prijenosa informacija, ali se ne gubi cilj i svrha istog, a to je – pripovijedanje. Videozapis ne treba analizu, ne treba uvod i objašnjenje; videozapis kazivača/pripovjedača postaje poruka sama za sebe, a posredstvom suvremenih medija čuva jedan dio prošlosti, umjetnosti i života.

Pokazatelj važnosti suvremenih medija u opstanku i populariziranju usmene književnosti je i revitalizacija pojedinih usmenoknjiževnih formi kroz medij filma i Interneta. Primjerice, u djelu *Prosjaci i sinovi*⁸², autora Ivana Raosa, postoje mnogi elementi usmene književnosti kao što su poslovice, sentencije, dvostisi, epske pjesme, anegdote, vicevi, mudrosti itd., koji su inkorporirani u djelo. Sve do pojave istoimenog televizijskog serijala⁸³ većina tih usmenoknjiževnih tvorevin je bila zaboravljena. Ekranizacijom tog serijala popularizirale su se pojedine poslovice i uzrečice, a na nekim vjenčanjima se može čuti varijanta pjesme "Pjevaj mi, pjevaj, sokole". Mnoge mudre izreke iz te serije prešle su u svakodnevni govor te postale dio suvremenog fonda mudrih izreka Dalmacije. Ako se uzme u obzir Debrayova ideja o audiovizualnom razdoblju (videosferi), onda nije

81 Prema: Majda Rijavec, Dubravka Miljković, *Neverbalna komunikacija, Jezik koji svi govorimo*, VERN, Zagreb, 2002., str. 8.

82 Ivan Raos, *Prosjaci i sinovi*, Matica hrvatska, Zagreb, 1971.

83 Mini serija od 13 nastavaka redatelja Antuna Vrdoljaka, snimljena 1971. prvi put prikazana 1984. godine.

teško primijetiti koliku važnost ima medijski utjecaj na suvremeno društvo koje informacije prima i razmjenjuje putem audiovizualnih medija. Suvremeni mediji poput Interneta i filma korisni su u prijenosu i popularizaciji usmene književnosti.

Usmena komunikacija, kao medij prijenosa informacija, u većini slučajeva je najpoželjniji oblik političkog utjecaja na društvo. Uz elektronske medije, usmenost je aspekt koji ujedinjuje društvo bez obzira na pismenost. Teoretičari usmenog sjećanja tvrde da se usmeno prenesena informacija može sačuvati u prosjeku na dvije generacije neprekinutog prenošenja. Kada se koristi audiovizualni zapis, to vrijeme prijenosa informacija ovisi o vijeku trajanja medija i vremenskom trajanju čuvanja zapisa presnimavanjem. Razlika između usmeno ispričane priče i snimjene priče najviše je vidljiva kada se promatra odnos između kazivača i slušača. Videozapis nema interaktivni aspekt te na taj način ostaje sljedećim generacijama samo kao vrijedan dokument valjane vrijednosti i objektivnosti.

Zaključak

Iako se čini da mediologija i usmena književnost nemaju nikakvih dodirnih točaka, ne smije se isključiti ideja da svoj odnos razvijaju kroz medije, prijenosnike informacija. Razvoj suvremenih medija utječe na sve sfere društva pa tako i na usmenu književnost, kojoj su upravo različiti mediji pomogli da se očuva i proučava. Prvi medij prijenosa usmenoknjiževne baštine bio je, kao što je i sami naziv obilježava, govor, odnosno usmeno izražavanje. Usmenost kao medij nije sužavala opseg dopiranja informacije, nego ju je širila onda kada to nije moglo napraviti razdoblje pisanja, razdoblje tiska i suvremeno audiovizualno razdoblje. Međutim, upravo zbog spore transformacije prijenosnog medija iz usmenog u pisano, usmena književnost je opstala sve do današnjih dana te se i sada može čuti na ulicama najmodernijeg grada. Obilježje usmenosti kao medija nikad nije prestalo, ali se kroz povijest različito čvalo. Mnoge usmenoknjiževne tvorevine su produljile svoj vijek trajanja kroz medij pisma, ali su izgubile svoje osnovno značenje – govor, usmenost. Pronalazak usmenoknjiževnih tvorevina u starim dokumentima i zbirkama pobudio je interes za proučavanje usmene književnosti. Medij pisma je uvelike pomogao da se sačuvaju mnoge usmenoknjiževne tvorevine. Upravo u tom trenutku se predodžba o usmenosti tih tvorevina zatomljuje i sve tvorevine se počinju promatrati kao tekstovi. Termin “usmena književnost” funkcioniра kao paradoks jer riječ “književnost” u sebi sadrži korijen riječi knjiga.

U ovom se radu posebno želi istaknuti kako sami zapis neke priče ili pjesme s jedne strane čuva neku usmenoknjiževnu tvorevinu od zaborava, a s druge strane oduzima njenu temeljnu vrijednost – usmenost. Smatramo kako audiovizualna snimka najbliže odgovara načinu prezervacije usmenoknjiževne baštine jer omogućuje promatraču/slušaču da na ispravan način promatra tu pojavu te da gledanjem/slušanjem čini drugu polovicu nedjeljive cjeline koja se naziva “prijenos informacije od govornika do slušača”. Zamjerka tom, gotovo idealnom, načinu prijenosa usmene baštine, leži u nemogućnosti interakcije između kazivača i slušača te se informacija kreće u jednom smjeru. Smatramo da je poželjna koegzistencija usmene književnosti i suvremenih medija jer postoji

mogućnost nestanka usmene književnosti u pripovijednom smislu, kada će se svesti na jednostavne oblike poput poslovice i sentencije. Proučavajući usmenu književnost može se vidjeti upravo taj segment – skraćivanje informacije do te mjere da će jednog dana, u skoroj budućnosti, trebati poticati društvo jednom, gotovo filozofskom, mišlju: "Keep talking." (Održavaj pričanje!)

Literatura:

- Sead Alić, *Masmediji – zatvor bez zidova, tekstovi filozofije medija*, Biblioteka KuGLA, Zagreb, 2012.
- Sead Alić, "Filozofija prakse u retrovizoru mediologije", *Filozofska istraživanja* 111, god. 28 (2008) Sv. 3
- Zrinjka Glovacki-Bernardi, *O tekstu*, Školska knjiga, Zagreb, 2004.
- Stipe Botica, *Usmenoknjževna čitanka*, Školska knjiga, Zagreb, 1995.
- Régis Debray, "Tri doba motrenja", ČEMU, broj 7-8., s engleskog prevela Jasmina Božić,
- Fuad Ibrahimpavić, Suzana Jelčić, *Govorna komunikacija*, Zavod za zaštitu zdravlja grada, Zagreb, 1992.
- Josip Kekez, *Hrvatski književni oikotip*, Zavod za znanost o knjizevnosti Filozofskog fakulteta u Zagrebu, Zagreb, 1992.
- Josip Kekez, *Prva hrvatska rečenica, Pogledi na suodnos usmene i pisane hrvatske književnosti*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, 1988.
- Zvonimir Kulundžić, *Historija pisama materijala i instrumenata za pisanje*, Izdavačko poduzeće Školska knjiga, Zagreb, 1951.
- Dunja Pavličević- Franić, *Komunikacijom do gramatike, Razvoj komunikacijske kompetencije u ranome razdoblju usvajanja jezika*, Alfa, Zagreb, 2005.
- Majda Rijavec, Dubravka Miljković, *Neverbalna komunikacija, Jezik koji svi govorimo*, VERN, Zagreb, 2002.
- Vladimir Stančić, Marta Ljubešić, *Jezik, govor, spoznaja*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 1994.
- Maja Bošković – Stulli, *Usmena književnost : izbor studija i ogleda*, Školska knjiga, Zagreb, 1971.
- Zdenko Škreb, Ante Stamać, *Uvod u književnost, teorija, metodologija*, Nakladni zavod Globus, Zagreb, 1998.
- Branko Vučetić, *Lingvistika govora*, FF press, Zagreb, 2007.

The Meaning and Significance of Contemporary Media in Collecting and Studying Croatian Oral Literary Heritage

Abstract

In the study of Croatian oral literary heritage, great importance present the records that have remained preserved as notes on documents, books, songs and poems as part of literary works. Records shows that oral literary text is the subject of research and study of oral heritage. However, the records themselves are not sufficient for studying oral literary text and its context. The text is accompanied by a recorded voice that faithfully represents the diction, rhythm, tone and color of the narrator voice. Videos shows the gestures, context and emotion of the narrator. Without the role of the modern media, oral literary records would be insufficient for studying fundamental aspects of communicativeness that can be interpreted as a context. The media of public communication greatly affects the expansion of the basic ideas of the oral transmission of text which is - storytelling.

Keywords: *oral literature, media, storytelling, audio-visual record, informations*



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Halima Sofradžija

Fakultet Političkih nauka, Sarajevo
mima8@hotmail.com

Posredovana slika svijeta - mediji, umjetnost i tehnologija u umreženom društву

Sažetak

Izrazite društvene promjene koje nastaju procesom tehniziranja svijeta, a koji je sve više izručen posredovanosti, stvaraju jednu sasvim novu kulturu, nov oblik komunikacije, nove vrijednosti i značenja. Čitav „slikovni mehanizam“ (Zerzan) pokreće se u digitalnom dobu i preobražava ljudsku predstavu o stvarnosti, raskrivajući pritom situaciju gdje „svijet slika postaje slikom svijeta“. U posredovanosću natopljenom društvu (Sloterdijk), zarobljen novom stvarnošću, suvremenim čovjek je sve manje budan da prepozna koliko je tehnička simbolika nadvladala duhovnu, gdje hiperrealnost na sasvim specifičan način razotkriva svoju jednodimenzionalnost.

Ključne riječi: mediji, posredovanost, tehniziranje svijeta, umreženo društvo.

Postoji jedan esej Kandinskog s najčudnijim naslovom: „i“, u kojem govori koliko je 19. stoljeće bilo određeno onim *ili-ili*, a 20. stoljeće upravo ovim „i“. Ovaj neobični naslov Kandinskog spominje U. Beck, igrajući se značenjima *ili-ili* i onim „i“ koji je „oproštaj od svijeta reda“, a kojim „nipošto ne počinje raj na zemlji“.⁸⁴ Simbolika samog „i“ biva još jasnijom na početku 21. stoljeća, što se želi naglasiti u okviru ovog izlaganja, postaje označnica našeg svijeta i ukupnog djelovanja, u smislu *pribrajanja, zahvaćanja, nadilaženja, nemjernosti, posezanja za krajnjom mogućnošću i probojima*, a koji se ostvaruju kroz nove tehnologije koje se pokazuju kao nadmoćniji „izvor opcija“ na mnogim poljima ljudskog djelovanja. Cijela konstrukcija savremenog svijeta u biti je znanstveno-tehnička; čini se da ova konstrukcija ima ulogu premise u gotovo svim djelovanjima, napokon, ovdje imamo, prema Gadameru, susret sa stanjem stvari gdje je i sama “znanost stavljena u pogon, kao što su i svi procesi modernog života već pogonski organizirani.”⁸⁵

Izrazite promjene našeg doba stvaraju jednu sasvim novu situaciju, odnosno, stvaraju svijet u kojem se primjetno mijenjaju društvene prakse. Da se velika promjena dogodila, sasvim je jasno. U mnogočemu ovo je novi svijet, što zauvijek i nepovratno mijenja našu stvarnost na svim razinama ljudskog iskustva.⁸⁶ Povjesna transformacija kojoj je danas izručeno društvo nije ostavila netaknutim, čini se, nijedno područje ljudskog djelovanja. Transformacija je za veliki broj autora, kako se može vidjeti iz recentne literature, ključna riječ jer se „pred našim očima i pod našim rukama zbiva pojmovna i oblikovna mijena“ svijeta.

Velika tema „nelagode“ čovjeka u kulturi prisutna je odavno, no čini se da danas možemo govoriti o novim oblicima nelagode, kao što možemo govoriti i o „nelagodi u procesu globalizacije“ (Šarčević).⁸⁷ Treba podsjetiti, o impulsima rastuće nelagode, oslanjajući se na Freuda, govorio je i H. Plessner u *Conditio humana* (1953), videći nelagodu kao izraz sve teže prilagodbe pojedinca društvu, koje u rastućem tempu prolazi kroz transformaciju sve većeg opsega.⁸⁸ Izrazite promjene koje nastaju procesom tehniziranja svijeta mijenjaju konture svakodnevnog života. Otvara se prepoznavanje

84 U. Beck: *Pronalaženje političkog – Prilog teoriji refleksivne modernizacije* (2001) Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, str.19.; Vidjeti podnaslov: *Pitanje o onome „i“*, u kojem Beck ukazuje na neodređenost onoga „i“, na oproštaj od svijeta reda, njegovu nabujalu kaotičnost i njegova bespomoćna pribrajanja, napokon, kako ovdje zaključuje autor, nezadrživa globalnost svijeta sama najjasnije govori u prilog tome.

85 H. G. Gadamer: *Um u doba nauke* (2000) Plato, Beograd, str. 157. Gadamer je u okviru ovog teksta bio značajan iz više razloga i svojim djelom *Nasljede Europe* koje piše u poznim godinama svoga života; ovdje je naročito bio vrijedan podnaslov *Kraj umetnosti* (49 – 68); vidjeti šire H. G. Gadamer: *Nasljede Europe* (1997) Biblioteka Parnas, Zagreb.

86 M. Castells u svojoj knjizi *Kraj tisućljeća* vrlo jasno ukazuje zbog čega je ovo novi svijet: „„Novi su čipovi računala; nova su sveprisutna, mobilna komunikacijska sredstva; nova su elektrončki integrirana, globalna financijska tržišta koja djeluju u realnom vremenu; novo je međupovezano kapitalističko gospodarstvo koje obuhvaća cijeli planet, ne tek neke njegove dijelove; novo je to što većina urbane radne snage u naprednim gospodarstvima radi u preradi znanja i informacija; novo je što većinu stanovništva svijeta čini urbana populacija; novi su odlazak sa scene sovjetskog imperija, iščezavanje komunizma i završetak hladnog rata; nov je razvoj azijsko-pacifičkih zemalja kao ravнопravnih partnera u globalnom gospodarstvu; nov je široko rasprostranjen izazov patrijarhalizmu; nova je sveopća svijest o potrebi očuvanja okoline; povjesno je nov postanak umreženog društva..“, vidjeti u M. Catells: *Kraj tisućljeća* (2003), Golden marketing, Zagreb, str. 360.

87 A. Šarčević: *Europa između beskonačnog napretka i slobode u razdoblju globalizacije* (2004) Pregled br.3-4., Sarajevo.

88 H. Plessner: *Conditio humana* (1994) Globus, Zagreb, str.61.

jedne situacije koja se ozbiljuje u našem vremenu, bremenitim uzletima tehnologije, koja pokazuje koliko je snažna „aplikacija nove tehnologije na sve aspekte društvene ontologije“ (Ibrulj), te da je tehničko djelovanje postalo gotovo sudbinsko. Tehnika je rastuća ljudska moć u permanentnom činjenju, izvježbavanje moći (Jonas), a sama stvara obrazovanje novih vrsta mogućnosti, konačno, u njenoj prirodi je da samu sebe neprekidno nadmašuje.

Kako primjećuje Cassirer - *Čovjek je počeo kao homo magnus, ali je iz doba magije prešao u doba tehnike.*⁸⁹ Fascinacija dostignućima tehnike suvremenom čovjeku neprekidno nudi nova čuda, koja ne razumije, ali koja su mu dostupna, to je tehnička elektronska magija. Jednostavno, rezultati tehnološkog razvoja djeluju impresivno, zadivljujuće, neosporno imaju svoju zavodljivost, ali svakako se mora, s izvjesnom strepnjom, prepoznati rezultat takvog neksusa zbivanja, o kojem će vrlo jasno govoriti Baudrillard u svom eseju *Ironija tehnike*.⁹⁰

Tehnologija je medij u doslovnom smislu, ona posreduje percepcije, način prisjećanja, oblikovanje identiteta⁹¹ - kako čitamo u *Dobu slika u teoriji mediologije*. Imperij posredovanog društva i jest moguć upravo usavršavanjem informacijske i telekomunikacijske tehnologije koja nepovratno transformira ukupan društveni prostor i neprekidno proširuje „krug djelatnosti“. Samo društvo neprekidno razvija nove i složenije umrežene oblike posredovanja. Tehnologija je medij, potom, treba razumjeti da je medijska kultura jednovremeno kultura visoke tehnologije, zapravo je oblik tehno-kulture, o čemu govori veliki broj suvremenih teoretičara medijske kulture, analizirajući dosege i posljedice dijalektike medija i tehnologije. Tehnička mobilizacija svijeta i medijska globalizacija svijeta⁹² predaju se strasti istjerivanja do kraja, to je jednostavno jedno spiralno kretanje koje ide uzlaznom putanjom i neosporno kontinuirano zahvaća svijet.

Umjetnost, dakako, nije nikakav izvandruštveni fenomen, ona evidentno dijeli sudbinu društva. Pitajući se o tehnicizmu suvremene umjetnosti, pitamo se o pretpostavkama jednog svijeta koji je porodilo i takvu umjetnost i takvo pitanje. Gadamer će ukazati na to da u vremenima u kojima informatička tehnika i tehnika reprodukcije zasipaju stalnom poplavom podražaja, to je više

89 E. Cassirer o ovome govori u okviru naslova *Tehnika modernih političkih mitova* (271-287), gdje u analizi političkih mitova ukazuje na to da ako pokušamo suvremene političke mitove razložiti na sastavne elemente, vidjet ćemo kako oni ne sadrže nijednu sasvim novu crtu – osim nove tehnike; *Mit o državi* (1972) Nolit, Beograd.

90 „Naša iluzija o svrhovitosti tehnike kao širenja čovjeka i njegove moći, subjektivna iluzija tehnike, dospila je vrhunac. Danas je, međutim, taj operacionalni princip poražen vlastitim širenjem, virtualnošću koja ne zna za kočnice, koja prestupa zakone fizike i metafizike. To je logika sustava koja, odvukavši sustav izvan njega samog, mijenja njegova određenja.“; vidjeti u J. Baudrillard: *Savršeni zločin* (1998) Circulus, Beograd, str.84.

91 N. Čačinović: *Doba slika u teoriji mediologije* (2001), Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, str.12.

92 *Medijska globalizacija svijeta* je naslov knjige autorice F. Fejzić koja ovdje analizira najvažnija pitanja koja se otvaraju u postmodernom svijetu, istražujući informacijsku globalizaciju svijeta jer je ona sadržaj i kvaliteta koji protječu kroz i uz pomoć suvremenih medija, vidi: F. Fejzić: *Medijska globalizacija svijeta* (2004) Oko, Sarajevo.

samo ozbiljenje umjetničkog djela postalo teškom zadaćom.⁹³ Jednostavno, žudnja za novijim umjetničkim pristupima svodi se nerijetko na pitanje iznalaženja tehničkih finesa (Prohić), novih načina izražavanja u umjetnosti, novih stilova i škola, ali koji ne mogu zamijeniti nedostatak onog sadržaja koji je u tim nastojanjima i na tom putu izgubljen (Filipović, Zerzan) jer umjetnost primjetno „sama sebe svodi na djelovanje koje je tehnički razvoj umjetnosti u nekom momentu lišio bitnih umjetničkih i estetskih vrijednosti“. U ovoj situaciji se, prema nekim autorima, nerijetko na sasvim specifičan način, zrcali ono što čini bit modernog svijeta: instrumentalnost i komercijalizacija.⁹⁴ U postmodernom svijetu sama instrumentalnost se nemjerljivo proširila na sve bitne društvene sfere, primat instrumentalnog očevidan je u prestižu i auri koja okružuje tehnologiju. Estetsko gubi karakter izuzetnog pod utjecajem tehnologije. Sve što dode u čvrst zagrljaj tehnike (koja je u svom povijesnom galopu značenjski redukcija i osiromašenje onoga što je *téχvnij*)⁹⁵ često ima sudbinu perpetuacije, perpetuiranja, Sloterdijk bi rekao „sindrom prepakiranja“.

U obrazloženju same teme ovog simpozija govorilo se o situaciji da suvremeni mediji preuzimaju elemente ljepote i kreativnosti iz umjetničkog svijeta, a da to ukazuje na zatvaranje jednog razdoblja umjetnosti, a ujedno je i prostor otvaranja drugih umjetničkih formi. U vrijeme u kojem su tehnologija i masmediji sveprisutni, vidljiva je „nadmoć medijske tehničke perspektive“ koja, kao jedan izrazito moćan amalgam, interpretira stvarnost – nerijetko, mediji se često prepoznaju kao vrlo slobodni interpretatori. Neprekidna izloženost medijima kao interpretatorima stvarnosti, naglašava Castells,⁹⁶ odlika je kulture stvarne virtualnosti, u takvoj kulturi temelj virtualnog svijeta je tehnologija. Mediji kroz i putem tehnologije preuzimaju ulogu i mogućnost stvaranja, ali medijska se estetika ne može nametnuti kao umjetnička estetika, njena priroda kao „otuđene moći“ sprečava je da to ikada bude.

Na tragu ovih razmatranja, vrijedno je spomenuti D. Grlića (*Za umjetnost*), podsjetiti na njegovo razumijevanje umjetnosti u vremenu koje Zerzan naziva izmorenim, malaksalim (u kojem govoriti

93 Prema Gadameru „Eksperiment je probio sve granice. Laikovo očekivanje od slike krajnje je napregnuto. Nalazimo se na kraju jednog izazova koji je kroz kubističko razaranje forme, ekspresionističko preoblikovanje, nadrealističko zagonetavanje, sve veće pražnjenje slike do u bespredmetnost konačno doveo do rezolutne dvojbe u sliku i dvojbe u umjetnost (...) tako promatrač neke slike mora pustiti da ga uvjeraju i zbunjuju tumačenja iste slike koja se često izmjenjuju – neka se pomisli na Monetove katedrale ili na Picassoovih četrdeset varijanti Velazquezovih Nias. Naposlijeku će uzneniravajuća vitalnost novih ritmova, porast plakativnog, karikaturalnog, signalnog, ostaviti iza sebe vlastiti karakter djela koje počiva u sebi.“, vidjeti podnaslov *Kraj umjetnosti?* u : H. G. Gadamer: *Nasljede Europe*, nav.djelo, str. 60-61.; K. Prohić također prepoznaje da je umjetnost danas u velikoj mjeri upućena na eksperiment, upravo kako i zaključuje Gadamer – eksperiment je probio sve granice...

94 Prema M. Filipoviću, visok stupanj komercijalizacije i uopće ponude koja je temeljena u pragmatizaciji svake vrste u svim oblastima života promijenila je i oblast umjetničkog stvaranja. Kao masovni produkt i kao roba ponuđena na tržištu, rezultati umjetničkog stvaranja ne igraju više onu ulogu u životu čovjeka i društva koju su nekada imali. Oni ne igraju ulogu nastanka djela ljudskog genija, nego komercijalnog proizvoda, prema ovom autoru, nije u pitanju nestanak elitizma, nego primjetno obaranje nivoa i smanjenje uvjeta stvaranja i uvjeta konzumacije ovih djela. Vidjeti: M. Filipović: *Javnost i moral* (2007.) Oko, Sarajevo, str. 93-95. Također vidjeti C. Taylor: *Bolest modernog doba*, kada se govorи o instrumentalizaciji, te K. Prohić: *Filozofsko i umjetničko iskustvo*, naročito naslov *Tehnicizam moderne umjetnosti* (356-365).

95 H. Burger u *Filozofiji tehnike* daje bitnu distinkciju između tehne (*téχvnij*) i tehnike.

96 M. Castells: Uspon umreženog društva, vidjeti poglavlje *Kultura stvarne virtualnosti: integracija elektoničke komunikacije, kraj masovne publike i uspon interaktivnih mreža* (356-402).

znači ne reći ništa):

Naše vrijeme absolutne supremacije tehničkoga nosi u sebi stalno – u pogledu umjetnosti - dvostrukost, ambivalentnost. Ono je, sigurno – dovoljno je spomenuti samo milijunsko reproduciranje savršenih kopija najvećih čarobnjaka boja, magnetofonske vrpce, film, tv - vrijeme izvanrednih mogućnosti i široke rasprostranjenosti, ali istodobno, što je u prvi mah paradoksalno, i vrijeme ishlajpjljosti, rezignacije, malaksalosti s obzirom na umjetničko. Ta indiferentnost često je toliko potpuna da je suvremenu, ohladnjelu potrošačku publiku potrebno dobrano prodrmati kako bi se uopće i prisjetila da u ovom svijetu zahuktalogu tehničkog usavršavanja i mahnite utrke za dobrima još postoji nešto romantički zastarjelo kao što je umjetnost.

U „kulturi slika“ život u slikama jest „život u službi interpretacije života“ (Wisser),⁹⁷ u svemu prestaje biti važno što je original, što kopija, ili kako bi rekao C. Lash u *Narcističkoj kulturi*: primijetite poguban ishod - *ravnodušnost* prema razlikovanju privida i stvarnosti. Ne može se reći da nedostaje literature koja govori o ovom pitanju, pođemo li samo od autora *Društva spektakla*, koji prepoznaje da sve što je nekada bilo *neposredno* doživljavano, udaljeno je u predstavu, jer sam „spektakl nam putem različitih specijaliziranih oblika posredovanja pokazuje svijet koji više ne može biti direktno doživljen.“⁹⁸ U susjedstvu ovih razumijevanja Guy Deborda svakako nalazimo J. Zerzana (*Umjetnost na optuženičkoj klupi*)⁹⁹ A. Boala (*Pozorište potlačenog*)¹⁰⁰, P. Brentona,¹⁰¹ sve do *Dijalektike samoće* koju nam predstavlja

Octavio Paz. Ovdje čak možemo podsjetiti na H. Arendth koja je prepoznala odnos moderne tehnike i medija koji dovodi do situacije gdje bitna svrha slike postaje to da „nudi potpunu zamjenu stvarnosti, a ta je zamjena zahvaljujući modernim tehnikama i masmedijima, više izložena gledanju nego što je to original ikada bio.“¹⁰²

97 R. Wisser: *Odgovornost u mijeni vremena – Vježbe pronicanja u duhovno djelanje: Jaspers, Buber, von Weizsacker, Guardini, Heidegger* (1988) Biblioteka Etos, Svjetlost, Sarajevo, str. 283. Naslov *Život u službi interpretacije života* ukazuje na ono što je znakovito za život suvremenog čovjeka i društva, sada još i više nego što je to bio u vrijeme kada je Wisser pisao ovaj tekst. Danas se pokazuje da su sva pitanja u okviru ovog naslova ostala do danas otvorenim, samo se može nedvojbeno konstatirati da ona u našem vremenu imaju nemjerljivo dramatičniji ton.

98 Spektakl nije samo dekor stvarnog svijeta, nego samo srce nestvarnosti ovog društva – Guy Debord: *Društvo spektakla*. (<http://prol68.tripod.com/x-debord-spektakl>)

99 Svakodnevni život je postao estetiziran zbog stalnog koljanja slika i glazbe elektroničkim medijima, što je u bitnom smislu reprezentiranje reprezentiranja prema Zerzanu, koji će u ovom tekstu ukazati i na bitna obilježja spektakla, vidjeti: J. Zerzan: *Umjetnost na optuženičkoj klupi*. (www.stocitas.org/zerzan/%20umjetnost)

100 Augusto Boal u svom sjajnom eseju *Pozorište potlačenog* podsjeća da je u svom početku kazalište bilo pjesma u ditirambu, karneval, praznik u kojem su *svi sudjelovali*, no tek poslije su se razdvojili *glumci od gledatelja*, ljudi koji igraju, izvode predstavu, od *onih koji samo gledaju*.

101 F. Brenton: *Izmanipulisana reč* (2000) Clio, Beograd; zanimljivo je ovdje i to da Brenton govori o „kulturi po mjeri Pavlova“, uvjetovanoj refleksima, a nastaje kao rezultat sustavnih istraživanja ljudskih osjećaja i motivacija, ponašanja, razvijanja potreba, jednostavno je jedan sustav “operacionalnog uvjetovanja”.

102 H. Arendth: *Istina u politici* (1994) F. Višnjić, Beograd, str.51.

U konačnici, sav ovaj neksus zbivanja neminovo utječe na ljudsku predodžbu o stvarnosti. Pitanje što je stvarnost nije više samo filozofsko pitanje, ono zapravo na jedan specifičan način dohvaća svakoga tko pripada generaciji koja je „odgojena u ničijoj zemlji televizije i ineterneta“ (Beck). Kada je svijet nudi i interpretira kao isječak, zvučni ili slikovni, to može najočiglednije krivotvoriti svijet. U okviru estetiziranja politike, a koje je u skladu s estetiziranjem samog svijeta života, evidentno postoji primat slike nad tekstrom, pojednostavljeni do kraja, nalazimo to možda najjasnije izrečeno kod T. Meyera:

Granice našeg političkog jezika nisu granice našeg političkog svijeta. Mi imamo političke slike.¹⁰³

Čitav „slikovni mehanizam“ (Zerzan) pokreće se u digitalnom dobu i preobražava ljudsku predstavu o stvarnosti, raskrivajući pritom situaciju gdje „svijet slika postaje slikom svijeta“. U „posredovanju natopljenom društvu“ (Sloterdijk), zarobljen novom stvarnošću, suvremenim čovjek je sve manje budan da prepozna koliko je tehnička simbolika nadvladala duhovnu.¹⁰⁴



Heideggerovo upozorenje da najveća opasnost nastaje kada se tehnički odnosi prema svijetu, odnosi se i na umjetnost, i sam je prepoznao redukciju svijeta na jedan tehnički galop (*Pitanje o tehnići*). Napokon, nameće se spoznaja da je vrijedno odvažiti se štititi neposrednost u svijetu koji postaje sve više posredovan, u vremenu u kojem, kako će reći Sloterdijk – svi žele biti glasnici, ali nitko ne čini napor da primi poruku.

103 T. Meyer: *Transformacija političkog* (2003) Politička kultura, Zagreb, str.152.

104 H. Repovac ukazuje na to da je dominantna odlika naše kulture sveobuhvatna i sveprodručna instrumentalizacija: „..Ni Einstein ni Heisenberg, ni Norbert Wiener nisu mogli predvidjeti da će tehnička simbolika nadvladati duhovnu i da će to biti sudbina generacija 21. stoljeća i novog milenija. S podsmijehom i cinizmom se u zadnje vrijeme gledalo na upozorenja „frankfurtovaca“ o mogućoj instrumentalizaciji umu, zagušenju i smrti nekih bitnih duhovnih vrijednosti i duhovnih procesa. I dok sarkastičan osmijeh na licima inženjera ljudskih duša još nije iščezao, instrumentalizirani život postao je naša najdublja i najpogubnija stvarnost.“; vidjeti H. Repovac: *Sociologija simboličke kulture* (2003) Editio Civitas, Magistrat, Sarajevo.

Literatura:

- Baudrillard, Jean: Savršeni zločin (1998) Circulus, Beograd.
- Beck, Ulrich: Pronalaženje političkog – Prilog teoriji refleksivne modernizacije (2001) Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001.
- Boal, Augusto: Pozorište potlačenog (1984) Gradina, Niš.
- Brenton, Filip: Izmanipulisana reč (2000) Clio, Beograd.
- Burger, Hotimir: Filozofija tehnike (1979) Naprijed, Zagreb.
- Cassirer, Ernst: Mit o državi (1972) Nolit, Beograd.
- Castells, Manuel: Uspon umreženog društva (2000) Golden marketing, Zagreb.
- Castells, Manuel: Kraj tisućljeća, Informacijsko doba – ekonomija, društvo, kultura (2003) Golden marketing, Zagreb.
- Čačinović, Nadežda: Doba slika u teoriji mediologije (2001) Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.
- Fejzić, Fahira: Medijska globalizacija svijeta (2004) Promocult, Oko, Sarajevo.
- Filipović, Muhamed: Javnost i moral (2007) Oko, Sarajevo.
- Focht, Ivan: Savremena estetika muzike (1980) Nolit, Beograd.
- Gadamer, Hans Georg: Naslijede Europe (1997) Biblioteka Parnas, Zagreb.
- Gadamer Hans Georg.: Um u doba nauke (2000) Plato, Beograd.
- Gehlen, Arnold: Duša u tehničkom dobu, Filozofija u vremenu (1991) Polis, V.Masleša, Sarajevo.
- Grlić, Danko: Za umjetnost (1983) Suvremena misao, Školska knjiga, Zagreb.
- Debord, Guy: Društvo spektakla (<http://pro168.tripod.com/x-debord-spektakl>)
- Ibrulj, Nijaz: Stoljeće rearanžiranja – eseji o identitetu, znanju, društvu (2005) Biblioteka Eidos, Filozofsko društvo Theoria, Sarajevo.
- Kelner, Douglas: Medijska kultura – Studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernzma, Clio, Beograd, 2004.
- Lasch, Christopher: Narcistička kultura (1986) Naprijed, Zagreb.
- Meyer, Thomas: Transformacija političkog (2003) Politička kultura, Zagreb.
- Paz, Octavio: Labirint samoće (1991) Treći program, Radio-Sarajevo, Sarajevo.
- Plessner, Helmuth, Conditio Humana (1994) Globus, Zagreb.
- Prohić, Kasim: Filozofsko i umjetničko iskustvo (1988) Svjetlost – V.Masleša, Sarajevo.
- Repovac Hidajet: Sociologija simboličke kulture (2003) Civitas, Magistrat, Sarajevo.

Sloterdijk, Peter: U istom čamcu – Ogled iz hiperpolitike (2001) Beogradski krug, Beograd

Zerzan, John: Umjetnost na optuženičkoj klipi, www.stocitas.org/zerzan/%20umjetnost

Wisser, Richard: Odgovornost u mijeni vremena – vježbe pronicanja u duhovno djelanje: Jaspers, Buber, von Weizsacker, Guardini, Heidegger (1988), Biblioteka Etos, Svjetlost, Sarajevo.

Mediated Picture of the World - Media, Art and Tehnology in Networked Society

Abstract

Significant social changes that appear due to the process of technologizing of the world, which is increasingly delivered to the mediation, create a completely new culture, new form of communication, new values and meanings. The whole „image mechanism“ (Zerzan) is in motion in digital age and transforms human perception of reality, there to uncovering situation when „the world of images becomes the image of the world“. In society saturated with mediation (Sloterdijk), captivated by the new reality, modern man is less and less awake to recognize to what extent this technical symbolics conquered the spiritual, where hyperreality uncovers its mono-dimensionality on a completely specific way.

Key words: media, mediation, technologization of world, networked society.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Mileva Pavlović, Ljiljana Manić i Marija Aleksić

Fakultet za menadžment malih i srednjih preduzeća, Beograd
drmileva@ikom.rs

Megatrend univerzitet, Fakultet za kulturu i medije, Beograd
ljmanic@megatrend.edu.rs

Megatrend univerzitet, Fakultet za poslovne studije, Beograd
maleksic@megatrend.edu.rs

Umjetnost spektakla kao druga realnost

Sažetak

Geneza medija kao višesmislenog fenomena podrazumeva njegov preobražaj od prvobitne funkcije odašiljača poruke i informacija u aktivnog subjekta u procesu komunikacije i moćnog sredstva kritičkog mišljenja. Na tom putu, mediji su dostigli snagu vodoćeg faktora u oblikovanju kritičkog mišljenja recipijenta. U radu se analiziraju komunikacijski procesi u savremenom društvu otkrivajući dominantan osećaj pasivne zavisnosti o medijske sadržaje od strane recipijenta i aktivne uloge medija. Tokom tog procesa informacija postaje antipodni entitet koji ukidala smisao i primarno služi kao podsećanje na neprikošnoveni kredibilitet koji je prenesen na spektakl kao umetnički izraz. U tom procesu recipijenta koji treba kritički da promišlja umetničke sadržaje preobražava se u nemoćnog i anestiziranog konzumenta svega što mu se predočava u medijima. Umetnost spektakla postaje realnost.

Ključne riječi: obilje informacija, informacija-reklama, proces simulacije, spektakularizacija tragedije, ravnodušnost.

Na današnjem medijskom nebu skoro da više nema informativnog programa koji nepristrasno obavještova, kulturnog programa koji nije sponzorski dirigiran, obrazovnih serijala koji nas uče, usmjeravaju, roditeljski savjetuju, utemeljeni na brizi za obitelj i njeno prožimanje s društvom, crtanog filma koji nije zasnovan na implementaciji nasilja i sile, kulinarskih priloga bez ljutih začina sponzorski uloženog novca za posuđe i hranu...

Tko je čovjek ispred ekrana, bilo filmskog, televizijskog, bilo kompjuterskog i kakva je njegova uloga u predočenim mu sadržajima?

Tko u tom prisnom kontaktu potpunog predavanja utječe na koga i u kojoj mjeri?

Kakvi sadržaji prevladavaju u medijima?¹⁰⁵

Publika, točnije gledatelj, u prvobitnoj postavci medija kao takvog, trebala je biti nijemi konzument neposredno odaslanih značenjskih poruka. No, nameće se pitanje je li ta nijemost podrazumijevala puku, nepromišljajuću radnju konzumiranja predočenih programa i sadržaja ili, pak, gledatelj, ponašajući se kao recipijent treba promišljati o primljenom?

Mediji predstavljaju višesmisleni društveni fenomen. Kao takav, a praćen kroz njegov razvoj, prelazi iz svoje prvobitne funkcije odašiljača poruke ili informacije u aktivan subjekt u procesu komunikacije do sredstva kritičkog mišljenja.

Uočavajući njegovo podrijetlo, prvobitnu funkciju, status, preobražaj i pristup, možemo zaključiti da su mediji na putu od uloge emitiranja informacije dostigli snagu vodećeg faktora u oblikovanju kritičkog mišljenja recipijenta.

Analizirajući komunikacijski proces u suvremenom društvu, dominantan je osećaj pasivne ovisnosti o medijskim sadržajima od strane recipijenta i aktivne uloge medija.

Prvobitna potreba gledatelja da se informira, uči i odgaja kroz razumski uobičajene sadržaje iskliznula je u glad za spektaklom. Od smislenih informacija o kojima je gledatelj imao i vremena i slobode promisliti i kritički prosuditi, mediji su uz pomoć moćnih instrumenata ekonomije i uloženog kapitala, realnost pretočili u reklamnu stvarnost.

Dakle, najjače sredstvo u preobražaju medija je kapital koji dominira, kreira i uspostavlja parametre medijskih sadržaja. Profit je prepoznat kao vodeći faktor u oblikovanju medija. Odašiljanjem bezbroj informacija koje su brze, kratke, sažete, marketinški oblikovane da se dopadnu i ubijede te pritom nebrojano puta ponovljene, ostvaruje se pun učinak i zadovoljavajući rezultat u procesu osvajanja publike. Akcent stavljen na brzinu, kratkoću i repetitivnost poruke, implicirao je maksimalan reklamni učinak. Krajnji cilj ovako intenzivnog djelovanja kapitala u medijima je svakako pritisak nad publikom da bespovorno i bez ikakve upitanosti vjeruje medijskim sadržajima. Tako se neopaženo, pod prividom

105 Iako izraz „sadržaj“ ne smatramo sinonimnim izrazu „sadržina“, razumijevajući pod prvim kratak tekst na početku ili na kraju nekog spisa koji referira na formalnu strukturu sadržine, u tekstu nećemo praviti ovu razliku (ona, ta razlika, nije samo stilска, nego značenjska): „sadržaj“ će podrazumijevati „sadržinu“, odnosno značenjski totalitet jedne poruke u komunikacijskom procesu. Dakle, jezična praksa je izjednačila značenje ta dva termina pa joj se, iako nerado, priklanjamo.

neupotrebe eksplizitne sile u vukao virus koji je ngrizao kritičku misao recepijenta.

Prvobitna bojazan da nikada ne može biti dovoljno obaviješten i upoznat sa svim događajima u svim karajevima svijeta, nagonila je čovjeka za sve većom potrebotom za informacijama. Ova se, pak, potreba suočila s preobiljem informacija i njihovom maksimalnom raspoloživošću u svakom trenutku i na svakom mjestu na svijetu. Gledatelj-recipijent, u svojoj potrebi da bude obaviješten počinje preterivati u konzumiranju informacija. Neprekidno krstarenje po internetu koji mu je 24 sata na raspolaganju, kao i neprestano praćenje televizijskog programa i ostalih medijskih sadržaja, pisanih i elektronskih, postaje moćan instrument u preobražaju recipijenta u konzumenta.

Mediji su od emitiranja informacija, kao prvobitnog cilja, dostigli snagu i nivo negacije smisla i tako stvorili reklamnu stvarnost kroz proizvodnju spektakla (reality show, kvizovi istine, internetski sadržaj u kojem se nudi dvadesetčetverosatni *online* prikazi nečije privatnosti...)

Oni su se kroz proces proizvodnje spektakla, utemeljen na veoma preciznim procjenama i programskim shematizmom, izmetnuli u sredstvo kritičkog mišljenja.

Obilje informacija, nebrojeno puta ponovljenih te tako napadno, permanentno prikazivanih u formi uljepšavanja stvarnosti do granica grotesknog, zbumuje gledatelja, otupljuje njegove razumske mehanizme i pretvara ga u nekritičkog primatelja informacija. Prvo svaštorenje, lutanje po programima ili krstarenje po netu, a potom nekritičko konzumiranje datih medijskih sadržaja do granica ljudske izdržljivosti, kako fizičke, tako i mentalne, pretvara gledatelja u programoždera. Mediji postaju njegova druga realnost. Oni misle umjesto čovjeka. Kao umjetna inteligencija, počinju dominirati stvarnim čovjekom. Virtualno postaje stvarno. Gubi se granica stvarnog i imaginarnog svijeta.

Više je nego simptomatično da na kvantitativnu dimenziju suvremenih medija i komunikacija, kao izrazito negativnu pojavu ukazuju mislioci raznorodnih provenijencija, smatrajući da preobilje nekontrolirano prezentiranih informacija, s kojima se javnost nužno suočava, ne doprinosi njihovom produbljenjem razumijevanju i izoštrenijem tumačenju, nego da to kaotično mnoštvo različitih pristupa nekim univerzalnim ili partikularnim fenomenima stvara tlo podatno kako za spoznajne redukcije tako i za pogubno relativiziranje same težnje znanstvenika da dosegnu istinu o nekoj pojavi. Štoviše, i same formulacije najuglednijih teoretičara i nesumnjivih znanstvenih autoriteta, povodom ekspanzije informacija u raznolikim medijima toliko su slične, da i ta leksička podudarnost čini njihove srodne uvide krajnje uvjerljivim, ako već ne i alarmantnim. Tako Noam Chomsky u svojoj knjizi "Propaganda i javno mnjenje", povodom spomenute pojave žali se svom sugovorniku Davidu Barsamianu:

"Zahvaljujući internetu ljudi imaju pristup tehničkim materijalima i mogu komunicirati s cijelim svijetom i to veoma brzo. Ako sutra moram predavati i ako se želim poslužiti nekim primjerom na švedskom jeziku, pošaljem e-mail prijatelju u Stockholm i zamolim ga da mi prevede tekst. Ako znam da je netko napisao rad na neku temu, mogu ga odmah nabaviti. Međutim, s druge strane, javlja se

problem viška informacija. Pravi problem u znanosti i na drugim poljima nije nedostatak informacija, nego njihova razumna analiza. Vrlo lako se dogodi da dobijete previše podataka što smanjuje mogućnost razumne analize. Količina informacije putem e-maila, koja uz to ima i tendenciju stalnog rasta, već predstavlja strašno opterećenje.”¹⁰⁶

John Keane, pokušavajući otkriti teorijsku zakonomjernost interakcijskog odnosa između medija i demokracije, i, s tim u vezi, prirodu globalne politike zapisuje dijagnostički opominjuće riječi, koje, iako znatno manje isповijedne, u tonu nevjerljivo nalikuju na echo Chomskyjevog radikalnog nezadovoljstva hiperprodukциjom informacija, i posljedično tome, gubitkom mogućnosti njihovog značenjski relevantnog odabira. “Na početku modernog doba bilo je rašireno vjerovanje da građane ugrožava oskudica informacija, i da će upotreba tiska za bacanje kamenja kritičkog mišljenja u prozore skrivene vlasti izazvati senzaciju u javnosti... Građani će jasno vidjeti svijet, i vladat će samima sobom na jasnom danjem svjetlu, bez obmana i nesporazuma. Danas, uz rijetke izuzetke, prevladava suprotna težnja. Svijet izgleda toliko prepun informacija da manjka ljudske sposobnosti da im prida bilo kakav smisao... Jedna od mogućih posljedica bila bi informatička preopterećenost... Postoji realna opasnost da će građani postati žrtve neprekidne informatičke mećave, a da neće imati slobodnog vremena da probave ili osmisle tijekove informacija koje ih okružuju...”¹⁰⁷

Darko Tanasković, sa svoje strane, teorijski ispitujući islam “Između dogme i života”, iznosi sljedeći, po mnogočemu sličan stav prethodno iznijetim, i postavlja problem umnožavanja informacija u ravan “globalizirane produkcije”: ”Ne podcjenjujući ogroman informativni i obrazovni doprinos solidne publicistike uvećavanju općeg znanja o islamu, mora se konstatirati da je za lavovski dio tih najpristupačnijih izvora obavještovanja, i samim tim, formirana predstava o islamu i muslimanima, karakterističan koktel površnosti, poluobaviještenosti, stereotipnosti, težnji senzacionalnom, a nerijetko i sračunate tendencioznosti. To je ovoj masovnoj, globaliziranoj produkciji i inače svojstveno, a u vezi s islamom samo je posebno izraženo.”¹⁰⁸

I, što imamo kao produkt, nakon procesa zamjena teza? Zamjenu maksima: “Misljam, dakle postojim” Renea Descartesa, s “Postojim, ako sam u medijima!” i „Mislite o tome“.

U radu razmatramo fenomen televizijske industrije koja je u svom relativno kratkom povijesnom razvitu dosegla stadij totalne ili apsolutne realnosti. Ključno pitanje je koje su kvalitativne odrednice te realnosti i zbog čega joj treba pridavati teorijski značaj. Analizirajući utjecaj medija, kroz programsku orijentaciju u medijskim ustanovama, na stvaranje opće klime spektakularizacije stvarnosti jasno se uočava da su se teorijska predviđanja koja su nagovijestila transformaciju suvremene kulture posredstvom televizijskog medija obistinila kroz evidentne promjene obrazaca ponašanja i socijalizaciju putem medija. Uvođenjem vizualne kulture, a napuštojući kulturu pismenosti, vizualni suvremeni mediji konstituirali su jedan globalni fenomen društvenog spektakla.

106 CLASS Warfare – interviews David Barsamian, London, 1996, str.16, izdanje autora.

107 Kin Džon, *Mediji i demokratija*, Filip Višnjić, Beograd, 1995, str. 134-135.

108 Tanasković Darko, *Islam, dogma i život*, SKZ, Beograd, 2008, str. 10.

Evidentna je veza između terora, medija i tehnologije i vidljiva njihova simbioza u današnjem vremenu koje se očitava kroz realiti šou programe u funkciji socijalnih eksperimenata koji izvrgavaju privatnost javnosti i tako, programski dominiraju medijima i prednjače na ljestvici gledanosti. Jasno je da je estetika, kao i njeno masovno provođenje kroz estetizaciju spektakla, često korištena u svrhu promoviranja sumnjivih i destruktivnih vrijednosti, bilo tržišnih, bilo moralnih ili ideoloških.

Svaki oblik medijske kulture, zapravo je neki oblik industrijske kulture i visoke rejtinge osiguravaju isključivo spektakularni programi svih vrsta (sportski, politički, reality). Osnovna teza ovog rada je da u modernim društvima uprkos različitim oblicima javne aktivnosti, suptilnoj manipulaciji kritičkom mišlju, simulaciji ili anesteziranju, dominira novoformljeni vid svijesti : spektakularna svijest koja, kao takva, predstavlja perjanicu postpostmodernističkom dobu koje ukida misaono-koordinativne perspektive transcendencije i metafizike. U postpostmodernoj razmjeni informacija se domogla statusa samog događaja.

Razmatranjem značenja reklamne ustrojenosti medijske kulture, možemo uočiti:

ostvarivanje komunikacije, koje je glavni zadatak informacije, pretače se u insceniranje komunikacije. Umjesto da proizvodi smisao, ona se iscrpljuje u insceniranju smisla.

Prvobitni kritički promatrač se transformira u konzumenta s otupljenom oštricom kritike i od aktivnog sudionika u razumijevanju sadržaja medija, pretvara se u pasivnog promatrača, sve do nezasitog konzumenta. Informacija se pretvara u reklamu, a reklama postaje jedina informacija.

„U sadašnje vrijeme, koje prednost daje znaku nad onim što je označeno, kopiji nad originalom, predstavi nad stvarnošću, pojavnosti nad suštinom... istinito se smatra profanim, a samo je iluzija sveta. Točnije, sveto se uvećava u mjeri u kojoj istinito izmiče, a iluzija pojačava, tako da najvišem stupnju iluzije odgovara najviši stupanj svetosti“.¹⁰⁹

Čovjek počinje živjeti u simulakru, gdje se izgubila razlika između istine i laži. Taj proces simulacije, o čemu je sugestivno pisao Jean Baudrillard, svakodnevno nam se bestidno nudi kroz kontakt-emisije, „živu riječ“, razgovore, intervjuje, telefonska uključenja gledatelja uživo u isprazne emisije, insistirajući da uzmu riječ pod sloganom: „Ovo se vas tiče, vi ste događaj“.

„Umjesto da ostvaruje komunikaciju, (informacija) se iscrpljuje u insceniranju komunikacije. Umjesto da proizvodi smisao, ona se iscrpljuje u insceniranju smisla. To je onaj gigantski proces simulacije koji nam je dobro poznat. Informacija je sve više prožeta tom vrstom fantomskog sadržaja, homeopatskim kalemljenjem, budnim snom o komunikaciji. To je cirkularno raspoređivanje u kojem se inscenira želja gledališta, antiteatar komunikacije koji je, kao što znamo, uvijek samo negativno recikliranje tradicionalne institucije, integrirano kolo negativnog. Ogromna se energija koristi kako bi se održao taj simulakrum, kako bi se izbjegla nagla desimilacija, koja bi nas suočila s očitom stvarnošću radikalnog gubljenja smisla.“¹¹⁰

¹⁰⁹ Debord Guy, *Društvo spektakla*, za izdavača: Aleksa Golijan, Beograd, 2003, str. 8.

¹¹⁰ Baudrillard Jean, *Simulakrum i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991, str. 84-85.

Informacija ne služi uzajamnom obavještavanju članova masovnog društva, nego obavještavanju svakog pojedinca kako medijima, tj. sustavu koji je ukinuo povijest, više zaista ništa ne može promaći. Kroz inscenaciju komunikacije, masmedijske informacije sve brže nastavljaju nezadrživu destrukciju društvenog. Tako informacija rastvara smisao i društveno pretvara u besmislicu iz koje se više nikada ne može izroditи smislena inovacija. Mediji tako nisu izvršitelji socijalizacije nego, naprotiv, implozije društvenog u masama. Sam medij predstavlja događaj. Smisao zamjenjuje fascinacija.

U ovoj medijskoj zrcali prvo pravo koje je konzument izgubio bilo je pravo na izbor. A, sloboda izbora je prva pretpostavka u određivanju i procjenjivanju predočenih sadržaja.

Iluzija da gledatelj može u svakom trenutku prekinuti daljinskim upravljačem program, utoliko je veća, ukoliko on u tom prekidu prepoznaje slobodu i svoj kritički stav. Slobodno rasuđivanje ima za pretpostavku rasuđivanje isključivo pojedinca. Mediji su oblik kolektivnog rasuđivanja čije su premise, kapital, politika, proizvodnja spektakla. Ideja da nitko i ništa ne postoji ukoliko nije u medijima jasno ukazuje na koncept mišljenja uperen protiv slobode mišljenja.

Stvarnost se pretače u emitiranu sliku. Laž postaje istina. Neobjavljeni događaji se nisu ni desili, samom činjenicom da nisu emitirani u medijima.

Promijenjena je percepcija pojave. Mediji generiraju sadržaje preobiljem i prizemljivanjem informacija, svodeći ih na nivo banalnosti.

Mediji manipuliraju čovjekom pokazujući mu kako treba misliti, čime anesteziraju njegov um. Tako je široki auditorij omeđen, ukroćen i sveden na nivo običnosti koji se zasniva na niskim kvalitativnim zahtjevima. Kvaliteta biva zamijenjena kvantitetom.

Informacija primarno služi kao podsjećanje na neprikosnoveni kredibilitet koji je prenesen na medije, odnosno tehničku objektivnost. Informacija postaje „prostor“ u kojem se uspješno urušava potencijal za međuljudsku komunikaciju, bivajući alternativno preveden u kolektivnu komunikaciju s tehničkim umom unutar sustava informiranja. Samim tim reklama postaje totalitarni „prostorni“ modalitet koji supstituirira susret i međusobnu komunikaciju gledatelja.

Medijator postaje strogo kontroliran medij. Prateći ovaj preobražaj, medijski sadržaji instruirani sve većim ulaganjem kapitala komotno i u sve većim količinama proizvode spektakularne realnosti. Tako se rađao spektakl. Ulaženjem u sve sfere društva, on počinje dominirati svojom formom nad sadržajem realnog sveta. Spektakl postaje druga realnost.

„Spektakl je konkretizirana inverzija života, nezavisno kretanje neživota. On nije samo skup slika; to je društveni odnos među ljudima posredovan slikama“. ¹¹¹

Shvaćanje spektakla ne mora se vezivati samo za puku vizualnu obmanu koju stvaraju mediji. Možemo govoriti o pogledu na svijet koji se materijalizirao. On nije samo dekor stvarnog svijeta, nego samo srce nestvarnosti društva. U svim posebnim aspektima – vijestima, propagandi,

111 Debord Guy, *Društvo spektakla*, za izdavača: Aleksa Golijan, Beograd, 2003, str. 8.

reklami, zabavi, spektakl predstavlja vladajući oblik života. To je sveprisutna afirmacija već načinjenih izbora. „U potpuno izokrenutom svijetu, istinito je trenutak lažnog“¹¹²

Tako je široki auditorij omeđen, ukroćen i sveden na nivo običnosti koji se zasniva na niskim kvalitativnim zahtjevima. Kvaliteta biva zamijenjena kvantitetom. Naime, usavršavanje stečenih iskustava i instrumentarija dovelo je do epohalnog obrata koji, naravno, korespondira s odustajanjem prosječnog pojedinca od ambicije razlikovanja percipiranih i konzumiranih sadržaja. To znači da pojedinac više ne razmišlja u kategorijama smisla. On napušta „poprište“ Logosa. Budući da je smisao za pojedinca prenesen u tehničko-medijijski aparat u kojem je kolabirala povijest, taj aparat ništa izvan sebe ne propušta što ne služi njegovom održavanju. Praktično viđeno, to usavršavanje ogleda se u postizanju onoga što bismo nazvali apsolutnom formalizacijom proizvodnje potrebnog mišljenja. Prepuštanjem – od strane masovnog društva – tehnici da proizvodi optimalnu količinu kvazirealnih atrakcija, prouzrokovano je odumiranje beskrajnih sporenja povijesti. Liberalno-demokratska totalitarna varijanta uopće više ne može biti ugrožena ma kojim oprečnim stavom, ma kojom suprotstavljenom idejom, ukoliko su stavovi ili ideje preneseni posredstvom medijatiziranog sustava – a samo tako i mogu biti preneseni. Ovo je jednostavno stoga što su u najdubljoj percepciji publike, odnosno, konzumenata svi stavovi prevedeni u puku prevladanu povjesnu kategorijalnost, te služe samo kao gradivo za novu medijsku atrakciju.¹¹³

Spektakl se i sam preobražava iz skupa slika u društveni odnos među ljudima, posredovan slikama. Tim procesom se iz vizualne obmane preselio u materijalni svijet koji je centar nestvarnosti društva. Tako mediji, kao odašiljači poruka postaju i sama poruka. Spektakl uspostavlja sebe kao stvarnost i za glavne maksime nudi: „Ono što se vidi je dobro, ono što je dobro vidi se“!

Ova pretpostavka implicira da ono što se vidi, a to su isprazni serijali, realiti šou, reklame, emisije bez smisla, kvizovi bez poante imaju svoje jedino utemeljenje u prostoti i beznačajnosti. Konzumenti vase za modnim ikonama koje su utjelovljene u poznatim ličnostima čija je popularnost utemeljena u frekvenciji pojavljivanja u medijima. Sve sfere života podliježu spektaklu: sportski događaji, modni prikazi, glazba, filmska industrija, teatar, videoigre, politički događaji, izbori, ekonomija, zdravstvo, pravosuđe...

Neobično važna činjenica je spektakularno prikazivanje tragedija. U prikazivanju tragičnih događaja u suvremenim medijima kroz oblik spektakularnih dosjea uspijevamo dijagnosticirati utrnuće afektivnog odnosa prema tragediji. Uočavamo tendenciju gašenja empatije prema ideji žrtve. Proizvodi se ravnodušnost, bezosjećajnost, smanjuje se udio emocija u tragičnim prikazima. Uspostavlja se utrnuće konzumenta koji podjednako neaktivno prima tragičnu, baš kao i radosnu vijest. Letargičnost implicira tupost. Nije slučajno što izvještaji o velikim tragedijama ne dotiču gledatelja koji ne reagira na vijest, nego samo na slike masakra ili eksplicitnog prikaza zločina kada ga prihvata kao spektakl u kojem sudjeluje isključivo kao promatrač, bez suošjećanja. Paradoks

¹¹² Isto.

¹¹³ Simić Željko, *Preobražaji totalitarne svesti*, Kulturno-prosvjetna zajednica Beograda, Beograd, 2006, str. 403.

se nahodi u činjenici da je recipijent, pokraden u sferi kritičkog mišljenja, ostao ogoljen i postao podatan za jednu jedinu ulogu – da promatra. Spektakl postaje vodeća društvena sila i najmoćnije raspoloživo sredstvo u preoblikovanju svijesti pojedinaca u svijest mase.

Uputno je postaviti pitanje s koliko muke se od spektakla i nekritičnosti može obraniti obični čovjek. Najčešće premoren od radnog dana, lako se prepusta lijepim slikama i tuđem mišljenju. Nezavisno od njegove intuitivne želje za saznanjem ipak kapitulira pred mješavinom koja svojim besmisлом, površnošću, brzinom i selektivnošću, a kroz bezbroj puta ponovljenu informaciju najprije „terorizira, a potom omamljuje.“ To je taj presudni trenutak u kojem mediji preuzimaju potpunu prevlast nad kritičkim mišljenjem. U njemu kulminira predaja gledatelja pred sadržajem, uspostavlja se dominacija slike nad mišljenjem. Inficiran mnoštvom sadržaja, prebrzo emitiranog, nasumice poredanog i bezbroj puta ponovljenog, konzument postaje ovisnik o tako strukturiranim medijima. Takav konzument nezajažljivo, iako nesvjesno traži još, ne birajući vrstu sadržaja, ne udubljujući se u značenje i poruke, žudi samo za spektaklom jer u njemu dobiva odgovore za sva pitanja koja bi postavio. Lijepe slike postaju moćan činitelj u njegovom stvarnom, svakodnevnom životu tako što mu se ovaj predstavlja u lažnom odrazu. Recipijent se odriče svog stila življenja u kojem mu je teško i za koji nema rješenja, ali vrlo lako prihvaća lažnu sliku i koristi je kao terapiju. Doze spektakla se povećavaju i potreba za njim raste. Mediji se uspostavljaju kao medijatori između stvarnog i željenog svijeta. Kolektivno iskustvo postaje individualno, medijska konstrukcija postaje stvarna. U toj brzini i preobilju informacija, počeli su dominirati *online* sadržaji koji se emitiraju uživo bez montaže. Dobiva se na brzini. Trka za primatom u prikazu spektakla kulminira u programima koji su živi prikazi nečije svakodnevice. Dvadeset i četvero satno emitiranje privatnog života anonimnih pojedinaca odnijelo je pobjedu u trci za najvišim stupnjem spektakla. Gledatelj ovakvih programa je pasivan, nekritičan promatrač, nijem ispred ekrana u strahu da će propustiti neke sekvene programa. Zaista, takvi gledatelji rijetko što propuštaju u medijima jer su im i bezbrojne reprize umanjile taj strah. Propuštaju „samo“ svoje osobne živote. Takva je publika najmasovnija, najodanija i najprivrženija. Na nju tvorci spektakla računaju, ona je njihova ciljna skupina, njima se obraćaju i na njih poantiraju. Njihovu odanost mjere *people metrima*, iscrtavaju listama gledanosti i iste te obavještovaju koliki im je učinak gledanosti.

Uz bojazan da povratka nema, jedini nam je izlaz u pozivanju na neke autoritete koji su ovu pošast prepoznali mnogo prije nas. Zato se i prisjećamo riječi Edmunda Husserla, koji je „bolest,“ suvremenog čovječanstva uočio u njenom zametku:

„Isključivost s kojom je moderni čovjek u drugoj polovini 19. stoljeća pustio da njegov cjelokupan pogled na svijet određuju pozitivističke znanosti i da ga zaslijepi njima postignut “prosperity”, značila je ravnodušno odvraćanje od pitanja koja su presudna za istinsku humanost. Puke činjenične znanosti stvaraju puke činjenične ljude (...) Ova znanost nam u našoj životnoj ugroženosti - tako čujemo - nema što za reći. Ona principijelno isključuje upravo ona pitanja koja su od gorućeg značaja za čovjeka, izručenog najsudbonosnijim prevratima u našim nesretnim vremenima: pitanja

o smislu ili besmislenosti čitave ljudske egzistencije (...) Možemo li se pomiriti s tim, možemo li živjeti u ovom svijetu čije povijesno događanje nije ništa drugo doli neprekidan splet iluzornih poleta i gorkih razočaranja?“¹¹⁴

Zanimljiv je pogled u budućnost Jean-Francoisa Lyotarda: „Dakle, u sljedećem stoljeću više neće biti knjiga. Čitanje traži previše vremena, a uspjeh je dobitak na vremenu. Knjigom će se nazvati nekakav tiskani predmet čiju će „poruku“ (zgusnutu informaciju), s imenom autora i naslovom, prvo prenijeti masovni mediji, film, intervju u novinama, televizijska emisija, a prodajom će izdavač (koji je proizveo film, razgovor, emisiju, itd.) ostvariti dodatnu zaradu, jer će vladati mišljenje da treba „imati“ (dakle kupiti), kako te ne bi smatrali budalom i kako ne bi bio mimo svijeta. Knjiga će se dijeliti uz nešto drugo, donosit će dodatnu financijsku dobit izdavaču, a simboličnu čitatelju...“

Na kraju bi se mogla izvesti definicija *spektakla* koji je od strane:

- 1) centara moći onih koji strukturiraju određen program shvaćen kao *anticipirani* događaj, koji će se, po definiciji odigrati u „realnoj realnosti“, na osnovi utvrđenih projekcija političkog, finansijsko-bankarskog, marketinškog, ili nekog drugog inženjeringu, i koji je koliko neizbežan, toliko i prakseološki plauzibilan,
- 2) prema kojem se zauzima, prije nego što se (taj događaj) a posteriori podvrgne manipulacijskom obrađivanju, koje podrazumijeva nebrojenu repetitivnost istog, selektivno izdvajanje nekih njegovih utilitarno „poželjnih“ odlomaka, ili hotimično izostavljanje drugih, ili iz istih razloga, vrijednosno apsolutno neutralan stav (može to biti prijenos početka ili završetka Olimpijade, prijenos finala nekog teniskog turnira u kojem igra Novak Đoković ili realiti šou) – nebitno,
- 3) koji se kao ekskluzivan danima preparira, bez mogućnosti stvarne pretpostavke hoće li će on odista biti ekstraordinaran ili ne (to se ozbiljnim analizama najprije pretpostavlja pa utvrđuje),
- 4) koji zbog svoje konstruirane prirode privlači enorman, eksterni kapital temperiran za dodatnu oplodnju u sinergiji s pretpostavljenom relevancijom događaja, ili, pak,
- 5) već oprobanu produkciju, internu emisionu konstrukciju sračunatu na „proizvodnji“ senzacionalizma, bez obzira na moralne, građanske, psihičke, kulturne, patrijarhalno-tradicionalne ili religiozne uzuse i pozitivne zakonske norme, ili, baš, uprkos njima, pri čemu se
- 6) osigurava masovna gledanost na lokalnom, regionalnom, kontinentalnom ili globalnom planu ili na svima njima zajedno.

S druge strane, *spektakl*, razumije se, ne mora biti anticipiran, nego se neki događaj, koji se nije (minuciozno) planirao, odigrao „*sam od sebe*“, bez prethodne režije, ali se njegovom naknadnom nekontroliranom proliferacijom osigurava masovna pozornost gledateljstva tijekom dužeg vremenskog perioda, čime se efektno osigurava marginaliziranje svih drugih događaja iz te iste realne

¹¹⁴ Husserl Edmund, *Kriza evropskih nauka*, Dečije novine, Gornji Milanovac, 1991, str. 15.

realnosti, otupljuje mogućnost njihove valjane percepcije, pa utoliko umanjuje, ili čak potire svaka njihova signifikantnost, a time i prepostavka da se realnost sagledava sveobuhvatno, uz kritički relacioni otklon prema svim njenim segmentima: *spektakl*, dakle, proizvodi jednu realnost jednakoukao što iz nje produktivno eliminira neku (nepotrebnu) drugu stvarnost, a sve to u pozadini stvaranja iznimnog profita i premisa za oblikovanje svijesti (pukih) konzumenata u željenom političkom, ideološkom ili nekom drugom vidu.

Može li nas ovakav, sveobuhvatno uobičen uvid u kvalitetu i spoznajne, jednakoukao i u neposredne životne reperkusije *spektakla*, kao jednog vida *konzumentske egzistencije*, onespokojiti i obeshrabriti u našim plemenitim nastojanjima da, uprkos tehnicističkoj represiji novog totalitarizma, živimo u logosnoj punoći neponovljivog postojanja pod svodom nebeskim? Odgovor je u velikoj mjeri potvrđan, s malo prostora za optimističko manevriranje u okvirima preostale čovjekove slobode! Ali, upravo zbog toga, i upravo uprkos tome, mi nemamo pravo na ravnodušje i kontinuitet „postojanja bez mišljenja“, da paradoksalno preformuliramo začetnika moderne Descartesa, koji bi zasigurno ostao preneražen pred činjenicom da je sakrosanktna spekulacija prepustila mjesto profanom *spektaklu*.

Literatura:

Bodrijar Žan: *Simulakrum i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991.

Debor Gi: *Društvo spektakla*, za izdavača: Aleksa Goljan, Beograd, 2003.

Kin Džon: *Mediji i demokracija*, Filip Višnjić, Beograd, 1995.

Levy Bernard-Hendri: *Pohvala intelektualca*, SIC, Beograd, 1988.

Simić Željko: *Preobražaji totalitarne svesti*, Kulturno-prosvetna zajednica Beograda, Beograd, 2006.

Tanasković Darko: *Islam, dogma i život*, SKZ, Beograd, 2008.

Huserl Edmund: *Kriza evropskih nauka*, Dečije novine, Gornji Milanovac, 1991.

Chomsky Noam: *Propaganda i javno mnjenje*, Rubikon, Novi Sad, 2004.

The Art of Spectacle as a Second Reality

Abstract

A media genesis as multimeaningfull phenomenon means its transformation from its initial function as a transmitter of a message and information into an active subject in the process of communication towards a powerful mean of critical opinion. On that road, from the role of information transmition, medias strengthened into a leading factor in shaping critical opinion of a recipient.

A project is focused on a communication processes analysis within modern society, revealing dominant feeling of passive dependency of a media content by the recipient and media's active role.

During that process, information becomes antipodal entity, which abolishes the meaning and primarily serves as a reminder on an undisputed credibility transferred into a spectacle as an art expression. Within that process, recipient who is supposed to criticaaly think about media content transforms into a muted and brainwashed consumer of everything that is presented by media.

The art of spectacle becomes reality.

Key words: abundance of information, information - advertisement, process of simulation, spectacularization of tragedy, indifference.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Vesna Ivezić

Srednja škola Mate Blazina, Labin, Istra
vesna.ivezic9@gmail.com

Poetska riječ – medij sufiskske gnoze

Sažetak

*Sufizam zbunjuje učene ljude, jer nije u skladu sa strogim kanonima racionalnog znanja. Sufiskska gnoza poučava se putem interakcije učiteljevog i učenikovog duha, te je u procesu prijenosa, racionalnim metodama „neprenosivog“, uz priče, anegdote, alegoriju, metaforu, glazbu, ples, od velikog značaja uloga poezije kao važnog medija. Sufiskska poezija posjeduje vanjstinu i unutrašnjost, i njena poruka ne da se objasniti racionalnim teoretiziranjem, nego je razumljiva samo onima koji dijele isto iskustvo. Sličnu funkciju imaju, koani u zenu. Najstariji duhovni zapisi svijeta, smatra se, nastali su interakcijom čovjeka i Boga. Riječ **logos**, kao vrhovna manifestacija Boga, objavljivala se izabranim pojedincima, i stoljećima prenosila s učitelja na učenika usmenim putem. Važan je aspekt razumijevanja sufiskskih tekstova, starih znanja općenito, simbolizam slova (**slovni misticizam**), gdje je naglasak na mističnom značenju pojedinih slova i njihovom rasporedu u rijećima.*

Ključne riječi: sufiskska gnoza, sufiskska poezija, medij, prenošenje neprenosivog, slnovni misticizam.

Nije pitanje *Što je sufizam?*, nego *Što se može reći i poučiti o sufizmu?*

(Idris Ibn-Ashraf)

1. O mističnoj i racionalnoj spoznaji

Ljudi su oduvijek težili tome da spoznaju svijet oko sebe, kako bi u njemu opstali, a spoznaje su se tijekom povijesti često puta dešavale kroz mistične doživljaje pojedinaca. Što su drugo munjevite spoznaje znanstvenika koji su se dugo bavili nekim problemima i zagonetkama znanosti, ne nalazeći pravoga rješenja, da bi im se u jednom trenutku, ili čak u snu, složila cjelovita slika, otvorila cjelokupna spoznaja, što su to drugo, nego mistični doživljaji!¹¹⁵ Tim slijedom neki autori smatraju da je misticizam temelj svega znanja (Khan, 2005:317), i prema tome, izvor znanosti je u intuiciji.¹¹⁶ Božja tajna, kako je mistici nazivaju, tajna je postojanja. U njoj su sadržani svi prirodni zakoni, čovječanstvu još u velikoj mjeri nedokučivi („nedokučivi su putevi Gospodnjii“, običavaju reći ljudi), a „Božji plan“, cjelokupna slika svijeta, još je nedostupna ljudskom umu.

Sam pojam misticizma prvenstveno upućuje na oblik religioznog iskustva „kada vjerski osjećaj nadvlada njegov racionalni sadržaj, tj. kada skriveni, iracionalni, nesvesni elementi prevladaju i stanu presudno određivati emocionalni život i intelektualno stajalište“. (Happold, 2005:305)

Racionalnom spoznajom smatra se ona spoznaja koja je nošena moću racionalnog mišljenja, baštinik je aristotelovske tradicije, izrasla na poštivanju zakona logike.

„Sufizam zbuњuje učene ljude jer nije u skladu sa strogim kanonima racionalnog znanja, nije logičan“. (Suvremenim bismo jezikom/rječnikom mogli izreći da ta dva učenja pripadaju različitim diskursima. Racionalno znanje pripada racionalno-logičkom diskursu, dok sufijsko pripada tzv. duhovnom, mudrošnom, domeni *sofije*, a to su dvije različite razine/diskursa, pa otud nerazumijevanje.

Pojedinci koji krenu putem traženja spoznaje Istine, u početku su zbuњeni, jer puno toga nije u skladu sa zakonima dotada poznate logike. Veliki sufijski pjesnik Rumi to je izrazio sljedećim stihovima:

115 Riječ *mistik* vodi porijeklo od grčkih misterija, a riječ *misterij* (*mysterion*) dolazi od grčkog glagola *muo*, što znači „zatvoriti usta ili oči“ (Happold, u Hlad, 2005:305)

Mistična spoznaja je spoznaja sadržana u mističnom iskustvu. To je dubok uvid u tajne postojanja i bivstvovanja nedostupne diskurzivnom razumu. U mistici objavljenih religija to je proživljeno poniranje u božanski misterij nedostupan racionalnoj teologiji. Prema učenjima velikih mistika, ni slike ni pojmovi ne otkrivaju nam pravu zbilju. Treba askezom i kontemplacijom proći kroz zastor osjetila i intelektualnih predodžbi. Očistivši se od sebe i od svega vidljivog, duša se otvara punini spoznaje.

116 „Prvo je postojala intuicija, onda je došao razum, i konačno je na to primijenjena logika“ Khan, u Hlad, 2005:317.

„Što ču, o muslimani? Više sam sebe ne poznajem.
Nisam ni krščanin, ni Židov, i pars ni musliman,
Nisam ni s Istoka, ni sa zapada, ni s kopna ni s mora;
Ne potječem ni od prirode, ni od nebesa u njihovu okretanju.
Nisam ni od zemlje, ni od vode, ni od zraka, ni od vatre;
Nisam ni od neba, ni od orašine; nemam
ni postojanja ni bića.
 (...)
Ni tijelo ni duša, jer pripadam duši voljenog.“

(Rumi, Divan-e Shams-e Tabriz)

2. O sufizmu

Sufiji tvrde da postoji oblik znanja koje čovjek može steći, a koje je u takvom odnosu prema školskim znanjima, kao što je znanje odraslog čovjeka prema znanju djeteta.

U islamu postoje pojmovi, a dvije vrste znanja: Jedno je *ilm*¹¹⁷, znanje koje može biti vječno (u Bogu), i proizvedeno (u biću), gdje se ovim pojmom više misli na ono znanje koje može biti proizvedeno, osjetilima dokazano, pa se prema tome u islamu za znanost koristi naziv *ilmija*, dok je učenjak, znanstvenik, *alim*¹¹⁸. Za gnosičko znanje koristi se izraz *ma'rif*¹¹⁹, dok se za znalca u tom području, gnostika, koristi izraz *arif*¹²⁰.

Znanja su postojala i prije nego što su bila zapisivana, i stara znanja koja su se pojavila na raznim krajevima svijeta slična su, što ukazuje na to da potiču iz jednog izvora. Najstariji duhovni zapisi svijeta, smatra se, nastali su interakcijom čovjeka i Boga. Riječ *logos*, kao vrhovna manifestacija Boga, objavljivala se izabranim pojedincima, i stoljećima prenosila s učitelja na učenika usmenim putem.

Riječ Božja (Božja bit, Božja priroda), kroz povijest se otkrivala razvijenijim pojedincima, koji su se mogli „uskladiti“ s Bogom, zbog toga što su oni imali razvijenije „organe“/receptore, kojima su mogli čuti („tko ima uši neka čuje“), razabrati (npr., „duhovno oko“¹²¹) Primjerice, objavljene religije¹²² su nastale na taj način (Abraham, Mojsije, Muhamed, bili su „primatelji“) pa kad bismo dalje gledali, sve religije na svijetu su objavljene, jer je svaki pokretač neke religije primio „objavu“,

117 *ilm*, arap. znanje.

118 *alim*, arap. učenjak; u islamu se tako najčešće naziva učeni teolog i pravnik, član *uleme* (islamske zajednice).

119 *marifet*, gnosičko znanje; intuitivna spoznaja.

120 *arif*, arap. „onaj koji zna“, gnostik, mudrac upućen u posljednje istine bitka.

121 To je „oko“ koje vidi ono što svi ne vide, dalekovidnije je, „svjetiljka tijela“, „ako ti je oko otvoreno, cijelo tijelo ti je u svjetlu, a ako je zatvoreno, cijelo tijelo ti je u mraku.“ (MT)

122 Objavljenim se religijama smatraju sve koje se temelje na osnovi direktnog očitovanja transcendentnog Boga (židovstvo, krščanstvo, islam), u širem smislu su to i sve druge koje sadrže neku objavu (vedizam, zoroastrizam), dok, gledano u najširem smislu, niti ne postoji religija koja ne bi bila objavljena, jer sve su temeljene na mističnom doživljaju transcendentnog - Božje prisutnosti.

bilo direktno od Boga, kako se smatra, ili putem meditacije, što je u osnovi isto.

Božja priroda za sufije je beskonačna, i nemoguće ju je spoznati ciljanim, racionalno definiranim postupcima, jer, Čovjek i metoda nisu činitelji koji određuju spoznaju Boga. Sufizam se, prije nego verbalnim metodama i objašnjenjima, služi postupcima takvim kao što su kretanje, pokazivanja, koji mogu nekoga navesti na predavanje Božjoj milosti, jer kako sufiji smatraju, Bog je taj koji na kraju dopušta spoznaju. Na čovjeku je samo da postigne umijeće prepuštanja Božjoj milosti.

*„Nitko sam ne može spoznati Boga. Bit Božja može se spoznati samo njegovom milošću.
Um će te voditi, ali samo do Njegovih vrata. Njegova će te milost dovesti Njemu“*

Sana'i (Mayerovich-Vitray, 1998:238)

Simbolika vrata kroz koja se ulazi u tajni vrt može se naći u mnogim pričama i legendama, i prikazuje ulazak u područje spoznaje Boga. U sufizmu, poezija je ključ kojime se otključavaju ta vrata, dok je učitelj ključar koji učeniku predaje ključ.

Na sufiski se put kreće onda kad čovjek osjeti „Božji poziv“¹²³, i čovjek koji je to doživio smatra se „čovjekom dostoјnjim Boga“. Dakle, to znači da je pojedinac koji počinje obavljati sufisku praksu u svom osobnom razvoju „dorastao“ spoznajama koje su višeg reda u odnosu na ono što nudi svakodnevni život. Sufiji smatraju da je stvarna slika svijeta, Istina, za ljude zastrta velom, i da se stalnom praksom kroz taj veo može proniknuti. Videnje svijeta zastrtg velom opsjene, iluzije, zbog kojeg je nemoguća jasna spoznaja, ne nalazi se samo u sufiskom učenju, nego i u mnogim drugim duhovnim tradicijama¹²⁴, jer čovjek je još od davnih vremena, nezadovoljan dometima vlastite spoznaje, imao potrebu transcendirati stvarnost.

Sama gnoza, u ovom se slučaju može objasniti kao prisutnost – dakle, čin gnoze je čin prisutnosti. Onaj koji zna je onaj koji je *prisutan*, pa *vidi*, a za onoga tko je *prisutan* može se još reći da je – *budan*.¹²⁵

Sufisko se znanje ne poučava putem zamornih racionalnih objašnjavanja (kao u leksikonima), nego putem interakcije učiteljevog i učenikovog duha¹²⁶, kako navodi Idriz Shah, „neki sretno rabe religioznu formu, drugi romantičnu poeziju, treći pričaju šale i legende, dok se neki oslanjaju na razne oblike umjetnosti i zanatsku proizvodnju“ Suvremenim bismo rječnikom to mogli nazvati multidimenzionalnim pristupom!

123 „Svaki duhovni putopis započinje Božjim pozivom duši da se trgne iz drjemajućeg bezbrižnosti i zaborava“ (Mayerovich-Vitray, 1998:41)

124 Primjerice, nalazimo je već u brahmanističkoj filozofiji s kraja vedskog razdoblja. (Religijski leksikon, 2002:560)

125 *buddha* (skt. probuđeni, prosvijetljeni) u budizmu, osoba na najvišem stupnju duhovnog postignuća; naslov za Siddartha Gautamu, osnivača budizma, jednog od najpoznatijih „probuđenih“.

126 Insan-I-Kamil, u Shah,I.,1968:266.

3. O ulozi Kur'ana u sufizmu

Uloga Kur'ana je važna u razvoju sufizma, i ima isto značenje kao i u ortodoksnom islamu. Knjiga (*Kitab*, tako se naziva u tekstu Kur'ana) sastoji se od 114 *sura* ili poglavlja, koja su opet sastavljena od određenog broja *ajeta* (stihova). *Sura* prema kur'anskom tekstu znači visok položaj ili kat zgrade, prema čemu je onda Kur'an zgrada sastavljena od sve viših katova, tako da onaj koji sve dublje ulazi u tu građevinu, na sve višem je položaju na putu prema Bogu.(Kur'an, str. 839)¹²⁷

Al-Fatiha, u doslovnom prijevodu „*pristup*“, prvi je stih Kur'ana, i izgovara se prilikom svakog obreda muslimana, pa tako i derviškog. Ona govori o mističnoj sveprisutnosti Božjoj i prepuštanju čovjeka božjoj volji kao najboljem mogućem činu. Sličnog je sadržaja molitva „Oče naš“ kod kršćana, gdje stihovi „neka bude volja tvoja, kako na nebu tako i na zemlji“, također imaju isto mistično značenje. I sam Isus, nakon agonije pred raspećem kad je vatio „Oče, ne moja, nego tvoja volja neka bude“, što na kraju molitelji, i kršćanski i muslimanski, u svojim obredima i čine, doživio je konačno, potpuno prepuštanje Božjoj volji, neki to nazivaju „prosvjetljenjem“, u trenutku kad je u mukama, razapet na križu, izustio znamenite riječi „Oče, u ruke Tvoje predajem duh svoj“, dostigavši tako konačnu spoznaju o biti Božje prisutnosti.

Sufiji smatraju da oni koji poznaju Alaha mogu spoznati i istinu, jer:

„*Shvatiš li njihovu tajnu, znat ćeš bit tih tajni:
On je jedan, ništa osim Njega ne postoji,
On je Jedini, nema drugog Boga osim Njega.*“

(Hatif Isfahani, Vitray-Meyerovich, E. de, 1988:250)

U stihu „On je jedan, ništa osim Njega ne postoji...“ sadržana je Istina o pravoj prirodi ljudskog postojanja, a to je ono čime se sufiji u svojim trganjima i bave. Za njih je svijet Božje zrcalo, i sve što postoji proizlazi iz božanske biti. Kako Kur'an uči, „Allah je izvor svjetlosti nebesa i zemlje!“ Bog je taj koji može čovjeku omogućiti da spozna pravu prirodu svih stvari.

Božje jedinstvo, istinitost, „jednost“, „jedincatost“, temelj je spoznaje mistika. Tako je bilo od pamтивјека, i na Zapadu i na Istoku, jer svijet o jedinstvenosti postojanja nije privilegija istoka. U davnom Talesovom otkriću: *Sve je jedno*, sadržana je i kozmogonija Smaragdne knjige Hermesa Trismegistosa, (*Kako gore, tako i dolje*), koju u kršćanstvu nalazimo u molitvi Oče naš (*Kako na nebu tako i na zemlji*). Sve su to spoznaje koje ukazuju na svekoliku jedinstvenost svijeta. *Mjesec je jedan*, kaže jedna stara japanska priča, *samo su različiti prsti koji ga pokazuju*.

¹²⁷ Slična je simbolika *pagode*, ritualne građevine koja se sastoji od 7 do 13 nivoa (katova), i svaki od njih predstavlja korak bliže „nebu“ i božanstvu.

„Allah je jedan,
On je onaj kome se sve obraća
Nije nikoga rodio niti je rođen
Njemu nitko nije ravan“ (Kur'an 112:1)

Prvi sufijski učitelji traže svoj individualni, najbolji put Bogu, i okruženi su učenicima kojima prenose svoje znanje. Već u tom najranijem periodu počele su se formirati škole, tarikati, i to prema sklonostima nekih sufija da uče kod određenog učitelja radije nego kod nekog drugog¹²⁸. Derviški redovi¹²⁹, kao institucionalan oblik učenja određenog učitelja, u pravilu su se formirali nakon smrti učitelja čije je izvorno mistično iskustvo kasnije pretošeno u pravila namijenjena učenicima kao svojevrstan putokaz na putu prema Bogu, i oni u sličnom obliku postoje još i danas. Njegovi učenici nastavili s radom slijedom učiteljevih uputa; znanje učitelja bi ostalo, kako sufiji kažu, „u srcima učenika“.

„Kad budemo mrtvi, ne traži naš grob pod zemljom, nego ga nađi u srcima ljudi.“ (Rumi)
(Shah. I., 2005.)

4. O sufiskoj metodi

Ne postoji jasna, određena sufiska metoda, nego se sufizam¹³⁰ može poučavati na više načina, koji obično nisu jasno strukturirani, ne ograničavaju se pravilima i konvencijama. Sve te metode su ispravne, i to može potvrditi svaki derviš koji ih je iskusio, ali takav put je neprihvatljiv za mnoge, naročito zapadne umove, jer u prirodi je ljudskoj da jasno definira ono što radi, pa će tako zahtijevati da mu se objasni tko je taj sufi od kojega hoće nešto naučiti, kojem bratstvu pripada, koje osobine posjeduje, a sufizam je tu neodređen, jer, kako je rekao arapski pjesnik i mistik (iz 14.stoljeća) Ibn Arabi, „*sufi je onaj tko to nije*“, što znači da nema određenja pojma sufija nekom definicijom. I samim sufijima nejasno je i neuhvatljivo odrediti cilj koji žele postići, kakvi trebaju biti da bi bili sufiji, i kojim se metodama trebaju služiti. Nema pravila. U srcu sufiske metode upravo leži „sloboda od metode“. Što to točno znači? Pojam metode (grč. *methodos*) doslovno znači *put kojim se dolazi cilju*, postupak istraživanja, odnosno skup načela, pravila i postupak istraživanja u procesu rješavanja nekog problema ili postizanja neke svrhe (Filozofski rječnik), što bi onda značilo da i u slučaju sufizma, sufiska metoda, ili još bolje – metode, označavaju skup načela, pravila i postupaka kojima

128 „Brojni su putovi traganja, ali traganje je uvijek isto. Zar ne vidiš da su putovi što vode u Mekurazni, jedan dolazi iz Bizanta, drugi iz Sirije, a drugi pak prelaze kopnom i morem? Stoga je udaljenost koju ovim putovima treba proći svaki put različita; ali kad stignu na cilj, raspre, rasprave i odstupanja u pogledima iščezavaju, jer srca se sjedinjuju...Ovaj polet srca nije vjera, ni nevjera, nego ljubav.“ Rumi (Vitray-Mayerovitch, 1988:253)

129 Derviški redovi, mistična bratstva koja se okupljaju oko posebnog tarikata radi duhovnog uzdizanja; razvili su se u sufizmu i značili su uklapanje mističnog pokreta u islamsku zajednicu. (Opći religijski leksikon, 2002)

130 Izraz sufizam novijeg je datuma, to je njemačka kovanica iz 1821.godine (Shah, 2005:11) koja se udomaćila u zapadnom diskursu, pa ćemo je i mi ovdje koristiti.

se postiže neka svrha. Ali baš ta svrha koja bi trebala odrediti metodu, u sufizmu je neuhvatljiva, racionalno neodredljiva, jer se ne može spoznati uz pomoć racionalno strukturiranog postupka vođenog namjerom o postignuću. Svrha sufizma je doživljaj Božje prisutnosti, približavanje Bogu, nestajanje u njemu, (*fana*, nestajanje, temelj je sufiske spoznaje, i naziv za stanje „kad se duša razlaže u Bogu“) ali ne može se točno odrediti, definirati, racionalno strukturirati objašnjenje što to ustvari znači. Može se samo teoretizirati ili iskusiti. Pod pojmom „nestajanja,“ u sufizmu se misli na nestajanje ega, misli se na zamjenu ljudskog ega, ljudske prirode, božanskom prirodom. Takvo stanje opisuje zabilježeno iskustvo jednog sufija:

„Nebesa i zemlja i pakao i raj sve je prestalo postojati za mene. Kad gledam oko sebe nema ih nigdje. Kad sam u nečijoj prisutnosti ne vidim nikoga ispred sebe: uistinu, moje vlastito postojanje ne postoji za mene. Bog je beskonačan. Nitko ga ne može nadići, i ovo je krajnja granica duhovnog iskustva. Nijedan svetac nije mogao ići dalje od toga.“

Iqibal.(Vitray-Mayerovich, 1988:78)

Cilj duhovnog puta, ako se to uopće može nazvati ciljem (izraz: smjer putovanja, nastojanje na putu, bio bi prikladniji), jest spoznaja istine, do koje se dolazi u procesu odgoja i preobražaja *nefsa* (duše).

Sufiji smatraju da je svaki korak na duhovnom putu određen Božjom voljom. Osim svoje teoretske i filozofske podloge sufizam ima i praktičan aspekt, koji se objašnjava kao Put (*tariq, tarikat*¹³¹) a to je skup različitih metoda kojima učenik dostiže posebno stanje duha koje će mu omogućiti prisniji odnos s Bogom. Schimmel (2005:470), navodeći da su „mističi u svakoj religijskoj tradiciji bili skloni različite korake na putu koji vodi do Boga opisati kao *Put*, govori o „putu kojim mistik kroči“ i koji je definiran kao „put koji proizlazi iz šerijata¹³²“, ali je teži, „uži“, nije za svakog. Onaj koji stupa na put (*tarikat*)¹³³ naziva se učenikom (*murid*)¹³⁴, i on pod vodstvom *šejha*¹³⁵ ili voditelja (*muršida*)¹³⁶ pristupa sufiskom „treningu“ svakodnevno izvršavajući niz, od šejha propisanih aktivnosti. Krajnji cilj Puta svakog sufija je potpuno sjedinjenje s Bogom.

Još za Muhamedovog života pojavili su se pojedinci koji su željeli izravniji i bliži dodir s Bogom nego što su to nudila upravo ustanovljena, važeća vjerska pravila islama, i koji se nisu zadovoljili

131 *Tariq* - put

132 *šari' e: šar* "glavni put"

133 „Kad se novak pridruži šeicima u želji da napusti svijet, podvrgnu ga trogodišnjoj duhovnoj disciplini. Ako se prilagodi onome što se od njega traži, dobro je; inače, reknu mu da ne može biti prihvaćen u tariqu.“ (Vitray-Mayerovitch, 1988:53)

134 *murid* (arap., „*murid*, učenik) kandidat derviškog reda (Škaljić, A., 1989).

135 *šejh, šayh* (arap. starac, starješina, duhovni voda, starješina derviškog reda, sveti čovjek)

Moguće je pogrešno tumačenje pojma, s obzirom da se šejhom najčešće postaje u kasnijoj životnoj dobi, nakon određenog, potrebnog iskustva, pa se izraz može zamijeniti jednim od svojih značenja kao-starac. Tako je pogrešno preveden naziv asasinskog vođe, kao „Starac s planine“,(*sennex de monte*) u mjesto „starješina, ili duhovni vođa (s planine)“(*seniores de monte*), što je točno.

136 *muršid* (*muršid*) duhovni učitelj,starješina ;usmjerivač na putu sufiskog samousavršavanja, (D. Tanasković).

pukim pokoravanjem tim pravilima nego su u porukama Kur'ana, na kojima su izgradili svoje metode, pokušali pronaći dublji smisao, radije se oslanjajući na vlastito mistično iskustvo nego na službenu vjeru.

Neki autori doduše, (primjerice Mitterauer, 2008:17) smatraju da je pojava mistike u okviru službene religije znak njene slabosti¹³⁷, ali činjenica je da svaka od dominantnih religija u svijetu (ovdje mislim na kršćanstvo, židovstvo i islam), ima i svoje mistične pravce, što ipak govori o tome da, kako je Isus istaknuo, ako netko želi spoznati više, i biti revniji na Božjem putu, onda ipak mora ići „užim putem“, koji je zahtjevniji, pa prema tome nije prihvatljiv širim slojevima ljudi, iz jednostavnog razloga što su uvijek malobrojniji pojedinci spremni sve drugo u životu podrediti duhovnom putu.

Iako je, dakle, od samih početaka neodvojivo vezan za islam, smatra se da je na rani sufizam određeni utjecaj izvršila mistična praksa geografski bliskog, ranog kršćanstva, i to upravo afirmacijom ideje mogućnosti izravnog približavanja Bogu. Rani sufizam je bio obilježen snažnim duhovnim zanosom, „opijenošću“ Božjom prisutnošću o kojoj strastveno govore i kasniji sufijski pjesnici, a to se svakako u velikoj mjeri može pripisati snažnoj Muhamedovoј sklonosti misticizmu. Priča se da je i sam Muhamed bio jedan od prvih sufija! (Enciklopedija živih religija, 1990)

Sufizam je zbog svoje neobuzdane naravi ubrzo doživio osudu od strane službenog islama, ali je situacija sređena teološkim naporom Gazalija, koji je potaknuo stvaranje derviških redova, čime je sufizam „doveden u red“, i na taj način je mogao opstati .

Veliki sufijski učitelj i pjesnik Rumi¹³⁸ nije podnosio strukturirani rad u grupi, niti je oformio derviški red. Nije propisao obaveznu formu *zikra*¹³⁹ koji bi se trebao izvoditi za vrijeme obreda, a nije niti uspostavio izvođenje bilo kakvog obreda. Ironijom povijesne sudsbine, red koji se oformio nakon Rumijeve smrti, *mevlevi*, nazvan njegovim imenom, postao je najpopularniji derviški red na svijetu, a *zикр* tog reda za vrijeme kojeg se izvođači okreću oko sebe po čemu su dobili ime „vrteći derviši“, postao je najpoznatijim, i složena je cijela doktrina o tome kako je taj *zикр* metafora kozmičkog okretanja nebeskih tijela, te tim slijedom i slika božanskog sklada. Prava istina je, da je prema legendi Rumi opijen radošću zbog Božje prisutnosti koju je osjetio, u zanosu naprosto zaplesao! Nakon toga su sljedbenici nastavili izvoditi taj ples u namjeri da postignu identično stanje duha, jer su smatrali da je upravo taj ples uzrok (a ne posljedica!) Rumijeve radosti. Ovakav slučaj nije jedinstven u povijesti ljudskog traganja za istinskom duhovnošću. Uvijek je nakon smrti nekog autentičnog učitelja nastao određeni „duhovni pravac“, struktura bazirana na spoznajama učitelja, koje su boraveći s njim naučene od strane učenika. Pošto uz njih nije više bilo živog majstora, učenici bi, pod vodstvom istaknutijeg člana grupe, nastavili isti rad slijedeći naučene strukture, time i različite duhovne tehnike koje su prije prakticirali. Često bi se kao struktura pojavile određene

137 „to je slabost hijerarhijski strukturiranih redova u pojedinim vjerskim zajednicama; tamo gdje dominira služba i vjersko pravo, mistici nema mjesta“ (Mitterauer, 2008:17).

138 Godinu 2007., Unesco je proglašio godinom Rumija.

139 *зикр*, *дикр*, (arap. sjećanje na Boga), spominjanje Božjeg imena, središnji obred sufijskog rituala.

radnje nastale na osnovi promatranja i zapamćivanja spontanih radnji koje je činio njihov učitelj, a sve uz vjerovanje da je to ispravan put za postizanje sličnog duhovnog nivoa.

Postoje četiri nivoa prakse i razumijevanja u sufizmu, i svaki od njih je formiran na zasadama onog koji je ispod njega. To su redom:

1. *šerijat* (jednako kao i u službenom islamu), što govori o tome da je početak svakog ispravnog puta ispravno življenje, u skladu s mudrošću Božjom. Šerijat je osnova za ostala tri stupnja, i kako sufiji ističu, „slijediti sufizam bez šerijata isto je kao i graditi kuću na pjesku“.
2. *tarikat* (duhovni put), što govori o tome da je za sufije samo „putovanje“ jednako važno kao i unutarnja stanja koja se dešavaju dugotrajnim prakticiranjem. Štoviše, sufiji ističu da u sufizmu nema „postignuća“, nema cilja, nego je putovanje samo po sebi cilj. Kao što se šerijat odnosi na vanjsku dimenziju religije, tako se tarikat odnosi na unutrašnju. Sufiji također ističu važnost „vodiča“ na putu, i to je u njihovom slučaju šejh.
3. *hakikat* (istina) je sljedeća stepenica na sufiskom putu. To je direktno iskustvo Božje prisutnosti koje ukazuje na unutrašnje značenje duhovne prakse, svjedočenje koje učvršćuje praksu prve dvije stepenice (šerijata i hakikata), i s njima je neodvojivo povezano. Smatra se da je bez ovakvog osvjedočenja duhovna praksa samo imitacija, pa otud proizlazi rasprostranjena pojava da učenici često imitiraju radnje koje čini njihov učitelj, o čemu je već bilo riječi, i slijede od učitelja propisanu, strukturiranu praksu. Bez dubljeg razumijevanja koje dolazi na osnovi dugogodišnje prakse, nema ni iskustvene spoznaje, te, prema shvaćanjima sufija, takav vjernik je samo onaj koji mehanički slijedi duhovnu praksu drugih, ali to je logičan slijed puta.
4. *marifet*¹⁴⁰ (spoznaja, gnoza), fenomen je koji spada u domenu mudrosti, ili spoznaje viših duhovnih istina. To je nivo unutrašnjeg znanja koje je višeg reda od hakikata, a također se ne može svrstati u kategoriju znanja *ilm*, zbog toga što je povezano s duhovnim iskustvom. To nije trenutačno duhovno iskustvo kao što je hakikat, nego je trajno stanje, i kako se u sufiskim krugovima smatra vrlo rijetka pojava stanja harmonije između čovjeka („roba“) i Alaha. (prema: El-Džerrahi, 2010:7)

Mistični put daje prednost intuiciji (*marifet*), nad znanjem (*ilm*), a ljubavi prema Bogu (*ašk*) nad vršenjem zapovijedi i izvođenjem obreda. U tome je sufizam slobodniji i neposredni od službenog islama. (Nourallah, 2011:244)

Schimmel (2005:470) navodi da je prema sufiskom shvaćanju put trojan (šerijat, tarikat, hakikat), odnosi se na tri razine, što je i objašnjeno predajom koja se pripisuje Muhamedu¹⁴¹, te da nekad

140 marifet (arap. *m'arifa*) intuicija, nadahnuće

141 „Šari'a su moje riječi(aqwali),tariqa su moja djela(a'mali), a haqiqa su moje unutarnja stanja(ahwali); uzajamno su međuvisni.(U Hlad,2005:470)

pojedini pjesnici umjesto izraza hakikat, koriste marifet.¹⁴² Ista autorica na drugom mjestu navodi da je marifet (ma'rifa, gnoza) i uz ljubav, nalazi se na samom vrhu mističnog puta (Schimmel, 2005:489). Prve tri faze puta uspoređuje s kršćanskim trojnom podjelom na: *via purgativa* (*šari'a*), *via contemplativa* (*tariqa*) i *via illuminativa* (*haqiqा*). (Schimmel, 2005:470)

5. O poeziji kao mediju prenošenja sufiske gnoze

U procesu prijenosa tog, racionalnim metodama „neprenosivog“, od velikog je značaja uloga poezije kao važnog medija. Sufijska poezija posjeduje vanjštinu i unutrašnjost, i njena poruka ne da se objasniti racionalnim teoretiziranjem, nego je razumljiva samo onima koji dijele isto iskustvo. Sufijska literatura općenito, ne samo poezija, nego priče, anegdote, alegorije, značajna je za razumijevanje duhovnog puta, i često se njome služe učitelji kako bi lakše prenijeli znanje, kako bi olakšali razumijevanje. Sličnu funkciju imaju, primjerice, koani¹⁴³ u zenu.

Sufijska poezija, čiji se najveći procvat desio između 11. i 14. stoljeća na području današnjeg Irana, pjesme Rumija, Hafiza, Ibn Arabija i mnogih drugih, mape su putova koje su ti majstori već spoznali, i koje su ostavili budućim tragačima.

Zašto je poezija u sufizmu zaigrala tako važnu ulogu kao medij prenošenja sufiske gnoze?

„Kad ideja odjene ruho poezije, ona vrši veći utjecaj“, smatraju sufiji, i to je zato što poezija omogućava iskorak iz područja racionalnog, izlazi „izvan“ uma, što je opet neophodno, jer se um ne može objašnjavati umom samim, dakle, ne može se sve racionalno objašnjavati, nego se treba *raz-umjeti* (osloboditi okova uma; to je svrha primjerice i – paradoksa.)

Razum je za sufije statična sila, a ljubav je revolucionarna, pokretačka snaga, no o ljubavi će nešto kasnije biti više riječi. Razum štiti čovjeka, (čovjek je oprezan, proračunat, time i egoističan). Sufijskim se putem ne može kročiti koracima racionalnog promišljanja ili teoretiziranja. Jezik sufiske gnoze je, kako Rumi kaže – jezik ptica, i treba ga razumjeti samo onaj koji ga poznaje

Suštinski smisao sufiske poruke ne da se zatvoriti u riječ, ne da se izraziti jezikom kojim se ljudi služe u svakodnevnom govoru, jezik je nemoćan da prenese taj smisao, jer pojmiti ono o čemu se govori mogu samo oni koji dijele isto iskustvo.

Jezik koji hoće prodrijeti do sufiskog učenika, jezik koji želi prodrijeti do svijesti pojedinca kome je namijenjen, treba biti takav da može izreći, odnosno, prenijeti poruku onog vječnog.

Jezik treba biti kao magična svirala, to je onda jezik koji (svi) razumiju. (Rumi)

142 Šari'a: tvoje je tvoje, moje je moje.

Tariqa: tvoje je tvoje, moje je tvoje također.

Ma'rifa: nema ni moga ni tvoga.(u Hlad, 2005:470)

143 Koan (jap, javna obavijest; kin. *gong-an*, pravni slučaj, presedan), u budističkoj književnosti zbirke paradoksa budističkih učitelja. Iskazane u obliku absurdnih pitanja i neobičnih odgovora, upućuju na spoznaju koja transcendira um. (Religijski leksikon, 2002:458)

On nužno mora sadržavati *kod* koji će biti most razumijevanja, a taj kod je onda „ono nešto“, sadržano u stihu, plesnom pokretu, slici, anegdoti, paraboli, načinu disanja, „ono nešto“ što „budi“.

Sufiji, a i majstori drugih skupina (nazivamo ih „duhovnim pravcima“), razvili su tajni jezik, kako bi tajne skrili od neupućenih („neupućeni“ su oni koje nisu razvijeni u toj mjeri da bi dijelili isto iskustvo).

„Tajna“ se ne odaje, nego se u svom *kodu* prenosi kroz povijest čovječanstva, i pronalazi one koji je znaju odgonetnuti.

„Prenositelji“ su duhovni učitelji, majstori. „izabrani“, izabrani su „izabrani“ zahvaljujući činjenici da su razvijeniji od drugih, to je kriterij „izbora“. Slikovito se to opisuje kao prenošenje plamena s jedne svijeće na drugu (prenošenje „božanske iskre“), prenošenje plamena spoznaje s učiteljevog na učenikov duh. Kao primjer može se navesti da je i Kur'an, kao i druge objave, prenošen na isti način.

Znanja su se prenosila s učitelja na učenika i usmenim putem, jer govor je samo jedan od načina prenošenja (informacije¹⁴⁴) dok su mediji (oblici prenošenja), samo prolazna sredstva podesna za djelovanje na ograničenom području. Ono što je vječno; kaže sufi, na drugoj je strani.

6. O slovnom misticizmu, pismu, jeziku

„Kad je Bog stvorio slova, on je za sebe zadržao njihovu tajnu...“¹⁴⁵

Još u ranom stadiju misticici otkrivaju smisao unutar različitih slova, te je simbolizam slova (slojni misticizam), važan aspekt razumijevanja sufiskih tekstova, starih znanja općenito, gdje je naglasak na mističnom značenju pojedinih slova i njihovom rasporedu u riječima. Smatra se da su sufiji razvili tajni jezik, koji se otkriva kroz mističnu interpretaciju slova arapskog pisma, i to zato da bi od neupućenih sakrili tajno znanje, - to je bio „poziv za odabранe“. Sufiji smatraju da zvukovi mogu proizvesti određeni utjecaj, tako je to i u riječi *sufi*, sufiji su obraćali pažnju na zvučnost slova S, W, F (sad-waw-fa), koji kad se upotrijebi redoslijedom, imaju utjecaja na čovjekovo duševno stanje. (Shah, I, 2005:13) Smatra se da arapski naziv koji sadrži ta tri slova ima tajnovitu istovjetnost s korijenom S, F, W (sad-fa-waw), čije je osnovno značenje „čistota“ u smislu onoga što je prosijano, na isti način na koji je žito prosijano od pljeve. Nadalje, taj korijen daje glagolski oblik koji je istovjetan značenju riječi *sufi*, a doslovan prijevod je „On je izabran kao blizak prijatelj“, čija je unutrašnja poruka, da je sufija birao sam Bog. (Lings, M, 1981)

¹⁴⁴ Ovo stavljam u zagradu jer to i nije informacija u pravom smislu riječi, kao što to nije niti „Radosna vijest“. Ona je puno više od toga. Naravno, svaka informacija mijenja stvarnost, mijenja primatelja, to joj je i krajnja svrha. Ovdje se radi o metodi. No, što više mislim, nema suštinske razlike između informacije primjerice u medijima, i sufiske poezije. I jednoj i drugoj je krajnja svrha (općenito gledano) izazvati promjenu u svijesti slušatelja primaoca.

¹⁴⁵ Schimmel, 2005:553.

„...a kada je (Bog) stvorio Adama, tu je tajnu(slova) prenio na njega, ali je nije prenio niti jednom od anđela.“¹⁴⁶

Smatra se da je tajna prenošenja sufiskog znanja u međusobnom položaju i međusobnom brojčanom odnosu slova, te da i sam tekst iz Kur'ana, zbog navedenih osobina ima magičnu moć.¹⁴⁷ U samom Kur'anu otkriven je tajni smisao unutar različitih slova, dok su početna slova kur'anskih sura, njih dvadeset i devet, tajni alegorijski zapis o događajima iz života svetaca, sadrže podatke o mjestu i vremenu gdje su se različiti mistični događaji dešavali, i tako predstavljaju svojevrsne upute tragačima koji ih mogu odgonetnuti.¹⁴⁸ Kur'anski tekst sadrži tri nivoa: Prvi nivo je namijenjen širokom sloju ljudi, sadrži općenite upute, drugi nivo je skriveniji, te je potrebno više znanja da bi se otkrio unutrašnji smisao tekstova, dok je najdublji dio namijenjen malobrojnima koji su na razvojnom putu napredovali dovoljno daleko da ih mogu razabrati.

Sarajevski filozof Rešid Hafizović¹⁴⁹, govori o unutarnjim skrivenim dubinama Kur'ana, koji osim vanjskog, u unutarnjem značenju sadrži sedam nivoa, *sedam ezoterijskih dubina*, na koje je, uz potrebu *hermeneutičkog bistrenja*, sve do *dna riječi*, ukazivao i Muhamed. Hijerognoza¹⁵⁰ kao istinska filozofija (*al-hikma al-ilahiya*), kako je karakterizira, vraća nas na tragove perenijalne filozofije (*religio perennis*), na izvor na kojem su vječna filozofija i vječna religija jedno, te ukazuje na jedinstvo riječi i gnoze. Max Müller, filozof s kraja 19.stoljeća¹⁵¹, govori o prvobitnom jedinstvu svih jezika, koje se može vidjeti u povezanosti arijevskih govora i sanskrta, što dalje upućuje na jedinstvo svih religija, jer Müller porijeklo religija vidi u čovjekovoj sposobnosti percepcije božanskog, što je za njega blisko načinu sposobnosti govora.

Hijerognoza djeluje u svakom svetom tekstu, i ona se obraća unutrašnjem čovjeku, kako autor navodi – objava se snagom svog unutrašnjeg, ezoterijskog smisla neprekidno dešava živim ljudima (živi ljudi se i međusobno prepoznaju!). Mogu je vidjeti duhovne oči oslobođene svakog pričina; za tragača koji je napredovao na Putu to su „nanovo stečene oči“.

Zašto „nanovo“ – mogao bi se netko zapitati. Zar smo već nešto imali, pa onda izgubili? Odgovor leži u razjašnjenju samog pojma religije¹⁵², koji dolazi od latinskog *religare*, što znači povezati, okupljati¹⁵³, ili možda: *re-ligare*, što bismo onda mogli prevesti kao *ponovo povezati*. Naime, prema

146 Schimmel, 2005:553.

147 U islamu postoji tradicija *zapisa*, što se odnosi na rečenice iz Kur'ana koje se uz molitvu ispisuju na papir, komadiće kože ili tkanine, koje onda ljudi nose sa sobom da bi ih zaštiti od bolesti, uroka, i ostalih zala. Zapisu u islamu u tzv. „poluilegali“, naime, službeni islam ih smatra štetnim, uz opet neke iznimke gdje se dozvoljava upotreba određenih, točnih navoda iz Kur'ana, dok ih mistici smatraju bespotrebnima, jer usmjeravaju pažnju pojedinca prema vanjskoj sferi, te odvraćaju pažnju od puta prema unutra. Zapisu predstavljaju trivijalizaciju dubljeg značenja kur'anskog teksta, i izraz su nerazumijevanja.

148 Prema Schimmel, 2005:553.

149 Hafizović, Rešid, *Corbinovi razgovori s Tabatabajem*, Izlaganje na okruglom stolu u organizaciji Naučnoistraživačkog instituta „Ibn Sina“ u Sarajevu, posvećenog djelu Allame Tabatabaija, www.bastinaobjave.com (5.10.2011.)

150 hijerognoza (grč. *hieros*, „svet“, *gnosis*, „spoznaja, znanje“)

151 U Jukić, Jakov, *Kriza znanosti o religijama*, www.hrcak.srce.

152 Lat. *religio*.

153 Religijski leksikon, 2002:798.

učenjima nekih duhovnih tradicija, čovjek se rođenjem odvaja od božanskog, od svoje božanske biti, „zaboravlja“ nju i svoje poslanje, svrha boravka na svijetu je nastojanje da joj se približi, da se opet poveže s njom.

Prvi zapisi - apokrifi, imaju hijeratske osobine, a i jednako tako i drugi stari zapisi (Vede, Kabala, Biblija – smatra se da se naročito u Otkrivenju mogu razabrati podaci o povijesnim događajima.)

Jedan kraći osvrt na simboliku znaka „ayn“, koji je, primjerice u perzijskom jeziku, grleni konsonant, poprima glasovnu vrijednost vokala koji je na njemu, a u latinici se transkribira kao apostrof: Znak „ayn“ je, dakle, prazan, i kao takav je nositelj značenja nekog vokala. Riječ „ayn“ u perzijskom znači „oko“, singularan je pojam (za množinu, „oči“, postoji drugi termin), i lako se može povezati s terminom „ajna¹⁵⁴“, koji se koristi kao naziv za tzv. šestu čakru¹⁵⁵, ili treće oko¹⁵⁶. Prema nekim duhovnim tradicijama, jedino praznina ima potencijal, jedino se kroz prazninu može pronaći put prema Bogu, i same čakre se smatraju „praznima“.

Poznata je zen-priča koja govori o čovjeku koji je došao k zen-mudracu tražiti prosvjetljenje, i pri tome je neprekidno pričao o sebi, svom duhovnom radu i postignućima, tako da mudrac nije mogao doći do riječi, šutke mu je počeo u šalicu točiti čaj. Kad se šalica napunila, mudrac je i dalje točio čaj koji se počeo prelijevati, na što ga je čovjek upozorio. Tada mu je mudrac rekao da je i on kao ta šalica čaja, da je prepun, i ako želi nešto naučiti, mora se prije toga potpuno isprazniti.

Vede se smatraju najstarijim duhovnim zapisima svijeta, naziv doslovno znači „Znanje“. Smatra se da je to duhovna istina koju su tadašnji rišiji¹⁵⁷ primili direktno od Boga. Jednako je bilo kod svih „objavljenih religija“.

U starim učenjima nalazimo da su u povijesti svi ljudi govorili jednim jezikom, prema Vedama to je bio sanskrт, jezik koji su ljudi dobili od Boga. Ljudi su u početku pamtili. Povijest zapamćivanja znanja duga je kao i povijest čovječanstva. Vede su se prenosile usmenim putem u zbirkama namijenjenim svećenicima kao njihovim čuvarima. U kasnijim razdobljima također nalazimo praksu pamćenja svetih tekstova. Primjerice, Kur'an se za vrijeme Muhamedovog života nije koristio kao pisani tekst¹⁵⁸. Muhamed nije znao čitati, niti pisati, primljene objave je pamtio, i svojim ih vjernicima prenosio usmenim putem, da bi ih oni također pamtili. Tadašnje arapsko društvo je poznavalo

154 ajna (skt. upravljanje,pouzdanje).

155 Čakra (skt. cakra, „kotač“) je naziv koji se u Hindu tradiciji koristi za energetski nivo tijela, „vrutak“ koji je ulaz u taj nivo. Prema tom tumačenju čovjek ima sedam energetskih nivoa, ili čakri, a šesti nivo „zadužen“ je za jasnoću viđenja, za duhovnost koja vodi krajnjem cilju, spajanju s božanskim, za što je zadužena sedma, ili kako ju još zovu, transcedentalna čakra. Ajna chakra se nalazi u mozgu, točno iza točke na čelu koja je između obrva.

156 Na isti se način ta riječ pojavljuje u Novom zavjetu, „Oko je svjetiljka tijela“. (MT)

157 Naziv za stare mudrace vedskog razdoblja.

158 Muhamed je dobivao objave tijekom razdoblja od 23 godine. Objave koje je dobivao za vrijeme boravka u Meki, razlikuju se od onih iz medinskog razdoblja. Naime, objave iz Meke su većinom religijskog karaktera, i govore o Božjoj prirodi, molitvi, općenito religijskom životu i odnosu prema Bogu, dok su medinske objave više „praktičnog“ karaktera, i odnose se na svakodnevni život. (Nourallah, 2011:6)

pismo, pa je Muhamed imao svog zapisivača objava, ali je to pismo bilo prilično neprecizno, tako da je najpouzdanija bila upravo usmena predaja. Običaj zapamćivanja teksta Kur'ana održao se do danas, tako da mnogi muslimani, posebice vjerski službenici, da bi mogli izgovarati obavezne obredne molitve, znaju napamet dijelove Kur'ana, dok postoje ljudi koji znaju cijeli tekst, i oni se nazivaju *hafizima*¹⁵⁹. Takva usmena predaja je jedinstveno obilježje Kur'ana, a muslimani vjeruju da je izvorni kur'anski tekst „na pločicama sačuvan na nebu“ (Nourallah, 2011:36) Kur'an se kao napisana knjiga u potpunosti pojavio nakon Muhamedove smrti, objavljen je i prenošen usmenom predajom, i zbog toga se, iako se muslimani smatraju jednim od „naroda knjige“, za njega ne koristi naziv „sveta knjiga“, ili „sveti spis“, jer je to naziv za pisani tekst, pa se u islamu ne koristi (Nourallah, 2011.:36.)

Zašto je bilo potrebno zapisivati, bilježiti tajne koje se ionako mogu otkriti samo „izabranima“? Odgovor na to pitanje je u prirodi ljudskog uma, njegovoj nesposobnosti da stvari pamti duže vremena, pa je onda potrebno i zapisati nešto, da znanje ne bi bilo izgubljeno, kako je Vuk Stefanović Karadžić, u predgovoru „Pismenici“, godine 1814., istakao¹⁶⁰:

„Samo neka se zna staza , kojom bi se drugi mogao lakše usuditi da podje“.

Kulundžić (1851:178) ističe da je pismo jedan od najznačajnijih izuma ljudskog duha, a potreba da se zapišu i od zaborava sačuvaju znanja, gonila je ljude da još od vremena pećinskih crteža, preko klinastog, pa slikovnog pisma, alkemičarskih simboličkih zapisa, do otkrića abecednog sustava, stalno pronalaze nove mogućnosti da svoje misli sačuvaju od zaborava.

Mistici ističu važnost riječi, za njih je to vrhovna manifestacija Boga, jer se kroz Riječ Bog otkriva ljudskom licu, pisanje je čin kroz koji Božja knjiga, knjiga postojanja, postaje vidljiva čovjeku.

„Lice Voljenog je poput divno napisanog rukopisa Kur'ana...“¹⁶¹

Čak se smatra da je kroz sustav glasova, riječi, slova, zapisana genetska struktura čovječanstva; to je „zapis“, ili kako to neki mistici nazivaju „dobrosačuvana tablica“¹⁶², u kojima je zauvijek zapisana sudsbita svakog .

Rumi smatra da je moguće:

„...odstraniti koprenu koja prekriva lice misli,
Otkako se uz pomoć pera od trske trudimo da sredimo kovrče riječi.“

159 *hafız*, onaj koji čuva, zaštitnik

160 U Kulunždić, 1951, iz Predgovora.

161 Schimmel, 2005:554.

162 Islamski mistici smatraju da je sudsbita ljudi od početka vremena i zauvijek ugravirana na dobro sačuvanoj tablici, i to perom sudsbitine, što više ništa ne može promijeniti. Sudsbita svakog čovjeka može se iščitati s njegovog lica, gdje je „zapisana“ (Schimmel, 2005:555).

Neki mistici smatraju da postoji sličnost između slova, načina izvođenja slova, pokreta pera i pokreta tijela. Temeljita studija veze između kaligrafije i sufiskog učenja, pridonijela bi boljem razumijevanju tog učenja – ista se veza nalazi primjerice i kod japanske kaligrafije koja je više od pisanja; ona je disciplina, slična borilačkoj vještini, gdje se pokreti perom izvode na sličan način kao pokreti mačem.

7. O ljubavi kao najčešćem motivu sufiske poezije

Za sufiski se put kaže da i da je put ljubavi, ili da je Boga moguće spoznati jedino putem ljubavi., jer je ljubav jedina snaga koja može nadići stege razuma. Primjerom put Bogu jedino je moguć stapanjem u stanju mistične ljubavi, kao što je to na Zapadu primjerice poučavao aleksandrijski filozof Plotin, koji je živio u trećem stoljeću nove ere, i isto tako smatrao da niti racionalno znanje, niti pojmovno mišljenje ne mogu spoznati *Jedno*¹⁶³.

„*Potroših život, srce, potroših oči svoje,
Jer mišljah da ašik¹⁶⁴ i voljeni su Dvoje.*“ (Rumi)¹⁶⁵

(„U ljubavi se ne može govoriti, ne može je se objašnjavati – jezik ljubavi nije jezik objašnjavanja.“)

Hafiz o tome nedvosmisleno govori:

„*O ti koji ljubav hoćeš zavesti u zamku objašnjavanja, tumačenja.
Mi s tobom nemamo što razgovarati, ti ostaj zdravo*“:
„*Jezik ljubavi nije onaj koji s jezika teče.
Zato krčmaru, donesi vina i prekini ovu besplodnu raspravu.*“

Sufiji kažu da je ljubav, a ne razum, zapalila svijet:

„*Pojavi se ljubav, i plamenom zapali čitav svijet.
Razum ne može biti plamičak u toj svjećici.*“ (Hafiz)

Sufiji često Boga nazivaju „Voljenim“, a sufiski put je poznat i kao „put ljubavi“, jer, kako smatraju, jedino je u ljubavi moguće postići potpuno predanje. Perzijski pjesnik i mistik Rumi, sve pojave na ovom svijetu video je kao metafore ljubavi, i smatrao je jednako kao i mnogi drugi mistici pa i filozofi, da je ljubav razlog bilo kakvog kretanja.

„*Da zemlja i planine nisu ljubavnici,
iz njihovih njedara ne bi rasla trava*“
(Rumi, Divan Shamse Tabriz; Schimmel, A., *As Through a Veil*, 2001:104)

163 Tako Plotin naziva „uzrok i izvor svega što postoji“, dakle, Boga.

164 Ašik,(arap. ašk - ljubav), „zaljubljeni“, naziv za tragača na sufiskom putu.

165 Behar, 2010, br.93/94,: 8.

Osim stalnog zazivanja ljubavi, sufiska poezija obiluje i drugim motivima, a najčešće spominjani elementi njene simbolike su: *vino; krčma; krčag; krčmar, lijepa bludnica koja u zoru donosi posljednji krčag žednom*¹⁶⁶ i slično.

„*Bujne kose raščupane, smijući se, opijena,
pjeva, halje raskopčane, bokal ruka drži njena..*¹⁶⁷“

Takav motiv čest je, primjerice u Hafizovoj poeziji, i prikaz lijepe zavodnice metaforička je slika božjeg glasnika koji posustalom tragaču za istinom donosi novo „vino“, Riječ Božju, dašak Duha Svetog:

„*Sinoć ona o ponoći, kraj ležaja mog se stvori,
Tad na uho ona sjetno šapnu meni.
Zar dubokim snom već spavaš, moj ljubljeni.*¹⁶⁸“

Sufiska poezija, naoko je raskalašena i erotska, te bi se neupućenom čitatelju moglo učiniti da se tu radi o poetskom izrazu grupe pijanaca, koji veličaju svoj porok.

„*Čuvajte se Hafiza pijanice,
Njegova je čaša puna smrtnog otrova.
Nema ničeg u njegovim papirima osim vina...*¹⁶⁹“

Ovo je odlomak pjesme indijskog pjesnika i filozofa s početka 20. stoljeća, Sir Muhammada Iqbala, koji je, iako ljubitelj arapske i perzijske literature te poznavatelj jezika, ali školovan u zemljama zapadne Europe gdje se susreo s djelima modernih zapadnih filozofa, nezadovoljan sufizmom zbog njegovih, kako smatra, sklonosti fatalizmu i stvaranju lažnih i štetnih predodžaba, te zagovara potrebu ponovnog kritičkog promišljanja cjelokupne islamske poetske baštine. Iqbalov napad na Hafiza primjer je nerazumijevanja i nemoći zapadnog racionalnog uma da razumije misao koja nije u skladu s logičkim kanonima racionalnog znanja. Zanimljivo je da se ta opreka spojila u jednoj osobi, liku čovjeka s orijenta, koji školovan na zasadama zapadnog uma, obuzet idejom zapadnog progresa, misticizam smatra štetnim i opasnim, opominje potencijalnog čitatelja da se okani Hafiza:

„*On je musliman, ali mu vjera u sebi nosi nit nevjernika.
On slabosti daje ime snage.*¹⁷⁰“

166 Taj motiv se često može naći u Hafizovoj poeziji, i metaforička je slika božjeg glasnika koji posustalom tragaču za istinom odnosi novo „vino“, riječ Božju, dašak „Duha Svetog“.

167 Hafiz, *Narcis oko*, Behar, 2010:87.

168 Ibid.

169 Iqbal, *Tajne sebstva*, poema iz 1915. Sir Muhammad Iqbal, pjesnik i filozof, rođen je u kolonijalnoj Indiji, školovao se na studijima u Europi, zalagao se za političku samostalnost države za muslimane britanske Indije, zbog čega je još danas cijenjen u Pakistanu. (Ernst, C.W, u Hlad, 2005:575)

170 Iqbal, *Tajne sebstva*.

Hafiz piše poeziju na način koji dopušta čitateljima da ga različito tumače. Korištenje sufijske „krčmarske“ simbolike prikazuje pjesnika naoko u hedonističkom svjetlu (što je *egzoterički* način razumijevanja, mogli bismo reći), ali *znanje je ezoterično*, nije od ovog svijeta (*dunjaluka*), i ti se simboli shvaćaju u prenesenom značenju, ne doslovno.

*„Na prag krčme sjedi, tu nas napoji,
Baš slavlje je u potezanju vina
Za klanjača nema dunjaluka i dina
Gospodar mu nije rekao :
Teško onima koji piju vino, nego onima koji namaz obavljaju teško.“*

Hafiz je mistik, njegova poezija je u okvirima sufizma, ona je izraz sufizma, a ljubav o kojoj pjeva je mistična ljubav. Primjerice, teoretičar književnosti bi mogao reći da sufijska poezija, u kanonima književne teorije, kad govorimo o nekim primjercima pjesmama, što je objašnjenje s pozicije teorijskog, racionalnog znanja, nije baš nešto, ali...

*„Na putu ljubavi logikom i razumom pokušavati,
to je kao što je želja rose da na oblacima trag svoj ostavi.“ (Hafiz)*

8. O razlozima tajnovitosti sufizma

Tajnovitost i naoko nepristupačnost sufija proizlazi i iz toga što oni nikada neće javno obznaniti svoju djelatnost, jer, kako kažu, tarikat nije za neupućene. Na tarikat će onaj tko je „dozrio“ za takav rad sam naići, i ne treba se reklamirati u javnosti, jer će to privući i one koji još nisu uistinu zainteresirani za sufijski duhovni put, već ih rukovodi samo znatitelja, koja nije utemeljena u istinskoj strasti tragača za Bogom. (Idris ibn-Ashraf, u Shah, 2005:24) Muhamed je rekao: „Sa svakim pričaj u skladu s njegovim razumijevanjem.“ (Idris ibn-Ashraf, u Shah.I.,2005:255) Sufiji dobro znaju da se nekome može nanijeti samo šteta, ako mu se da informacija za koju nije spremjan, jer će je pogrešno protumačiti, i u skladu s tim će pogrešno djelovati i nanijeti si štetu.

Za Gazalija¹⁷¹, Bog je skriven iza sedamdeset tisuća koprena¹⁷², te „*kad bi skinuo sve ove koprene, sjaj Njegova lica nesumnjivo bi sažgao svakoga tko bi ga video.*“ i kako mistik dalje preporučuje, „*koprena je nužna u odnosu s onima koji su daleko od sjajnog i zastrtog cilja.*¹⁷³“

Osim toga, sufiji smatraju da se ljudi ne bi trebali miješati u sufizam iz radoznalosti, nego onda kad budu dorasli tome trebaju početi s istinskim radom.

171 Gazali (arap. Abu Hamid Muhammad al-Gazali), islamski teolog i mistik iz 11. stoljeća. Smatra se pokretačem osnivanja sufijskih redova, čime je pomirio sufizam sa službenim islamom. (Religijski leksikon, 2002:283)

172 Vitray-Mayerovitch, 1988:263

173 Gazali, u Vitray-Mayerovitch,1988:263

„Ako ne možeš izdržati ubod, ne stavljaj prst u škorpionovo gnijezdo.“

(Saadi el- Shiraz, u Shah,I, 2005:88.)

Sufizam se ne ograničava pravilima, te doslovno shvaćanje nije nikada davalо zadovoljavajuće odgovore. Kroz povijest su sufiji zbog te naoko kaotičnosti i nedosljednosti bivali legalno ubijani, protjerivani, ili su im spaljivane knjige pod optužbom da su njihova učenja nereligiozna, zbumujuća, lažna; jednom riječju – neprihvatljiva i štetna, pa su najveći učitelji optuživani za herezu, odmetništvo i čak politički kriminal! Slična sudbina zadesila je kroz povijest i druge velike učitelje, ne samo sufiskske, pa je tako i Isus optužen za slična „zlodjela“ (i za politički kriminal također, jer smatralo se da hoće zavladati Judejom), za što je i kažnjen.

Sufijsko znanje često puta se prenosi proturječnim, običnom slušatelju nerazumljivim izjavama, koje se neupućenom mogu činiti i bogohulnima. Tako je sufija Mensur al-Hadž, godine 922. pogubljen u Bagdadu zbog toga što je izjavio „Ja sam istina“ (Naourallah, 2011:245), što podsjeća na nerazumijevanje koje je doživio Isus, izjavivši „Ja sam put, istina i život.“

I sami veliki sufiji su često puta smatrani ludama, no – logično je da razum ono što nije u skladu s njegovim pravilima i zakonima, proglašava ludošću. Kroz povijest je čak bilo pokušaja definiranja ludila kao „odsustva pameti“, i time se mislilo da je sve ono što nije bilo u skladu s općeprihvaćenim kanonima racionalnog uma (a i od strane odgovarajuće društvene strukture određenim konvencijama) ludilo. (Primjerice, izraz *normalan*, upućuje da je nešto u skladu s legitimnim normama u nekom društvu.)

„Okani se smicalica zaljubljeni: budi luda, luda budi
U plameni žrvanj uđi: budi leptir, leptir budi“

(Rumi)¹⁷⁴

Slika „božanskog luđaka“ koji je poput djeteta pun radosti zbog vlastitog postojanja, nije strana „povijesti prosvjetljenja“, stihovi koji govore o radosti mistika zbog neke spoznaje česti u sufijskoj poeziji:

„Nebesa ne mogaše podnijeti teret tajne,
Pa pustiše da ta sreća zapadne mene luđaka“ (Hafiz)

Za primjer koji najbolje oslikava razliku između čovjeka zarobljenog racionalnim umom, i onoga koji je izvan toga, ispričat ću jednu staru indijsku priču:

Došla nekom mudracu dva čovjeka da pitaju koliko im još života treba do potpunog oslobođenja iz kruga samsare¹⁷⁵. Prvom, koji bijaše vrlo učen čovjek, i revan u izvršavanju

174 Rumi: „Ludilo“.

175 *Samsara* (skt. *Samsa* “protjecati”) protok kroz slijed rođenja i smrti, u brahmanizmu, budizmu, i jainizmu, neprestani krug rađanja i umiranja na koje je osuđen onaj koji nije spoznao sebstvo (*atman*), ovisi o djelovanju tijekom života. (Religijski leksikon, 2002:838)

svih propisanih disciplina, mudrac je rako da će se na ovaj svijet vraćati još tri puta, što je njega jako rastužilo, te je otisao pokunjen. Drugome, koji je bio neuk, priprost čovjek, ali uvijek veseo, zaljubljen u život i predan Bogu, rekao je, da će se vraćati još toliko puta koliko je lišća na golemom stablu u čijoj su sjeni bili. Ovaj je na te riječi, sav sretan počeo plesati, uzvikujući: „Samo toliko, samo toliko...“ Legenda nam dalje kazuje, da se u tom času prosvijetlio...

9. Zaključak

Umjesto zaključka kakvog bi se nakon ove rasprave moglo očekivati, kratko će se osvrnuti na jedan razgovor koji se vodio prilikom posjeta prof. Tezuke s Carskog sveučilišta u Tokiju, Martinu Heideggeru, koji ga je zapisao godine 1953/54., a prvi put je objavljen u knjizi „Na putu k jeziku.“¹⁷⁶ Tom prilikom su se razmatrale mogućnosti jezika, zapadnog i istočnog diskursa, te je dovedena u pitanje sposobnost zapadnog jezika da se *njime dođe do razgovora u kojem bi prostrujalo nešto takvo što potječe iz jednog izvora*, te samog racionalnog mišljenja (Heidegger, 2009:90).

Sufijska poezija, kako bismo je opisali Heideggerovim riječima, hermeneutičkog je karaktera (pojam se dovodi u vezu s imenom Boga Hermesa, „glasnika bogova, koji donosi glas sudbe, vijest onome koji je u stanju slušati taj glas“ (Heidegger:113), kao svi ezoterični tekstovi višeslojna je, gdje svatko interpretira i razumije sadržaj prema svojim sposobnostima, i smatra se da kao medij prenošenja sufiske gnoze ima veliku vrijednost, jer „uzmogne li i najgluplji među ljudima dotaknuti poklopac njegova vrča, uspjet će shvatiti smisao njegovih savršenstava.“ (Umar ibn al-Farid)¹⁷⁷

Hiedegger smatra da je zapadni diskurs, koji se kreće slijedom zakona logike i barata mnoštvom pojmove, „nedostatan za spoznaju bitka bića, naravno, ne više na način metafizike, nego tako da sam bitak dođe na vidjelo.“¹⁷⁸

Što se više približavamo izvoru, onda oznake posebnosti otpadaju, te je sve što je bliže izvoru sličnije, više je zajedničko, bliže je Plotinovom pojmu Jednog, a da bi se to postiglo, potrebno je razbiti okove racionalnog mišljenja, što u početku može izazvati strah i zbumjenost. O tome govore stihovi jednog mistika koji je prošao takvo iskustvo:

„Dočepali ste se mog razuma, moga vida, moga sluha, moga duha,
moje utrobe, cijeloga mene.
Izgubio sam se u vašoj izuzetnoj ljepoti. I više ne znam
gdje mi je mjesto u oceanu strasti.“ (Sidi Abu Madyan)¹⁷⁹

176 Heidegger, M. 2009:83- 141.

177 Vitray-Mayerovitch, 1988:100.

178 Heidegger, 2009:114

179 Vitray-Mayerovitch, 1988:107.

Poteškoće koje se javljaju u prostoru između racionalnog mišljenja i spoznaje cjelovitosti, uzrokovane su time što se „*Jedno ne može dokučiti ni znanjem, ni mišljenjem kao ostali predmeti mišljenja, nego prisutnošću, koja je vrjednija od znanja*“.¹⁸⁰ Poezija je jedan od načina koji olakšava put, a najvažniji je posao onoga koji želi nešto vidjeti.

Literatura:

- Bučan, Daniel (2009): *Kako je filozofija govorila arapski*, Zagreb, Demetra.
- Chittick, William (2005): *Sufijski put ljubavi*, Sarajevo, Naučnoistraživački institut „Ibn Sina“.
- Davy, Marie Madeleine (1990): Mistika 1. svezak. *Muslimanska mistika*. Zagreb, Naprijed.
- Durand, G. (1991): *Antropološka struktura imaginarnog*, Zagreb, A. Cesarec.
- El-Džerrahi, šejh Ragib, Robert, Frager (2010.): Kratki uvod u sufizam, Zagreb, Behar, br.93/94, godina XX, str. 5-16.
- Eliade, Mircea (2005): Dhikr, (u Hlad, Dragutin (ur). *Sufizam - povijest, tumačenja i protagonisti*), Zagreb, MISL, str. 544-546.
- Ernst, C. W. (1992): *Eternal Garden. Mysticism, History and Politics at a South Asian Sufi*, Albany, State University of New York Press.
- Ernst, C. W. (2005): Sufizam u suvremenom svijetu, (u Hlad, Dragutin (ur). *Sufizam - povijest, tumačenja i protagonisti*), Zagreb, MISL, str. 574-592.
- Hafizović, Rešid (2011): *Corbainovi razgovori s Tabatabaijem*, www.bastinaobjave.com, 5.10. 2011., 17:8.
- Hafizović, Rešid (1999): *Temeljni tokovi sufizma*, Sarajevo, Bemust.
- Heidegger, Martin (2009): *Na putu k jeziku*, Zagreb, altaGAMA.
- Izutsu, Toshihiko (1998): Komunikativni odnos između Boga i čovjeka, (u Karić, Enes: *Semantika Kur'ana*), Sarajevo, Bemust.
- Jukić, Jakov: *Kriza znanosti o religijama*, tekst dostupan na www.hrcak.srce.hr
- Katheran, Nevad (2007): *Rumijeva filozofija ljubavi*, Sarajevo, Šahinpašić.
- Kulunždić, Zvonimir (1951): *Historija pisama, materijala i instrumenata za pisanje*, Zagreb, „Tipografija“ Grafičko nakladni zavod.
- Kung, Hans/ van Ess, Josef (1995): *Kršćanstvo i svjetske religije*. Islam. Livno, Svjetlo riječi.
- ...Kur'an (1974): Zagreb, Stvarnost.

¹⁸⁰ Plotin, Eneade, VI,9. O dobru ili o jednome.

- Lewis, Bernard (1979): *Svijet islama*, Beograd, Jugoslavenska revija Vuk Karadžić.
- Lings, Martin (1994): *Šta je sufizam?*, Zagreb, Sebil.
- Mayerovich-Vitray, E. de (1988): *Antologija sufiskih tekstova*.
- Mujkić, Zinka (2008): *Mistična misao u islamu* u Spectrum, Vol 1, No 3-4.
- Navaey, Ebtehaj (2003): *Hrvatsko - perzijski rječnik*, Zagreb, Kulturni centar pri veleposlanstvu I. R. Iran.
- Nurbakhsh, Javad (1980): *In the Tavern of Ruin: Seven Essays on Sufism*, New York, Kaniqahi-Nimatullahi Publications.
- Nurbakhsh, Javad, (1989): «The Rememberance of God», *Sufi*, A Journal on Sufism, New York, Kaniqahi Nimatullahi Publications.
- Nurbakhsh, Javad (1980): *What the Sufis say?*, New York, Kaniqahi-Nimatullahi Publications.
- ...*Opći religijski leksikon*, (2002), Zagreb, Leksikografski zavod M. Krleža.
- Schimmel, Annemarie (2001): *As Through a Veil*, Oxford, Oneworld Publications.
- Schimmel, Annemarie (1996): *I am Wind, You are Fire*, Boston&London, Shambala.
- Schimmel, Annemarie (1975): *Mystical Dimensions of Islam*, Chapel Hill, The University of North Carolina Press.
- Schimmel, Annemarie (2001): *Odgonetanje božjih znakova*, Sarajevo, El.kalem.
- Schimmel, Annemarie (2005): Put, (u Hlad, Dragutin (ur). *Sufizam – povijest, tumačenja i protagonisti*), Zagreb, MISL, str. 470-534.
- Schimmel, Annemarie (2005): Ruža i slavuj: perzijska i turska mistička poezija, (u Hlad, Dragutin (ur). *Sufizam – povijest, tumačenja i protagonisti*), Zagreb, MISL, str. 546-550.
- Schimmel, Annemarie (2005): Simbolizam slova u sufiskoj literaturi, (u Hlad, Dragutin (ur). *Sufizam – povijest, tumačenja i protagonisti*), Zagreb, MISL, str. 553-566.
- Shah, Idries (1968): *Put sufija*, Gnosis, Ljubljana.
- Shah, Idries (2005): Tajno učenje, (u Hlad, Dragutin (ur). *Sufizam – povijest, tumačenja i protagonisti*), Zagreb, MISL, str. 413-421.
- Shah, Idries (2005): Uvod u sufizam, (u Hlad, Dragutin (ur). *Sufizam – povijest, tumačenja i protagonisti*), Zagreb, MISL, str. 11-33.
- Shakoor, Muhyiddin (1983): *The Writting on the Water*, Dorset, Element Books.
- Shehu, Xhemali (1983): *Kerameti*, Bilten «Hu», ZIDRA, Mešihat Prizren, br. 3-4, str.12-15.
- Smailagić, Nerkez (1990): *Leksikon Islama*, Sarajevo, Svjetlost.

- Hlad, Dragutin, ur (2005): *Sufizam - povijest, tumačenja i protagonisti*, Zagreb, MISL.
- Šarif, M. M. (1988): *Historija islamske filozofije*, Zagreb, August Cesarec.
- Škaljić, Abdulah (1989): *Turcizmi u srpskohrvatskom jeziku*, Sarajevo, Svjetlost.
- Špehar, Milan (2010): *Mistika u velikim nekršćanskim monoteističkim religijama, židovstvu i islamu*, Zagreb, Obnovljeni život, Vol 65, No 1.
- Tanasković, Darko; Šop, Ivan (1981): *Sufizam*, Beograd, Zodijak.
- Tesavuf - islamska mistika* (1989): Zbornik radova prvog simpozija 140871988, Zagreb, Zagrebačka džamija.

Medium of poetic Word as a Way of transferring Sufi Gnosis

Abstract

Sufism confuses the scholars because it is not in accordance with the strict canons of rational knowledge. Sufi gnosis is taught by the interaction of teacher's and student's spirit, and in the process of transferring, to rational methods "not transferable", together with stories, anecdotes, allegory, metaphor, music, dance, the role of poetry as an important media, is of great importance. Sufi poetry has its outside and inside, and its message can not be explained by rational theorizing, and is understandable only to those who share the same experience. Zen koans have similar function. It is considered that the oldest spiritual records of the world, were incurred by the interaction between man and God. Word / Logos /, as the supreme manifestation of God, was announced to selected individuals, and for centuries passed down from teacher to pupil orally. An important aspect of understanding Sufi texts, ancient knowledge in general, is the symbolism of the letters (letter mysticism), where the emphasis is on the mystical meaning of single letters and their schedule in words.

Key words: Sufi gnosis, Sufi poetry, media, transferring untransferrable, letter mysticism.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Aleksandra Brakus

Fakultet dramskih umetnosti, Beograd
a_brakus@yahoo.com

Novi mediji i nove umjetnosti

Sažetak

“Javlja se novi tip umjetnika, koji više ne priča priče. On je arhitekt prostora u kojem se odvijaju događaji, inženjer svjetova za milijarde budućih priča. On oblikuje i u virtualnom.”

Pierre Levy

Umjetnost može probuditi kod čovjeka najdublje emocije, pružiti zadovoljstva, zabavljati, privlačiti i uvjeravati na različite načine. Muzika, kazališne predstave, slike, filmovi, romani, poezija, itd., predstavljaju strukture naših osjećanja i vjerovanja.

Danas živimo u svijetu globalnih komunikacija, u svijetu u kojem je slikovno nadvladalo verbalno. Tehnološka sredstva općenja, kao i masovni mediji i dalje će se razvijati i donositi nam neslućene mogućnosti. Čovjeku su uvijek bila potrebna sredstva komunikacije, kao i umjetnost, jer je morao održavati odnose sa svijetom. Novi okviri i uvjeti koje pružaju informacijske i komunikacijske tehnologije omogućili su pojavu novih oblika umjetnosti. Internet je mjesto na kojem umjetnici, koji koriste tekovine novih tehnologija, mogu prikazati svoja djela, diskutirati o njima i započeti novu suradnju. Virtualni muzeji su muzeji koji egzistiraju samo u virtualnom svijetu. Digitalna tehnologija uvela je promjene u načinu očuvanja mujejske zbirke, a time je promijenjen i način njihovog prikaza. Istraživanja pokazuju da virtualni muzeji privlače više posjetitelja od realnih muzeja. Najveća prednost virtualnih muzeja je što su dostupni svima koji posjeduju Internet. Uz sve svoje kvalitete, smatra se da virtualni muzeji ne mogu potpuno zamijeniti tradicionalne muzeje, nego ga mogu dopuniti.

Ključne riječi: umjetnost, Internet, digitalna tehnologija.

Moderno doba počinje političkom Francuskom revolucijom te ekonomskom i tehnološkom engleskom industrijskom revolucijom. Ta dva preokreta koja su se dogodila krajem XVIII. stoljeća, označavaju početak novog ili modernog doba. Moderno doba koje započinje tim revolucijama bit će kao veliki potres koji će mijenjati izgled Europe, ali i izgled cijelog svijeta. Ono će sa sobom donijeti niz otkrivenja: društvenu pravdu, jednakost, naciju, ali i nove, dotad neviđene tehnologije i ogromne prodore u domenu komunikacija. Sve nas to navodi na pitanje kako se umjetnost prilagođavala i odgovarala na sve promjene i otkrića.

Umjetnička djela su nekada bila predmeti, (dio) kraljevskih i prinčevskih zbirki, kao dokazi njihove moći i doprinos uzdizanju njihove slave, ili su bila razmještena, ne samo kao dio sjaja i slave crkve, nego i kao utilitarna pomoćna sredstva za djelovanje na mase. Oltarska slika morala je biti snažna, lijepa i privlačna, ali postavljena na oltar ona crkvi prestaje biti umjetničko djelo i postaje alatka u duhovnoj ofanzivi, sredstvo djelovanja na vjernike, dok se umjetnikovo ime može, eventualno, naći u arhivi na priznamicama isplaćenog novca.

Novi vijek donosi pojам zbirke umjetničkih djela otvorene za javnost i namijenjene obrazovanju i javnosti (Todorović, 2009:94).

Britanski muzej je prvi državni muzej, osnovan odlukom Parlamenta. Ovaj muzej je prvo bio smješten u raskošnoj stambenoj zgradbi, da bi se 1847. godine sagradila zgrada s ulazom nalik na grčki hram, koja je pokazivala novostečeni sakralni karakter same umjetnosti koja će u njoj biti pohranjena.

Ovakav sličan izgled i značaj dobili su i drugi muzeji kao što su: Rijksmuseum u Amsterdamu ili Gliptoteka u Münchenu, dok su neki muzeji kao što je pariški Louvre preuzeli kraljevske palače.

Internet, kao najmlađi elektronski medij, objedinjuje u sebi sve mogućnosti elektronskih sredstava komunikacije, razmjene i kreativnosti, ali preuzima i mjesto klasičnih medija. On je u početku služio isključivo za razmjenu poruka i komunikaciju. Tek s razvojem Svjetske mreže (*world wide web*) dobiva svoj puni značaj. Sada je moguće pretraživati mrežu, postavljati siteove, do kojih je moguće doći korištenjem pretraživača.

Internet predstavlja komunikacijsku mrežu, čiji broj korisnika neprekidno raste. On je od sveučilišnog eksperimenta, za dvadesetak godina, postao nezaobilazno globalno komunikacijsko sredstvo. Razvoj digitalnih globalnih komunikacija i digitalne tehnologije omogućio je da se preko Interneta čitaju knjige, listaju baze podataka, razmjenjuje muzika, slike i videosnimke.

Pored umjetnosti i kulture koja se odvija u stvarnom svijetu u institucijama, galerijama, muzejima, postoji oblast kulture koja se isključivo može pratiti putem elektronskih medija. Virtualna kultura postaje neminovnost u današnje vrijeme. Ona ima svoje prednosti: decentralizirana je i nije uvjetovana fizičkim i vremenskim udaljenostima, odvija se istovremeno širom planeta, a brzina je također jedna od bitnih prednosti koje pružaju tehnička sredstva (Internet, satelitska televizija itd.) čijim posredstvom se odvija.

Umjetnici, kulturni radnici i stvaratelji, uvidjeli su priliku koju im Internet pruža da djeluju u duhu svog vremena.

Danas postoje specijalizirane institucije koje omogućuju praćenje elektronske kulture, jedna od takvih je i londonska "HTTP" galerija, prva te vrste u Velikoj Britaniji, koju su osnovali 2004. godine internetski umjetnici i teoretičari Mark Garrett i Ruth Catlow. Ovakva galerija omogućava javni pristup virtualnom kulturnom prostoru. Na njemu su prikazani razni umjetnički sadržaji, kojima publika može pristupiti putem interaktivnih programa.

Internet se posljednjih godina razvijao nevjerovatnom brzinom. Jedno elektronsko djelo može se gledati istovremeno na raznim krajevima svijeta, kao što je to slučaj s televizijom ili radiom koji spadaju u istu medijsku obitelj. Elektronska djela umrežena, u milijunskim tiražama stižu do svojih korisnika u identičnoj formi, što im daje karakter demokratičnosti i čime skidaju sa stoljetnog pijedestala unikatno umjetničko djelo kao svojinu povlaštenih. Umnožavanjem, djela elektronske umjetnosti postaju i jeftinija, dakle, dostupnija široj populaciji, čime je i misija elektronske umjetnosti efikasnija i naglašenije prisutna u svakodnevnom životu (Tišma, 2008:13-14).

Uzimajući sve ovo u obzir, primorani smo suočiti se s institucijom starom dva stoljeća, koju jedni poštjuju, a drugi smatraju potpuno zastarjelom – s muzejom. Glavna uloga muzeja je da dovede publiku u osjećajni odnos s onom stvari koja je također osjećajna, što god ona bila, a koju ćemo zasada nazvati slikom. U doba kada se brakovi sklapaju preko Interneta, kada je Web na putu da postane najširi internacionalni forum rasprava (*news groups*), muzeji ne mogu umaknuti tom fenomenu velikog zamaha, koji zovemo invazijom novih medija.

Na osnovi svega ovoga postavlja se pitanje kako preokreti kao što su drugačije rukovanje slikama, drugi način arhiviranja, drugi način prezentacije utječu i na ustanovu koja ih "prikazuje"?

Je li prodor novih medija u muzeje, s novim izumima kao što su prije svega numerička slika, CD-ROM, DVD, Internet, samo aktualno prilagođavanje novim tehnikama, ili prijetnja najdubljem identitetu institucije? Ono što je sigurno jest da je muzej mjesto komunikacije i da se mora stalno obnavljati i prilagođavati novim tehnikama, čim se one dokažu.

Povijest nas upućuje na to, prvo je električno osvjetljenje, od užarene lampe do halogenih žarulja preko fluorescentnih žarulja, zamijenilo plinske lampe. Uostalom, s pojavom mikroračunala osamdesetih godina XX. stoljeća, neki muzeji nisu okljevali da publici ponude konzole, gdje se može konzultirati baza podataka. Danas su se muzeji i biblioteke opremili internacionalnom vitrinom, nudeći pristup svojoj stranici na međunarodnoj mreži interneta, ali izgleda kao da se ništa nije promijenilo, izuzev sofisticirane tehnike, privlačne snage novih slika i brzine adaptacije, koja se zahtijeva od raznih sudionika, bilo da su kustosi, umjetnici, istraživači ili posjetioci (Deloš, 2006:13).

Internet je sve značajniji kulturni prostor. Možemo slobodno reći da danas na svijetu nema značajnije kulturne institucije koja nije predstavljena na Internetu. Galerije, muzeji, časopisi, festivali, kazališta, izdavači, nude putem Interneta informacije o sebi, svojim programima, nude svoje umjetničke sadržaje, kontaktne adrese, pozivajući korisnike na suradnju i razmjenu mišljenja.

Internet omogućuje da se, sjedeći u svojoj sobi, posjeti bilo koji svjetski muzej ili galerija. Može se prošetati svim katovima pariškog Louvrea ili Warholov muzej u Pittsburghu, mogu se pogledati djela koja stoje na zidovima, dobiti informacije o njima i o autorima, vidjeti najave sljedećih događaja i izložbi.

Ako nikada niste bili u Louvreu, najposjećenijem svjetskom muzeju, sada to možete učiniti putem Interneta. Posjetitelji stranice ovog muzeja, mogu odabratи virtualnu turu kroz stalni postav, a vodič je šarmantan animirani lik po imenu Dominik.

Lik vodiča napravljen je prema slici prvog kustosa ovog muzeja, Dominiquea Vivanta Denona (1747 – 1825), koji je svojevremeno bio svjetski poznat arheolog i umjetnik.

Ako krenete u virtualnu turu od Dominka ćete saznati more korisnih informacija. Služeći se nizom neobičnih predmeta, on posjetioce vodi kroz muzejsku zbirku i upoznaje ih s važnim povijesnim momentima. Kako bi izlaganje bilo zanimljivije, Dominik ubacuje i neke anegdote iz privatnog života. Svaki od predmeta iz njegovog ateljea krije zanimljivu priču. Pa, ukoliko kliknete na sliku globusa, Denon će vam pričati o nekim svojim putovanjima, a ako otvorite veliki dnevnik na njegovom stolu, otkrit će vam manje poznate priče o krađi intrigantne „Mona Lise“. Iako šaljive i prilično neobične, sve priče su istinite.

Na Internetu postoji mogućnost susreta s umjetnošću u njezinom izvornom obliku – s umjetnošću rađenom upravo za ovaj medij. To je *net.art*, relativno novi umjetnički pravac, koji je već stekao svoje teoretičare i kritičare.

Web art (internet umjetnost) u posljednjih je desetak godina doživjela veliku ekspanziju, kao forma umjetničkog izražavanja, ali i u pogledu tehničkih mogućnosti i inovacija (Tišma, 2008:25).

Pod web artom ne podrazumijevamo veoma rasprostranjene pasivne prezentacije umjetnika i njihovih djela na Internetu. To svrstavamo u reproduktivni pristup Internetu. Djela web arta su rađena isključivo za Internet, za njegov jezik i tehničke mogućnosti. Ova djela ne samo da su stvorena jezikom mreže, nego su i najgledljivija i najdjelotvornija u tom okruženju i s pomoću mrežnih sredstava distribucije i prezentacije, a to znači putem računalnih monitora i zvučnika.

Jedna od zajedničkih karakteristika web djela je *interaktivnost*, što znači da gledatelj postaje suučesnik u njihovom kreiranju. Gledatelj je često u prilici da unosi i osobni tekst ili čak vizualne i druge sadržaje, kao vrstu komentara ili bitan element rada. Djela web arta najčešće dobivaju konačan oblik zahvaljujući aktivnosti gledatelja.

Druga bitna osobina web arta je *hiperdimenzionalnost*. Djelo koje je prostorno i vremenski

neograničeno, zbog svoje otvorenosti i sudjelovanja slijednika, ne može se ograničiti dimenzijama. Web umjetnost se može sagledati kao neprestana razmjena između kreativnih ljudi širom svijeta, suradnja i dopunjavanje u cilju stvaranja umjetničke mreže što vodi globalnom produhovljenju čovjeka.

Treća zajednička karakteristika web arta je *nematerijalnost*. Web djelo ne postoji u materijalnom obliku, ono je nestalna vizualizacija stvarateljevih i korisnikovih ideja, odraz impulsa njegovoga mozga i reakcija na čulne nadražaje, ostajući nematerijalna, neopipljiva.

U duhu svoje interaktivne i nematerijalne prirode internetska umjetnost je od samog početka bila nekomercijalna, pa su neki net arti zabrinuti kako će prodavati svoja djela, kako će pronaći sponzore za svoje internetske projekte. Net arti nisu adekvatno plaćeni za svoja djela, koja iziskuju priličan rad i znanje. Na početku internetske umjetnosti, smatralo se da će ova umjetnost biti marginalizirana i da će njena djela biti daleko od tržišta.

Danas se radi na tome da internetska umjetnost dobije svoju adekvatnu tržišnu vrijednost. Jedan od prvih slučajeva te vrste je rad francuskog net umjetnika Valeryja Granchera "Ličnost", koji je naručila i u svoju elektronsku Galeriju suvremene umjetnosti u travnju 1999. godine postavila čuvena Fondacija "Cartier". Taj rad, koji se još uvijek može vidjeti na adresi :www.fondation.cartier.fr, ima interaktivnu prirodu.

Iste godine se pojavila na internetu prodajna galerija net umjetnosti "Art.teleportacija" (<http://art.teleportacija.org/>), koja net radove nudi kupcima.

Ovdje se ne radi o prodaji slika ili skulptura čije se reprodukcije s cijenama prikazuju na Internetu, čega u ovom mediju ima u izobilju, već o prodaji djela rađenih isključivo za Internet. Ovdje se ne radi o otkupu materijalnih djela, kao kod klasične umjetnosti, nego o vrednovanju ideja i otkupu prava na njihovo korištenje. Time je i vrednovanje umjetnosti dovedeno na novi estetski nivo.

Možemo zaključiti kako je na ovaj način net.art nakon stjecanja vlastite teorije, kritike i izložbenih prezentacija, krenuo i na područje komercijalizacije, što svakako predstavlja novi izazov za ovu relativno mladu granu umjetnosti.

Internetska kultura kao novi virtualni prostor krupnim koracima stupa u svakodnevnicu svakoga od nas. Stvar je samo kakvom brzinom ćemo na to reagirati i prihvati ga kao izazov budućnosti.

Nema svrhe poricati da je virtualni muzej već tu. Umjesto da nas to zabrinjava, pokušajmo to razumjeti, kako bismo učinili najbolje za budućnost. Trebamo se prilagoditi i ovladati tijekom stvari, a ne suprotstavljati im se.

Primjena suvremenih medija u svijetu muzeja odvaja funkciju prezentacije od institucije, to jest od muzeja kao zgrade i ustanove. U tome Deloš ne vidi raskid s tradicionalnom ulogom muzeja, već njeno ispunjenje do kraja. Njegova poruka je optimistična: umjesto da nas zabrinjava, pokušajmo ga razumjeti - virtualni muzej je već tu!

Literatura

Deloš B., *Virtuelni muzej*, Clio, Beograd, 2006.

Levy P., *Qu `est-ce que le virtuel?*, Paris, La Decouverte, 1998.

Tišma A., *Interfejsi bezgraničnog, Digitalna i internet umetnost na prelazu milenijuma*, Orpheus, Novi Sad, 2008.

Todorović A., *Umetnosti i tehnologije komuniciranja*, Clio, Beograd, 2009.

www.http.uk.net

www.artport.whitney.org

www.artnetweb.com

www.art.teleportacija.org

www.turbulence.org

www.fondation.cartier.fr

<http://paris.arounder.com/en/museums/louvre/louvre-museum-monalisa.html>

<http://www.rijksmuseum.nl/>

New Media and New Arts

Abstract

There is a new type of artist, who are no longer telling stories. He is the architect of space in which events occur an engineer for the billions of future stories. He sculpts in the virtual.

Pierre Levy

The Art can awake the deepest human emotions, give pleasure, amuses attracts and persuades in different ways. Music, theatre performances, paintings, films, novels, poetry, ect. It presents the structure of our feelings and believes.

Nowadays we live in a world of global communications, in a world where visual prevailed. Technological means of communications, as well as mass media will continue to grow and bringing us unimaginable possibilities. Man always needed means of communicate, a the art, to communication to the world. New frameworks and requirements that provide information and communications technology give the appearance of new forms of art. The Internet is a place where artists who use new technology achievements, can present their work, discuss about them and start a new cooperation. The Visual Museums are the museums that exist only in the visual world. Digital technology has introduced changes in the way of conservation of the museum collection. The studies show that these museums attract more visitors than the real museums. The biggest advantages of virtual museums is that they are available to everyone who posses the Internet. With all these qualities that virtual museums have, it is considered that cannot completely replace the traditional museum, but they can amend.

Key words: art, Internet, digital technology.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Marina Milivojević-Mađarev

Akademija umetnosti, Novi Sad, Odsjek za dramaturgiju
marinamadjarev@yahoo.com

Utjecaj teorije drame Gustava Freytaga „dobro skrojenih komada“ na suvremenu filmsku dramaturgiju utjelovljenu u djelu THE WRITER'S JOURNEY Christophera Voglera

Sažetak

Film je umetnost koja je sklona konzumiranju najnovijih tehnoloških dostignuća i svedoci smo njegovog prodora u treću dimenziju (npr. film reditelja Džejmsa Kamerona Avatar...). Svojom tehnologijom film je potpuni produkt druge decenije XXI veka, ali priče koje prezentuje moderna tehnologija strukturom fabule pripadaju XIX veku. Zašto je filmu potrebna „starinska“ dramaturgija? Da li to znači da se tehnologije menjaju, ali ne i ljudske potrebe za pričanjem dobre, stare priče? Zašto su se upravo stare forme pokazale kao najbolje za promociju novih medija i tehnologija? I da li smo uspeli u XXI veku makar malo da odmaknemo od XIX? Šta o svemu ovome možemo saznati poređenjem dela Gustava Frajtaga sa delom Kristofera Voglera?

Ključne riječi: analiza scenarističkih modela, putovanje heroja, pričanje priče, dramaturška struktura.

Uvod

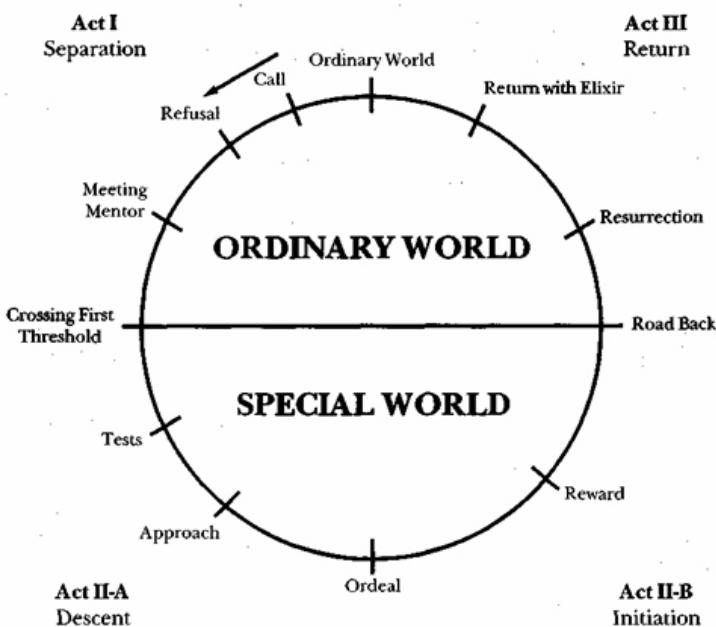
Sudbina umjetnosti povezana je sa sudbinom svijeta, a sudbina današnjeg umreženoga svijeta zavisi od razumijevanja medija koji donose nova pravila i uspostavljaju nove odnose u kulturi. Ipak, ne nameću samo novi mediji nova pravila. Novi mediji stavljaju se u službu stare forme s ciljem uspješnog rada duhovnog hipermarket-a čiji je svjetski centar u Hollywoodu i Disneyevoj produkciji. Linearna, narativna struktura tj. pričanje priče s početkom, sredinom i krajem ima i dalje apsolutni primat u popularnoj tj. masovnoj umjetnosti, naročito na filmu koji je (uz muziku) i dalje najmasovnija umjetnost. Štoviše, najpopularnija djela ovog medija npr. blockbusteri kao što su *Gospodar prstenova*, *Harry Potter*, *Titanik*, *Avatar* čak i kada se koriste najsuvremenijim dostignućima tehnologije i kompjuterske animacije govore kroz priču koja ima početak, sredinu i kraj i to složene baš ovim redom. Zašto je ovaj model i dalje tako popularan, koliko je star, što su njegovi temelji i što nam to sve zajedno može reći o nama samima?

Poziv na putovanje

Christopher Vogler je u svom djelu *THE WRITER'S JOURNEY*¹⁸¹ istraživao dramaturške mehanizme i pokušao objasniti međunarodnu uspješnost holivudskog scenarističkog modela. Prvo izdanje djela *Pišćevo putovanje* Vogler je objavio 1992. godine. Analizirao je više stotina komercijalno uspješnih američkih filmova od kojih je pretežna većina nastala u periodu od sedamdesetih godina XX. stoljeća pa sve do kraja prošlog stoljeća u holivudskim studijima i Disneyevoj produkciji. Utvrđio je da djela različitih autora i različitih žanrova slijede istu dramaturšku matricu koju je nazvao herojevo putovanje, a čitav proces pisanja je pišćevo putovanje.

Putovanje glavnog junaka se odvija u dvanaest etapa koje se mogu podijeliti u tri čina (I. ČIN - 1. Običan svijet; 2. Poziv na avanturu; 3. Odbijanje poziva; 4. Mentor; 5. Ulazak u novi svijet; II. ČIN - 6. Test, saveznici i neprijatelji; 7. Ulazak u tamnu pećinu, 8. Iskušenje; 9. Nagrada; III. ČIN - 10. Povratak; 11. Uskrsnuće; 12. Povratak s eliksirom). Junakovo putovanje počinje prikazivanjem junaka u prirodnoj sredini. Zatim se dogodi tzv. „poziv“ koji junaka tjeran da napusti prirodnu sredinu i kreće u veliku avanturu s ciljem da se vrati u prirodnu sredinu donoseći joj novu vrijednost (koja može biti materijalna i/ili duhovna) i/ili joj pomaže da uspostavi narušenu harmoniju.

181 Christopher Vogler, *The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers*, Michael Wiese Productions, USA 1998.



Sam Vogler kaže da je svoj model bazirao na radu Josepha Johna Campbella koji se zove *Junak s tisuću lica* (*The Hero with a Thousand Faces* (1949)). Voglera u Campbellovu radu intrigira otkriće zajedničke matrice za mitove koji pripadaju različitim epohama i kulturnim modelima. Osnovu Campbellove matrice Vogler provlači kroz različite filmske obrasce i utvrđuje da holivudska dramaturgija ponavlja strukturu klasičnih mitova. Time što film preuzima mitološke modele koji su bliski ljudima na različitim meridijanima i u različitim epohama Vogler objašnjava veliku gledanost holivudskih filmova i Disneyevih crtića.

Vogler se u svom radu još poziva i na Jungovu psihologiju arhetipova i ulogu „sjene“ u psihologiji ličnosti i u njoj pronalazi objašnjenje za ulogu ostalih aktera u priči. Na tom putu važne figure su saveznici, mentor i sjena. Posebno je zanimljiva uloga sjene jer ona ima ulogu antagonist-a. Izraz „sjena“ je posuđen iz Jungove psihologije. Vogler time želi naglasiti da je antagonist ustvari sjena junaka – njegova potisnuta, tamna strana. Tako čitavo putovanje predstavlja borbu junaka sa samim sobom u cilju duhovnog izrastanja.

Time što svoj rad Vogler povezuje s radom Campbella i Junga autor želi dokazati da holivudska filmska dramaturgija, zato što izlazi iz duboke ljudske potrebe za vječnim pričanjem iste priče, svoje utemeljenje ima u općeljudskim, mitskim korijenima. Na taj način suvremena američka blockbuster filmska dramaturgija postaje dio svevremene ljudske priče, i kao takvoj joj se ne može zamjeriti ni kulturni imperijalizam ni dogmatizam na planu dramaturške forme. Ovo napominjemo, ne zato što ga mi želimo za to optužiti, nego zato što se on i sam ograđuje od ovih napada¹⁸².

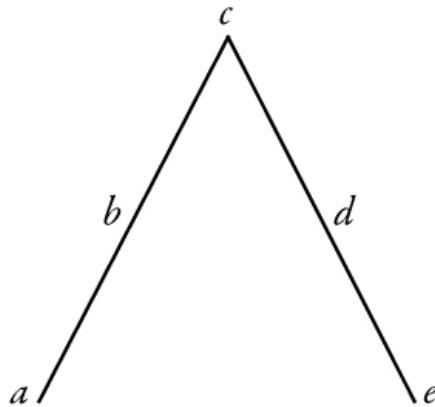
Mi ne želimo osporiti mogućnost da je Vogler inspiriran Campbelлом i Jungom, ali ćemo u sljedećem poglavljju, izmjeriti dubinu Voglerove „vječnosti“ i utvrditi da ona seže do sredine XIX. stoljeća.

182 Vogler, XV.

Dokazat ćemo da holivudski dramaturški model preuzima matricu dobro skrojenih komada XIX. stoljeća, tako što ćemo ga usporediti s modelom Gustava Freytaga.

Gustav Freytag

Gustav Freytag (1816 – 1895) autor je djela *Die Technik des Dramas* (1863). Danas je najpoznatiji po tzv. „Freytagovoj piramidi“ koja pokazuje osnovne točke razvoja dramske radnje. Radnja počinje u vodom u kojem upoznajemo protagonistu u njegovom normalnom stanju ili prirodnoj sredini. Moment prve napetosti je trenutak u kojem se protagonist prvi put suočava s izazovom. Potenciranje je razvoj junakove radnje koji vodi ka kulminaciji. Kulminacija je moment najvećeg uzbuđenja, velika scena glavnog junaka poslije koje se definitivno mijenja tijek radnje. Preokret u tijeku radnje je sljedeća faza, kada se junakova sreća postepeno mijenja, a radnja antagonistu doživljava uspon. Moment posljednje napetosti – trenutak u kojem se čini da bi se stvari ipak mogle drugačije (sretnije) rasplesti za junaka i katastrofa tj. rasplet obično tragičan kraj junaka.



Odmah možemo uočiti sličnosti između dva pristupa. Uvod kod Freytaga je tzv. „obični svijet“ kod Voglera. Moment prve napetosti kod Freytaga je tzv. „poziv“ kod Voglera. Dijelovi koje Vogler naziva: odbijanje poziva, mentor, prelazak praga, testovi, prijatelji su potenciranje. Kulminacija radnje je iskušenje kod Voglera. Dijelovi koje Vogler naziva nagrada i put nazad, kod Freytaga bi mogao biti preokret u tijeku radnje. Uskrsnuće kod Voglera je trenutak posljednje napetosti kod Freytaga. Rasplet ili katastrofa kod Voglera su povratak u obični svijet. Uočljive su i značajne razlike. Vogler govori o sretnom kraju tj. uspješnom završetku priče za glavnog junaka. Kod Freytaga kraj je nesretan. Vogler smatra da jedna osoba može napraviti promjenu, da su heroji potrebni kako bi promjena bila izvršena i kako je promjena generalno dobra¹⁸³. Freytag je svoje istraživanje bazirao na grčkim i elizabetanskim tragedijama. On konstatira da ove tragedije nužno završavaju pogibijom junaka jer drama treba prikazati potpuno završenu radnju:

183 Vogler, xx.

„Ako je borba junaka zaista obuhvatila čitav njegov život, onda to nije samo staro predanje, nego unutrašnja nužnost, da se to prikaže i potpunim opustošenjem njegovog života“¹⁸⁴.

Razlika je, dakle, u odnosu prema razvoju radnje. Dok je kod Voglera riječ o individualnom putu na kojem se junak susreće sa svojom sjenom, kod Freytaga se junak sukobljava s konkretnom vanjskom silom koju utjelovljuje antagonist i njegovi saveznici. Zato što ima komplikiraniji odnos protagonisti i antagonist Freytag razlikuje strukture koje imaju djelatnog junaka i strukture koje imaju junaka kojem se radnja dešava, zatim strukture koje vode k sretnom i strukture koje vode k nesretnom (klasičnom tragičnom kraju) i djelomično ili potpuno sretnom kraju. Kod Voglera su točke razvoja drugačije raspoređene i uvijek se svode na jednu strukturu (jer je samo jedan odnos protagonisti i sjene). Iz svega što smo naveli vrlo lako se može doći i do zaključka da su Voglerova tri isto što i Freytagovih pet činova, jer oba teoretičara ne polaze od ideje scene ili čina nego od ideje cjeline – za njih dvojicu kaotičnost i alogičnost ne postoje, a nesvesno, ako ga i ima kao kod Voglera, postoji samo zato da bi na kraju drame tj. filma bilo osviješteno tj. pacificirano. Tako smo došli do saznanja o sličnosti strukture. Ali suštinska sličnost je na planu ideje, odnosno, u odgovoru na pitanje zašto se priča izlaže i koji efekt ona treba proizvesti kod gledatelja.

Razotkrivanje ili koliko je stvarna beskonačnost?

Freytag je pisac punog uspona liberalizma u Europi i to u Njemačkoj, koja je bila jedna od najdinamičnijih dijelova tadašnje liberalno orijentirane, buržoazijske Europe. Gustav Freytag je, osim što je bio uspješan pisac i veliki poznavatelj i promicatelj novog njemačkog karaktera, bio i aktivni član Liberalne partije i borac u ratovima koje je vodilo Njemačko Carstvo. Liberalizam XIX. stoljeća se bazira na višestruko napetom dinamičnom odnosu: između dostojanstva i slobode pojedinca i imovine pojedinca (pri čemu dostojanstvo i sloboda može biti stvar jednog, a imovina drugog pojedinca); između ideje da su svi ljudi rođenjem jednaki te da ih obrazovanje i društvo čine različitim i darvinističkim idejama o prirodnoj selekciji u kojoj najbolji pobjeđuju; između prava i sloboda vlastitog naroda i istih sloboda drugih naroda; romantičarska fascinacija prirodom i saznanje da je čovjek prvi put došao u mogućnost da kontrolira prirodu. Ove dinamičke i dijalektičke napetosti dovele su do uspona znanosti, mehanike i druge industrijske revolucije.

Freytag, kao čovjek koji iz perspektive svog doba tumači prošlost, sadašnjost i budućnost, komad promatra kao dobro sastavljen mehanizam koji publici treba omogućiti da spozna mehanizam situacija u životu. Glavni zadatak pisca je da u jednom slijedu događaja uoči logiku radnje, te da tako situacije koje bi u životu djelovale nerazumljivo pa možda i užasavajuće na sceni dobiju svoje razjašnjenje:

184 Gustav Freytag, "Tehnika drame", *Teorija drame XVIII i XIX veka*, Univerzitet umetnosti u Beogradu, Beograd 1985, 501.

„(da) shvati sadržaj jednog ljudskog života ili nekog vremena, da se trudi otkriti karakteristične osnovne crte, unutarnju povezanost događaja.“¹⁸⁵

Zanimljivo je Freytagovo objašnjenje katarze: „glavno djelovanje drame je pražnjenje mutnih i sužavajućih raspoloženja dana, koje su u nama izazvane jadom i užasom ovog svijeta.“¹⁸⁶

Drugim riječima drama nam pomaže da situacije koje nam u životu djeluju nerazumljivo i zastrašujuće postanu jasne, da skriveni u tami partera iživimo sav užas i da laci i rasterećeni izademo iz dvorane ostavljujući za sobom vlastiti strah. To objašnjava zašto je „zgodno“ da junak pogine¹⁸⁷.

O spoznaji govori i Vogler, ali dok Vogler govori o spoznaji publike kroz spoznaju lika, Freytag govori o mehanizmu koji dovodi do spoznaje. Iz toga proizlazi različit odnos prema sukobu unutar dramaturške strukture. Freytag zagovara protagonista i antagonistu, što je u skladu s njegovim svjetom gdje liberalizam širi sebi prostor kroz stalni sukob sa sustavom koji odlazi (feudalizam), snagama koje dolaze (radnička klasa), kao i s drugim liberalistički orijentiranim nacijama. Sam Vogler u predgovoru za drugo izdanje svoje knjige kaže da vjeruje u mogućnost individualnog puta, u mogućnost da pojedinac promijeni sebe i svijet te da kroz promjenu osvoji dodatnu vrijednost. Ovu Voglerovu ideju promovirali su i holivudski studiji i Disneyeva produkcija. Iza ovih ideja stoji ideja da kapitalističko američko društvo ima skoro beskrajne mogućnosti za razvoj pojedinca. Korak dalje u pravcu kojim se kreću ove ideja je i ideja o nepovredivosti prava pojedinca i o tome da intervencije države (sustava) moraju biti minimalne¹⁸⁸ i tu smo već na terenu neoliberalizma. Vogler svoj rad objavljuje 1992. godine koja je definitivno označila pad čelične zavjese tj. pobedu neoliberalizma nad državnim socijalizmom. Neoliberalizam za razliku od liberalizma devetnaestog stoljeća drugog antagonista osim sebe samoga nema (što će naredno desetljeće i dokazati), te i Voglerov junak kada ulazi u sukob to je isključivo sukob sa samim sobom, tj. sa svojom sjenom – svojim neostvarenim potencijalima koji mu se vraćaju kao strahovi, frustracije i neuroze koje se utjelovljuju u drugim likovima.

Ono što im je također zajedničko to je da je riječ o zatvorenim strukturama. Freytag kaže: „Radnja drame je događaj sređen na osnovu ideje, čiji se sadržaj prikazuje preko karaktera. (...) Mora imati čvrsto zatvoreno jedinstvo.“¹⁸⁹ Freytag insistira na tome da nakon završetka drame ni jedno pitanje ne smije ostati otvoreno. Kraj mora biti potpun i konačan bez otvorenih tema ili pitanja. Vogler ne insistira toliko na zatvorenosti, no kružna struktura njegove forme – priča se završava tamo gdje je i počela – nesumnjivo potvrđuje da je riječ o zatvorenoj strukturi. Ova dva autora dijeli više od sto godina i govore o različitim medijima (filmu i kazalištu). Ipak, imaju isti način stvaranja strukture koji proizlazi iz sličnog načina organiziranja ideja, odnosno sličnog pogleda na svijet. Zajedničko im je i to što obojica tvrde da su dramaturški principi o kojima govore „općeljudski“.

185 Freytag, 469.

186 Freytag, 481.

187 Uočavanje mehanizma na osnovi kojeg strada onaj s kojim se identificiramo i emocionalno pražnjenje uslijed „pogibije“ daje gledatelju razumijevanje i nadu da se sa „sličnim“ problemima obračuna na pravi način u životu.

188 Robert Nozick (1939-2002) *Anarhija, utopija, država (Anarchy, State and Utopia)*, 1974.

189 Freytag, 472. i 473.

Vogler se poziva na Junga, a Freytag na Aristotela. Oni na taj način žele uspostaviti vezu između svog modela i općeprihvaćenog autoriteta u prošlosti kako bi njihova struktura dobila potvrdu „općeljudske dimenzije“.

Epilog ili zašto na početku XXI. stoljeća publiku i dalje uzbudjuje način organiziranja ideja iz sredine preprošlog stoljeća?

Ono što XIX. stoljeće čini bitno drugačijim od svih prethodnih je ideja da običan građanin (sa svojim načinom govora i čitavim habitusom) može biti junak tragične radnje. Ovu ideju XIX. stoljeće baštini od Diderota i XVIII. stoljeća, međutim dok se XVIII. stoljeće još bavilo utvrđivanjem ove, tada revolucionarne ideje, za XIX. stoljeće je to općeprihvaćena ideja koja mu omogućava da staru strukturu redefinira na svoj način, čineći time da elitni umjetnički dometi prethodnih stoljeća postanu masovno dostupni. Masovna proizvodnja materijalnih dobara i masovna potrošnja kulturnih dobara počeli su tada i mi i dalje živimo taj san – svijet u kojem živimo možemo razumjeti i kontrolirati putem znanosti i tehnike, u slijedu s tim, možemo razumjeti i promijeniti, tj. usavršiti i sebe same. Međutim, taj san, idući ovim putem još nismo ostvarili, a pitanje je hoćemo li to ikada uspjeti, jer kao što smo već vidjeli naš „heroj“ je „izgubio“ antagonist i borи se sa samim sobom. Jesmo li, pokušavajući koristiti nove medije radi pričanja starih priča, konačno udarili u zid, smijemo li pogledatiiza njega?

Uočavanje granica „beskonačnosti“ čini da smo u stanju sagledati granice vlastitog svijeta, tj. mišljenja i na taj način otvoriti mogućnost da pogledamo preko granica. Granica čini *mitos*, tj. pričanje priče koje nam omogućava da sagledamo vlastitu prolaznost kao vječnost i da postavimo vječna pitanja (kojima i Vogler završava svoju knjigu) s nadom da ćemo naći i odgovor. Odustajanje od linearne priče znači odustajanje od ideološkog sagledavanja svijeta kao jedne ideje, a to budi novi užas. Jedan od najvećih užasa suvremenog čovjeka je osjećaj potpune i nepovratne defragmentacije sebstva, a time se, zanimljivo, vrlo malo, ako ikada bavi holivudska produkcija.

Ići k tom novom znači ići dalje od Voglera (mada je Vogler nastojao dokazati da se i nelinearna dramaturgija kakva je *Potpričke priče* može svesti na linearu), dalje od Freytaga, odnosno dalje od njihovog zajedničkog praoca, tj. Aristotelove *Poetike* te prve upute za pisanje „dobro skrojenih“ komada u povijesti Zapadne civilizacije.

Stojimo nad provaljom i zauzimamo poziciju za skok. Zauzimamo je, ali ne skačemo. Jesmo li spremni? Imamo li hrabrosti skočiti ili ćemo ići nazad u poznato po cijenu da novi mediji ostanu samo igračke u rukama starog pogleda na svijet?

Literatura:

Christopher Vogler, *THE WRITER'S JOURNEY (Mythic Structure for Writers)*, Michael Wiese Productions, USA 1998.

Gustav Freytag, "Tehnika drame", *Teorija drame XVIII I XIX veka*, Univerzitet umetnosti u Beogradu, Beograd 1985.

Bertrand Rasel, *Istorija zapadne filozofije*, Narodna knjiga – Alfa, Beograd 1998.

http://www.briantriber.com/WritingSamples/Freytag_Drama/Freytag_TOC.html

Florans Dipon, *Aristotel ili vampir zapadnog pozorišta*, Clio, Beograd 2011.

The Influence of Gustav Freytag's Dramatic Theory of "Well-Tailored Pieces" on the Modern Film Dramaturgy as Embodied in The Writer's Journey by Christopher Vogler

Abstract

Film is art prone to consumption of the latest technological accomplishments and we are witnessing its break into the third dimension (for example Avatar...). Film with its technology is a complete product of the second decade of XXI century, but the structure of the stories presented by the modern technology belongs to XIX century. Why does film need the 'old-fashioned' dramaturgy? Does that mean that technologies change but not the human need for telling good, old stories? Why have old forms proved to be the best for presentation of new media and technology? Have we at least managed to move a bit further from XIX century? What can we learn about all this when we compare works of Gustav Freytag and Christopher Vogler?

Key words: analysis scriptwriting model, hero's journey, storytelling, dramaturgical structure.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Sandra Sokolović i Sandra Santrač

Kozarčeva 99, 11 000 Beograd, Srbija
sandra.sokolovic84@gmail.com

Centar za razvoj kulture i društva znanja, Srbija
sandras@urbanlogic.edu.rs

Masmediji i perspektive kulturnog identiteta u globalnom društvu

Sažetak

Ovaj rad govori o značaju perspektive kulturnog identiteta koji ovisi o utjecaju masmedija, novinarske elite i globalizacije, kao i odnosa između medija i menadžmenta.

Mediji sa sobom nose sve bitne odlike konkretnog socio-ekonomskog sustava. Oni utječu na ukupne socijalne odnose u društvu, čija je struktura neminovno generirala kulturu i novi menadžment, prije svega u masovnim medijima.

Proces globalizacije koncepcijски подразумјева не само организacijsku strukturu masmedija nego i sustavно нову позицију менадžмента пред којим су велики изазови у изградњи професионалних, одговорних, економски стабилних масмедија као и информацијских технологија.

Ključne riječi: menadžment, masmediji, kultura, kulturni identitet, informacija, novinarske elite.

Uvodna razmatranja

Pored supstancialne koncepcije društva veoma rano se pojavio pojam društva kao rezultat ljudske djelatnosti. Marx je u svom pismu Anemkovu 1846. godine pisao: *Što je to društvo, ma kakav bio njegov oblik? Proizvod uzajamnog djelovanja ljudi.* Ta tvrdnja eksplisitno formulirana u jednom marginalnom tekstu, nalazi svoj izraz u glavnim elementima Marxove teorije: u za njega osnovnoj kategoriji proizvodnih odnosa, u shvaćanju institucije kao komunikacije ljudi, i shvaćanju individue kao ukupnih društvenih odnosa.¹⁹⁰ Može se izreći tvrdnja da u Marxove aksiome sociološke teorije spada interakcionistička koncepcija društva.

Ako podemo od ideoloških principa suprotnih Markovim, od prepostavki liberalnog individualizma, Spencer se priklanjao nominalizmu u prilazu društvenim grupama kao elementarnim dijelovima društva. Pošto je njegov doprinos analizi društva kao sustava ustanova, Spenceru se ne treba pripisivati konsekventan, krajnje individualistički redukcionizam. Dualizam stanovišta prema osnovnom problemu sociologije koji predstavlja definiranje društva možemo naći u Durkheimovoj teoriji. U njegovojoj teoriji se pojavljuju biheviorističke, ali i supstancialne koncepcije društvenih fenomena. S jedne strane, društvo odlikuje masa određenog broja jedinki koje ga sačinjavaju, a pojave društvene morfologije smatraju se za jednu od glavnih oblasti socioloških istraživanja.¹⁹¹ S druge strane, konzistentnost društva nije mjerena pomoću demografskih ili društvenih kontakta.

Čarnovski shvaća društvo na supstancialan način, analogno Durkheimovoj koncepciji masa, stavlja težište na demografski supstrat, grupu i masu vidi kao kolektiv, grupu pojedinaca. Čovjek kao biće razuma neprestano osjeća potrebu za vlastitim određenjem. Prilikom komunikacije s drugim pojedincima unutar svoje grupe često je primoran da se identificira i otkrije svoj identitet. U interakciji većine identiteta pripadnika jedne grupe, do danas su se razvila obilježja pripadnika određenoj etničkoj ili kulturnoj grupi. Proces izgradnje identiteta se odvija kontinuirano do sadašnjeg vremena. Danas je glavna odgovornost u tom osjetljivom procesu samodefiniranja identiteta kao i kulturnog identiteta na političkim elitama i ideološkim projektima koje oni otvoreno ili prikriveno protežiraju, a koji se na najprozirniji način ogledaju djelovanjem u medijima i institucijama obrazovanja. Država ima ingerencije da utječe u projektiranju kulturnih strategija, s tim da ih *podsjeti* na njihovu društvenu obvezu. Mediji na zapadu su svrstani u institucije kulture, tim postaju važan dio industrije kulture, te doprinose BDP-u svojih zemalja. Mediji koji predstavljaju masovnu komunikaciju imaju realnu moć u domeni produkcije i posredovanja, te je nesporna važnost njihove uloge u procesu razvoja kulture i umjetnosti, jer i sami imaju kulturno-umjetničku funkciju. U programskim shemama zemalja u tranziciji trebali bi posvetiti daleko više medijskog prostora znanstvenim emisijama i kulturnim sadržajima. Društvena obveza je, da se u racionalizaciji i komercijalizaciji u cilju privlačenja masovne publike iz komercijalnih razloga, pronađe mogućnost za edukativne programe, neophodne za podizanje kvalitetnijeg obrazovanja na svim nivoima. U

190 Kloskovska, A.: *Sociologija kulture*, Čigoja štampa, Beograd, 2005. str.138.

191 Kloskovska, A.: *Sociologija kulture*, Čigoja štampa, Beograd, 2005. str. 140.

tom cilju mediji mogu djelovati sugestivno, korigirati navedenu oblast društva, od kojeg ovisi restauracija kulture, kulturnog identiteta, a tradicionalnom kulturom vratiti društvo etičnosti i osnovnim društvenim vrijednostima.

Globalizacija i kulturni identitet

Pojam kulturnog identiteta je kompleksan i složen sa stanovišta znanosti o kulturi. Kulturni identitet determinira velik broj pojmove i simbola koje su usvojili sami pojedinci, pripadnici određenih društvenih grupa, dok su im određen broj pojmove dali pojedinci pripadnici drugih grupa kojima i sami pripadaju. Znanost je davno odredila osnovne karakteristike i strukturne elemente kulturnog identiteta, a opće je poznato koji su osnovni i najrasprostranjeniji pokazatelji kulturnog identiteta. Čovjekovo mišljenje o sebi i mišljenje drugih o njemu ne poklapaju se uvijek, pošto se odnosi na to što ljudi misle da jesu. S toga se identitet najčešće povezuje s nacionalnom i etničkom pripadnošću, rodom i klasnom pripadnošću.

Globalizacija je danas glavno ishodište multidisciplinarnih proučavanja, iz kojih se može izvesti zaključak da proces globalizacije ima nesporan utjecaj na kulturu, što i jest jedno od najsnažnijih polja djelovanja globalnih procesa, što potvrđuje ranije navedeno mišljenje da je kultura način funkciranja društva. Globalizacija je proces što ga uzrokuje djelovanje svjetskog sustava, te uspostavljanje, u svjetskim razmjerima gospodarske, političke, kulturne, ekološke i informacijske djelatnosti i globalne međusobne povezanosti društva.¹⁹²

Pod utjecajem globalizacije pojam identiteta dobiva kod kulturologa, politikologa i sociologa sve veću važnost. Nisu se dovoljno izučavale važnosti drugih identiteta poput rodnog, spolnog i etničkog. Neki sociolozi misle da takve studije predstavljaju moderne koncepcije identiteta. Identiteti ljudi smatrali su se prilično stabilnim identitetima, zajedničkim pojedinim društvenim grupama utemeljenim na jednoj ili dvije ključne varijable kakve su klasa ili nacionalnost. Mišljenje je da se identitet temelji na kulturi, ali da nije jednostavno njen proizvod.

Skledar smatra da je kulturni identitet sinteza, a ne puki zbir svih duhovno-kulturnih proizvoda, djelatnosti i procesa, zbir datih i traženih odgovora na bitna ljudska pitanja i potrebe određenog socio-kulturnog prostora i vremena. On kulturni identitet promišlja kao strukturu svih konkretnih ljudskih materijalnih i duhovnih proizvoda, pogleda, vrijednosti, simbola, oblika duha, te modela ponašanja i procesa. Budući da je kultura povjesna, dinamička pojava, ona govori i o kulturnim promjenama kao promjenama u samoj društvenoj strukturi, organizaciji i odnosima.¹⁹³ Poznate su faze kulturnog identiteta u kojima su dominirale koncepcije u doba prosvjetiteljstva te sociološkog subjekta u doba modernizma do postmoderne gdje suvremena društva sve više odlikuje postojanje fragmentarnih identiteta. Moderna društva, pogotovo pod utjecajem globalizacije odlikuju brze

192 Milardović, A.: *Mali leksikon globalizacije*, CPI, Zagreb, 2002.

193 Prilagođeno prema Skledar, N.: *Znanost o društvu: osnovni pojmovi i razvoj*, Visoka škola za poslovanje i upravljanje, Zaprešić, 2003, str. 159.

promjene. Društvena klasa je davala specifičan glavni identitet što je stvorilo preduvjete za političke sukobe. Porastom novih društvenih pokreta sam kulturni identitet postao je političko pitanje, umjesto da se osjeća dijelom jedne klase, tj. društvene grupe. Identitet ljudi se fragmentirao na osnovi etničke pripadnosti, religije i nacionalnosti.

Za razliku od modeliranja identiteta u modernim društvima nacionalnost je bila važna odrednica identiteta, dok je pojavom globalizacije to pitanje postalo složeno. *Anthony Giddens* razmatrajući kako globalizacija oblikuje naše živote naglašava zapadni, odnosno američki kulturni utjecaj koji je vidljiv svugdje: na filmu, TV-u, pop-glazbi i ostalim područjima. Kulturna standardizacija kulturni je dio ovog procesa. Sve je to samo površinski kulturni premaz, jer posljedice globalizacije sežu dublje, budući da proizvodi i stvara veću homogenost te lokalnu kulturnu raznolikost. Globalizacija pomaže obnovu lokalnih kulturnih identiteta.¹⁹⁴

On dalje smatra da se danas pod utjecajem globalizacije događaju dvije ključne promjene, smatraljući da se u zapadnim zemljama pritisku tradicije otimaju ne samo javne institucije, nego i svakodnevni životi. U ostalim društvima, onima koja su bila tradicionalnija dolazi do detradicionalizacije što dovodi do nastajanja svjetskog kozmopolitskog društva. Kako se na svjetskom nivou smanjuje utjecaj tradicije i običaja, mijenja se i sama osnova našeg identiteta. Kad tradicija počinje popušтati i izvor životnog stila dobije prvenstvo, ni identitet nije izuzet od promjena.¹⁹⁵

Fragmentacija kulturnog identiteta na prostorima bivše Jugoslavije je pod utjecajem globalizacije prouzrokovala i fragmentaciju države. Tranzicija kao posljedica globalizacije na ovim prostorima se ne bavi dovoljno promocijom, obnovom kulture i kulturnog identiteta. Prethodna transformacija društva se sastojala samo u transformaciji vlasništva. Globalizacija kao proces je nesumnjivo izum američkog krupnog kapitala koji je naravno racionalan i anacionalan. Interesi SAD-a su interesi krupnog kapitala.

Suštinski problem u razumijevanju kulturnog identiteta pojavljuje se u postupku interpretacije simbola, jezika, religije, tradicije, mitova i običaja. Pojam kulturnog identiteta ne obuhvaća jedino samoopažanje vlastite nacije. Odnos prema drugim nacijama također pripada strukturi svijesti o kulturnom identitetu. Ukorjenjivanje u kulturni identitet jedne zajednice počinje u djetinjstvu i usvajanjem jezika. Ne postoji čist kulturni identitet. Nema čistog jezika koji bi spriječio leksička, fonetska, morfološka i semantička miješanja. Tradicija se ne tumači jednako u nacionalnoj kulturi. Otkrivanje različitih slojeva značenja u jednoj kulturi polazi od različitih spoznajnih prepostavki. Vrijednosti u kulturi su pluralističke, religija nije nacionalna osim u organizacijsko-erkvenom smislu. U strukturi svog nacionalnog identiteta sudjeluju i drugi, u smislu druga kultura.¹⁹⁶

Obnavljanjem ili stvaranjem novog kulturnog identiteta pokazat će se još dosta tenzija i lomova u društvima na ovim prostorima. Iako su u postmoderni stvorene države s liberalnom demokracijom i

194 Giddens, A.: *Odbjegli svijet-kako globalizacija oblikuje naše živote*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2005. str 16.

195 Giddens, A.: *Odbjegli svijet-kako globalizacija oblikuje naše živote*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2005. str 53.

196 Avramović, Z.: *Kultura*, Zavod za udžbenike, Beograd, 2008. str. 23.

snažnim građanskim identitetom, mi se još nalazimo duboko u povijesti, tj. u građanskoj prapovijesti. Zbog toga proces globalizacije stagnira na ovim prostorima u pokušaju promocije postmoderne ili postindustrijskog društva.

U zemljama tranzicije uobičajena je percepcija kulturnog identiteta s etničkom pripadnošću, odnosno državnošću naroda. U revitalizaciji kulturnog identiteta i moralnih vrednosti trebaju sudjelovati umjetnici, pisci, dramski pisci, dizajneri, uključujući multimedije, kao i produkciju kulture. Kultura medija dijeli odgovornost s umjetnicima, jer ima društvenu obvezu u promoviranju kulture i obrazovanja putem produkcije kulturnog, znanstveno-obrazovnog programa. Tijekom navedenog procesa revitalizacije kulturnog identiteta, a s tim i kulture uopće, mediji su vodeći nosioci i imaju najveću društvenu odgovornost. Stoga je neophodan njihov razvoj, dodatno financiranje i novi studijski programi, koji će obrazovati kompetentne medijske stručnjake, menadžere u kulturi i medijima, koji se *služe* suvremenim dostignućima informacijskih tehnologija. U tom cilju su neophodne kulturne politike bazirane na europskim principima koje će uspostaviti nove odnose u kulturnom i medijskom pejzažu uz pojavu novih paradigmi kao dinamičkog odgovora globalizaciji.

Novi mediji - nove paradigmе

Nitko nije mogao predvidjeti nagli razvoj IT tehnologija, pojavu i utjecaj interneta, interaktivnih novih medija, koji su snažno izmijenili kulturu i ekonomiju na globalnom nivou. Globalna komunikacijska mreža je iz temelja izmijenila način poslovanja i omogućila nastanak velikog broja korporacija. Kompanije koje se bave IT tehnologijama su se razvile do neslućenih razmjera kao npr. *Oracle*, a poslovni softverski alati su sve traženiji. Multinacionalne kompanije postaju glavni akteri promjena na globalnom nivou, a pogotovo zemalja u razvoju. Transnacionalne kompanije posjeduju pored ekonomske, političku, pravnu, i razvojnu moć. Sada su oni akteri koji prenose svoje idejne vrijednosti, organizacijske, političke, kulturne, medijske, religijske matrice, a pogotovo utjecaje na promjenu kulturnih sustava. Tijekom svojih aktivnosti u zemljama u razvoju prvo preuzimaju kontrolu nad kulturom i medijima u cilju denacionalizacije.

Zapadne vlade preko korporacija, transnacionalnih kompanija, Svjetske i Europske banke mijenjaju suverenitet, teritorijalnost, nacionalne kulture i identitete, te pravni sustav koji se mora uskladiti sa zakonodavstvima nadnacionalnih država. Oni brišu razlike između unutrašnje i vanjske politike, i stvaraju nove aktere koji postaju globalni gospodarski igrači, transnacionalne udruge civilnog društva.¹⁹⁷

Globalizacija je nesumnjivo pored snažnih socio-ekonomske utjecaja u zemljama tranzicije također izvršila utjecaj na medije u zemljama bivše Jugoslavije. Zahvaljujući globalizaciji tiskani mediji su napredovali zajedno s elektronskim medijima i informacijskim tehnologijama. Došlo je do pojave

197 Milardović, A.: *Pod globalnim šeširom*, CPI, Zagreb, 2004.

masovnih medija čiji je osnovni zadatak masovna komunikacija, te prijenos i emitiranje masovne zabave i vijesti masovnoj publici. Ugledajući se na Zapad, došlo je do tržišne utakmice između medija, a sve u cilju stvaranja profita. Profit je osnovni razlog funkciranja medija među kojima je najuočljivija pojava tabloida. Mediji koji su prenosili traćeve pedesetih i šezdesetih godina nazivali su se žutom štampom, a danas su tu ulogu preuzeли tabloidi. Zahvaljujući već ustaljenoj zapadnoj matrici u cilju stvaranja što većeg profita neophodna je pojava novih menadžera u medijima čiju ulogu zbog funkcionalnosti danas obavljaju i urednici koji u pojedinim medijima postaju menadžeri/urednici. U navedenom slučaju oni moraju istražiti stanje kulturnih potreba, potrebu za zabavom i informacijama široke publike *evidencijom i animacijom*.

Upravljački menadžment je zadužen za prodaju masovne produkcije zabave i informacija bilo u štampanim, elektronskim medijima putem informacijskih tehnologija. U tom cilju se mora boriti za što bolji imidž medijske organizacije, koristeći se izradom strategija, istraživanjem medijskog okruženja i strateškim analizama. Strategije su od temeljne važnosti u slučaju potrebe za brzim reagiranjem na promjene u medijskom okruženju. U vezi modernizacije uz permanentno uvođenje novih informacijskih tehnologija mora se učiniti maksimum u fleksibilnosti organizacijske strukture što zahtijeva znalačko i maksimalno korištenje ljudskih resursa.

Tek potpunim razumijevanjem i integracijom različitih dijelova medijske organizacije moguće je postići kohezivan poslovni intelligentan sustav. Menadžment koji se koristi novom tehnologijom i alatom poslovne inteligencije, te preduzetničkim duhom, omogućuje interdisciplinarni poslovni koncept koji u svom fokusu ima djelotvornije organizacijsko znanje. Počinje era medijskog manadžmenta u kojem fokus nije u nalaženju pravih odgovora na poslovne izazove već na postavljanju pravih pitanja i to onih koji će se odnositi na sutra, tj. na budućnost. Osnova uspjeha svake medijske kuće je korištenje i vladanje informacijama u cilju podizanja kvalitete, a s tim i konkurentnosti.

U cilju planiranja, pored istraživanja tržišta potrebno je stvaranje impozantne baze podataka uobičajene za kvalitetno obavljanje poslova u medijima. Pored navedene baze podataka važne su informacije dobivene *Benchmarkingom*. One su veoma značajne u cilju podizanja kvalitete organizacije. Pojam obuhvaća skup aktivnosti kojima se nastoje pronaći pojedinci ili organizacije koje su najbolje u onome čime se bave te iskoristiti njihovo znanje, prilagođeno i poboljšano, u cilju vlastitog uspješnog djelovanja.¹⁹⁸

Naglo razvijanje i ekspanzija masmedija, elektronskih i informacijskih tehnologija uveli su nas u novu eru informacija i komunikacija. Nesumnjivo da je to jedan značajan fenomen koji vrši snažan utjecaj na promjene u društvu. Tijekom istraživanja funkcionalnog menadžmenta u medijima je primjetno da mnogi autori i teoretičari često zapostavljaju još jednu možda najvažniju komercijalnu funkciju masovnih medija koja bi trebala biti prioritet medijskog menadžmenta.

198 Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, L.J.: *Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti*, Masmedia, Zagreb, 2006. str. 317.

Malvin L. De Fleur razvio je na strukturno-funkcionalističkoj osnovi model koji je planirao ponuditi referentni okvir za analizu isprepletenosti masovnih komunikacija i društva u cjelini. De Fleurove teze odnose se uglavnom na elektronske medije, TV, i to u privatnom kapitalističkom vlasništvu. On gleda na medije kao na oglašivače, odnosno, da su ovisni o privrednom podsustavu. Za održavanje navedenog podsustava (masovne komunikacije) u skladu s tim modelom, potreban novac se osigurava isključivo prihodima od reklama. De Fleur pridaje reklami ključnu važnost za funkcioniranje američke privrede. Prema njegovom mišljenju za osiguranje stabilnosti cijele privrede potrebno je utjecati na odluke potrošača o kupovini.¹⁹⁹

U izvjesnom smislu, tu se mogu primijeniti Marksove riječi da proizvodnja stvara potrošača. Proizvodnja ne proizvodi samo predmet za subjekt nego i subjekt za predmet.²⁰⁰

U osnovi De Fleurovu tezu dalje razrađuje *John Kenneth Galbraith* pri čemu masovne medije smatra najvažnijim instrumentom za manipulaciju potražnje. Osnova za razvoj nacionalnog planiranja u ekonomskom sektoru je konstanta potražnje koju osigurava reklama. Ekonomski sektor karakterizira upućenost na stalnu prodaju koja omogućava tehnološki visoko razvijeni (zreli industrijski) pogon. Galbraith dalje smatra da industrijski sustav krajnje ovisi o reklamama bez kojih ne bi mogao postojati u svom sadašnjem obliku.²⁰¹

S tim u vezi, može se postaviti pitanje – na kojoj vrsti magije počiva ovaj *medijski zasnovan kapitalizam*. Jedan od odgovora krije se, kako se čini, u djelotvornoj ulozi marketinga u našem vremenu. Brendovi, kao produkt masovne (re)produkциje *realnih iluzija* u sferi marketinga, posredstvom djelovanja medija masovnih komunikacija, preuzimaju na sebe magijska svojstva potrošnje i robe, čineći *auru* robne marke atraktivnom u onoj meri za koju se pretpostavlja da je nekad posjedovalo autentično umjetničko delo. Na taj način, kontroverzna pojava dezauratizacije suvremene umjetnosti, koju je u eseju *Umjetničko djelo u eri tehničke reprodukcije* anticipirao *Walter Benjamin*, danas koincidira s bodrijarovskom ulančanom hiperrealnošću iluzije, kao i *mehaničkim* (medijskim) procesima *sakralizacije komercijalizma*.²⁰²

Za oglašavanje reklama i ispunjavanje njene funkcije koja se sastoji od obraćanja najveće potrošačke pažnje, a istovremeno osigurava maksimalnu dobit za prodaju oglašavačkog prostora i vremena, zaduženi su i odgovorni medijski menadžeri. Na taj način pojedini mediji pored korektivnog faktora u društvu imaju i snažnu socio-ekonomsku dimenziju u pomaganju privrede svoje države čime zaslužuju poštovanje vladajuće političke elite i društva u cjelini, ali pod uvjetom da odgovorno i profesionalno obavljaju svoju funkciju. Mediji bi trebali činiti više na promociji i animaciji mladih na području novih medijskih kultura, nove tehnologije umjetnosti, educirajući mlade mogućnostima široke primjene na području informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Mladi bi istraživali nove kulturne odnose na području industrije kulture i utjecaja elektronskih medija na društvo,

199 Defleur, M.: *Mas Media Social Aspect*, McKay, New York, 1970. str. 155.

200 Marks, K.: *Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie Anhang*, Dietz, Berlin, 1974.

201 Galbraith, K.J.: *Die moderne Industriegesellschaft*, Büchergilde Gutenberg, Frankfurt/M. Wien, Zürich, 1968. str. 195.

202 Vuksanović, D.: *Filozofija medija, ontologija, estetika, kritika*, Čigoja, Beograd, 2007.

kreativnom upotrebom novih tehnologija na suvremenu kulturnu i društvenu politiku, potičući realizaciju vlastitih projekata uz pomoć digitalnih tehnologija.

Novinar kao subjekt

Medunarodna definicija novinarstva koja bi bila općeprihvaćena ne postoji, kao što ne postoji definicija novinarske elite. Novinarska praksa se sve više udaljava od prevladavajućeg normativnog modela. Ozbiljni tiskani mediji u današnje vrijeme izrazito nedostaju, a popularni tabloidni mediji rastu.²⁰³

Polazeći od trendova u razvoju medija možemo utvrditi da su u krizu ključni elementi profesije, a posebno odgovornost i profesionalnost. Ako je osnovna funkcija medija izvještavanje i uloga korektivnog faktora u društvu, novinar bi trebalo biti subjekt koji ima nadzor nad društvenim procesima i čiji bi rad bio predstavljen medijski. Često vlasnici medijskih kuća ili nosioci političke moći utječe na slabljenje novinara kao subjekata, što je prepoznatljivo u zemljama u tranziciji.

Slabljenjem subjekta slabi i nestaje odgovornost i etika. Nije teško zaključiti da se kriza novinarstva i novinarske etike odražava i na krizu identiteta novinara, a s tim na opstanak elitnog novinara. Pod pritiskom raznih centara moći funkcija novinara se svodi na *prepakiravanje* informacije, na njenu preradu, i odmah je vidljivo da nedostaju novinari koji nameće svoj interes, motiviran da služi čitateljima, slušateljima, gledateljima i demokraciji, te dovoljno uporan da prati priču do kraja. Ako istražimo krizu identiteta novinarstva treba je istražiti u svjetlu pojave masmedija koji su usmjerili legitimno novinarstvo k mješavini zabave, atraktivnostima i senzacijama.²⁰⁴

Odstupanje od *ideje čovjeka*, kojom se, uopćeno gledajući, u teoriji ideja bavio još Platon, a u negativnom ključu, empirijski-povijesno promatrano, najrazličitija gledišta o ovom pitanju sabirao Foucault u arheološkom spisu *Nenormalni*, govori u prilog činjenici da je načelo razlike konstitutivno za definiciju kako čovjeka, tako i subjekta (sa)znanja. Ako je čovjek, po svom pojmu, tradicionalno vezan za ideju subjekta, a različiti konsenzusi postignuti povodom odstupanja od tog pojma ipak ovo ne dovode u pitanje, nego samo spadaju u domenu razlike u identičnom, nameće se dilema nije li danas ova relacija bitno uzdrmana, i može li se pojam čovjeka još uvijek bezupitno dovoditi u vezu s modernim konceptom subjekta, i obratno. I najzad, kako se rekonstituira razlika razlike, preko koje se danas, u istraživanjima tzv. postmoderne antropologije, uspostavlja/konstruira ideja čovjeka.²⁰⁵

Nestajanje granice između novinarstva i nenovinarstva, između odgovornosti i neodgovornosti stvara krizu novinarske etike i dovodi do odsutnosti kredibilnih i elitnih medija. Izvodimo zaključak kako su zbog tih razloga nestali i elitni novinari, ukupna novinarska elita, s njima vrhunsko istraživačko

203 Sparks, C.: *Goodbye Hilda Johnson: The Vanishing serious Press*, Routledge, London, 1991. str. 58.

204 Hachten, W.A.: *The Troubles of Journalism*, Lawrence Erlbaum Associates INC. Publishers, New Jersey, 2005. str. 174.

205 Vuksanović, D.: Filozofija medija, ontologija, estetika, kritika, Čigoja, Beograd, 2007.

novinarstvo. Pojedini teoretičari neoliberalizma smatraju da je elitno novinarstvo demagoško, lijevo orijentirano od većinskog mišljenja populacije, koji srećom ovu vrstu novinarstva ne uvažavaju. Za njih to su dežurni kritičari koji navodno pokušavaju predstavljati *slabe* protiv vladajućeg mišljenja, te kontrolora koji kritički komentira političke procese, otkriva pozadinu i ukazuje na političke alternative.

Za razliku od neoliberalista, *Wolfgang Langenbucher* glavnu ulogu novinara demokratskog društva elitnih novinara vidi u ulozi medijatora, tj. u omogućavanju komunikacije između različitih društvenih grupa. Masovnim medijima se pri tom pripisuje primarna funkcija poticanja komunikacije koji sudjeluju u političkom procesu stvaranja volje, a time i stvaranja fokusiranog javnog mnijenja. Cilj novinara ne smije biti potreba za subjektivnim samopokazivanjem i demonstracijom vlastite moći. Pseudokritički prigovori na pojmove kao što su objektivnost, neutralnost i uravnoteženost ne bi smjeli postati zadaćom poslovnih standarda.²⁰⁶

Max Weber postavlja pitanje u kojoj su mjeri političari i novinari spremni preuzeti odgovornost za posljedice svog djelovanja. On obvezu za istinom označava kao apsolutnu etiku koja ne pita za posljedice i koja je bezuvjetno nužna. Prema njegovim analizama političari djeluju etički odgovorno i ciljno racionalno. Oni dakle, preuzimaju odgovornost za svoj rad i procjenjuju korist, sredstva i moguće nuspojave. Novinari, međutim slijede etiku uvjerenja i djeluju vrijednosno racionalno, tj. odbijaju odgovornost za posljedice svog djelovanja, pri čemu ostaje nejasno što konkretno znači *preuzeti odgovornost*.²⁰⁷

Može se zaključiti da su što zbog političkog pritiska, promjene vlasništva pojedinih poznatijih medija ili ponižavajuće niskih plaća, mnogi novinari napustili svoj dugogodišnji posao i karijeru nastavili promjenom zanimanja. Umjesto odgovornih, etičkih novinara, educiranih i sposobnih za istraživačko novinarstvo pojavljuje se nova vrsta novinara sklonih etičkom relativizmu kao gledištu koje kaže da je shvaćanje kako je nešto ispravno ili pogrešno, dobro ili loše, samo relativno.²⁰⁸ Praktično se može zaključiti da su isti skloni nekoj vrsti ekonomskog razmišljanja koje ocenjuje čovjeka redukcionistički. To znači da ta osoba jest ili nije sposobna biti financijski uspješna. Taj novi ekonomizam kod nas dobiva naziv pragmatizam.²⁰⁹ Znači da je važan samo cilj financijskog uspjeha, te se na sceni pojavljuje pragmatička etika koja se bavi postizanjem ciljeva i uspjeha, ostvarivanjem planiranog.²¹⁰

Glavna motivacija navedenih novinara je želja za uspjehom. Ciljevi su obično važniji od sredstava i zato brojni teoretičari pragmatizam ne svrstavaju u etiku. Pragmatično usmjeren novinar želi da njegova novinarska taktika bude uspješna. On je odlučan, jak, drzak, lukav kada zaobilazi samilost i altruizam, želi uspjeh pod svaku cijenu. Ne opravdava svoje postupke i ne priznaje greške osim

206 Langenbucher, W.: *Elektronische Medien, Gesellschaft und Demokratie*, Willhelm Braumüller, Verlag, 2000.

207 Weber, M.: *Politika kao poziv*, Jesenski i Turk, Zagreb, 2006.

208 Mautner, T. A.: *Dictionary of Philosophy*, Blackwell Publishers, London, 1996.

209 Kovač, E.: *Pogovor s Edvardom Kovačem*, Intervju Nova revija, 1997. str. 158

210 Merill, J. C.: *Philosophical Foundation for New Media*, St. Martins Press, New York, 1997. str. 55

ako je to korisno. Obično moral shvaća kao znak slabosti. Slijedi pravilo da je bolje iskoristiti nego biti iskorišten.²¹¹ Za novinarsku etiku naveden pristup je neprihvatljiv i ona je prava suprotnost privlačne pragmatičnosti, da cilj opravdava sredstva.²¹²

Evidentno je da, čak i s laičkog stanovišta promatrano, pojam subjekta u današnjem vremenu sve više gubi dignitet, reducirajući svoju nekadašnju ulogu na funkciju tzv. *slabog subjekta* koji blijedi, umire, decentririra se, dekonstruira svoj *logos*, ironizira vlastitu poziciju, postavši time vlastita razlika (nenormalnost), ili samo jedna od mnogobrojnih funkcija teksta (deridijanska „razlika“ / *diférance*/) univerzalne općenitosti, kao i nekakva posebna, unaprijed zadana forma tekstualnog *praxisa*. Supstitucija *logosa* slikom, preuzimanje primata teorijskog i praktičkog uma tehničkim sredstvima ostvarenim panoptizmom, u čemu televizija, svijet reklame i oglašavanja donekle Internet i, konačno, multimedija imaju posebnu ulogu, bitno utječe na redefiniranje ideje, pojma i prakse suvremenog čovjeka, zatečenog u tehničko-tehnološkom univerzumu koji sam kreira i konstruira.²¹³

Zaključna razmatranja

Granice između kultura koje ucertavaju oni koji se pozivaju na vlastiti kulturni identitet, nisu znanstveno održive. Kulturni identitet pri opisivanju samog sebe ne može biti podložan do kraja istini ili objektivnosti. Kako je već napomenuo dr. Avramović, pored mnogih suprotnosti i razlika između toga kako individua sama sebe gleda, te kako je drugi sa strane vide, nerijetko se pojavljuje zamjena identiteta ili svojevoljna odluka pojedinca ili grupe da uzmu neki novi identitet umjesto starog.

Koliko god da je kulturni identitet omiljena fraza političke elite na ovim prostorima, činjenica je da klasificiranje ljudi po kulturnom identitetu nije moguće. Izgradnja kulturnog identiteta je proces. Čovjek je sposoban shvaćati sebe samog i svijet koji ga okružuje na refleksivan način, drugim riječima, semiotički, koji se vrši pomoću društveno određenih znakova svojstvenih ljudskoj prirodi vrste.

Na taj način je moguće tumačiti tezu da čovjek vidi svoj odraz u svijetu koji je sam stvorio. Takav čovjek je kreator kulture. Marx je koncepcijski izbjegavao metafizički kriterij izdvajanja kulture kao duhovne kulture, te je kulturno stvaralaštvo definirao kao kulturnu proizvodnju. Ta proizvodnja ili duhovna moć društva je neki oblik svijesti izražen pomoću osjetilno primjetnih znakova. U slučaju određenja kulturnog identiteta pored opće navedenih odrednica su lingvistički znakovi kao jedna od osnovnih odrednica identiteta s kojima se čovjek susreće u djetinjstvu. Društvo je u tranziciji, s njim će se mijenjati i sama kultura društva, a s tim i nositelji kulturnog identiteta. Ranije navedeni autori su promišljana da je pojam kulturnog pluralizma na ovim prostorima neminovan. Napredne zapadne demokracije su svjesne značaja kulturne tradicije i kulturnog identiteta svakog pojedinca

211 Isto, str. 56

212 Kovač, E.: *Mač, pero, kamera*, Fakultet za društvene vede, Ljubljana, 1996. str. 6

213 Vuksanović, D.: *Filozofija medija: ontologija, estetika, kritika*, Čigoja, Beograd, 2007.

koji se sve više vraćaju korijenima i što izvornijem kulturnom identitetu. U prevladavanju procesa kulturnog identiteta Evropska unija prividno propagira i podržava povratak i identifikaciju kulturnog identiteta do etno-kulturnog identiteta, u vidu projekata pod nazivom *Jedinstvo raznolikosti*, koje podrazumijeva i zahtjeva kulturni pluralizam. Kulturni pluralizam bi trebao podrazumijevati slobodan razvoj svih kultura u okviru entiteta ili države. Vidljivo je slabljenje kulturnog identiteta uvođenjem zapadnih normi i kulturnih vrijednosti procesom globalizacije.

Navedene pojave u društvu pored stagnacije kulture uopće, utječe na promociju materijalnih vrijednosti prije etičkih, što direktno utječe i na stagnaciju razvoja kulturnih i medijskih elita. Društvo u cjelini bi trebalo utjecati na jačanje kulturnog identiteta doprinoseći razvoju medija, te razvoju kulture, kako pojedinca tako i društva u cjelini. Stoga su značajne aktivnosti medijskih menadžera u promociji medijske kulture, kao dijela kulturnog miljea, te medijski promovirati kulturu u cilju doprinosa edukacije cjelokupnog društva. Bez porasta svijesti i etike u društvu, te kulturnog identiteta pojedinca kao subjekta, neće se pojaviti ni tipovi novinara uobličenog u snažnom subjektu spremnom da nadgleda i utječe na društvene procese. Ukoliko se pojave novinari s navedenim osobinama mogli bi postati pripadnici buduće medijske elite.

Tri osnovna akta koja reguliraju medijsku scenu, a koja smanjuju razlike s medijima u EU su: Zakon o radiodifuziji, Zakon o javnom informiranju i Zakon o telekomunikacijama. Prilikom izrade navedenih zakona u Srbiji sudjelovali su predstavnici svih relevantnih udruženja i organizacija, medijski i pravni eksperti, predstavnici OEBS-a i Savjeta Europe. Medijsko tržište u zemljama u razvoju karakterizira prijelaz prema liberalnom kapitalističkom društvu. Najznačajnije privatne medije u zemljama u razvoju posjeduju lokalne poslovne elite koje su u medijima prepoznale sredstvo za osvajanje vlasti, ili ostanak na vlasti. Vlasništvo medija je iz tih razloga u stalnim promjenama, ali i iz ekonomskih i političkih razloga. Tranzicijski procesi donose značajne promjene u vlasničkoj strukturi medija. Medijske organizacije su među prvima privatizirane, jer imaju snažan utjecaj na formiranje javnog mišljenja. Ulaskom stranog kapitala na medijsko tržište omogućeno je stvaranje medijskih korporacija, koje se često sastoje od nekoliko manjih medijskih organizacija i novih pravila poslovanja.

Literatura:

- Avramović, Z.: *Kultura*, Zavod za udžbenike, Beograd, 2008.
- Defreur, M.: *Mas Media Social Aspect*, McKay, New York, 1970. Galbraith, K.J.: *Die moderne Industriegesellschaft*, Büchergilde Gutenberg, Frankfurt/M. Wien, Zürich, 1968.
- Giddens, A.: *Odbjegli svijet-kako globalizacija oblikuje naše živote*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2005.
- Hachten, W.A.: *The Troubles of Journalism*, Lawrence Erlbaum Associates INC. Publishers, New Jersey, 2005.
- Kloskovska, A.: *Sociologija kulture*, Čigoja štampa, Beograd, 2005.
- Kovač, E.: *Pogovor s Edvardom Kovačem*, Intervju Nova revija, 1997.
- Kovač, E.: *Mač, pero, kamera*, Fakultet za družbene vede, Ljubljana, 1996.
- Langenbucher, W.: *Elektronische Medien, Gesellschaft und Demokratie*, Willhelm Braumüller, Verlag, 2000.
- Marks, K.: *Grundrisse der Kritik der Politischen Ökonomie*, Dietz, Berlin, 1974.
- Mautner, T. A.: Dictionary of Philosophy, Blackwell Publishers, London, 1996.
- Merill, J. C.: *Philosophical Foundation for New Media*, St. Martins Press, New York, 1997.
- Milardović, A.: *Mali leksikon globalizacije*, CPI, Zagreb, 2002.
- Pavičić, J. Alfirević, N., Aleksić, LJ.: *Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti*, Masmedia, Zagreb, 2006.
- Skledar, N.: *Znanost o društvu: osnovni pojmovi i razvoj*, Visoka škola za poslovanje i upravljanje, Zaprešić, 2003.
- Skledar, N.: *Čovjek i kultura*, Matica hrvatska, Zagreb, 2003.
- Sparks, C.: *Goodbye Hildy Johnson: The Vanishing serious Press*, Routledge, London, 1991.
- Vuksanović, D.: *Filozofija medija: ontologija, estetika, kritika*, Čigoja, Beograd, 2007.
- Weber, M.: *Politika kao poziv*, Jasenski i Turk, Zagreb, 2006.
- Sandra Sokolovic, Assistant, Union University, Faculty of Construction Management, Belgrade
- Mag. sc. Sandra Santrac, Director of Center for Development of Culture and Knowledge Society, Banjaluka

Mass Media and Perspective of Cultural Identity in Global Society

Abstract

This paper is about of the importance of the perspective of cultural identity that depends on the influence of mass media, journalistic elites and globalization, as well as the relationship between media and management.

Media carry with them all important features of an actual socio-economic system. They influence the general social relations in society, whose structure has inevitably generated culture and new management, first of all in mass media.

The globalization process conceptually implaes not only organizational structure of mass media but also systematically new position of management in front of which are great challenges in the construction of professional, responsible and economically stable mass media as well as information technologies.

Key words: management, mass media, culture, cultural identity, information, journalistic elite.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

II PRIKAZI

Mario Kolar

Virovska 7, 48327 Molve, Hrvatska
mario.kolar@gmail.com

Kako su mediji mijenjali svijet

(Asa Brigs, Peter Burke: *Socijalna povijest medija: od Gutenberga do interneta*. Preveo Marko Gregorić. Zagreb, Pelago, 2011. Str. 424)

Bez obzira na to sviđaju li vam se više tradicionalniji ili noviji mediji, u knjizi *Socijalna povijest medija* engleskih povjesničara Ase Briggsa i Petera Burkea pronaći ćete pouzdan i objektivan prikaz povijesti i jednih i drugih. Obuhvativši širok kontekst prije svega socijalnih i kulturoloških, a zatim i tehnoloških i ekonomskih silnica uslijed kojih su se pojavljivali i razvijali različiti mediji, ovaj dvojac poznatih sveučilišnih profesora donosi nam prilično nepristran, ali i kritički intoniran pregled načina na koji su mediji mijenjali svijet u razdoblju od Gutenberga do interneta. Ne favorizirajući niti starije niti novije medije i ne preuvečavajući niti minorizirajući njihovu ulogu u povijesnom kontekstu, autori su u svojoj knjizi, kako je to naglašavano još i nakon njezina prvog pojavljivanja 2002. u engleskom izdanju, dali opširan, ali i konzistentan pregled povijesti medija pa treba pozdraviti činjenicu da se, makar i s deset godina zakašnjenja, ova iznimna knjiga, u prijevodu Marka Gregorića i u nakladi Pelaga iz Zagreba, konačno pojavljuje i na hrvatskom jeziku.

Smjena ili suživot?

Prateći polutisućljetnu povijest medija pregledno izloženu u knjizi, moguće je prepoznati kako se kroz cijelo to razdoblje provlači nekoliko istih pitanja. Upravo mi je to zapelo za oko čitajući ovu knjigu pa ću u ovom kratkom razmišljanju o toj knjizi posebnu pažnju posvetiti prije svega tome pitanju. Prvo od pitanja koje se ponavlja kroz cijelu povijest medija tiče se bojazni da će pojavom nekog novog medija oni stari izumrijeti, odnosno s druge strane, da neki novi medij neće uspjeti preživjeti došavši u konkurenciju s onima postojećima. Što se tiče prvog dijela pitanja, povijesna logika, vidljiva kroz predstavljenu povijest medija u ovoj knjizi, nalaže da novi mediji u pravilu imaju „aditivnu“ a ne „supstantivnu“ snagu. To je vidljivo npr. iz činjenice da su pojavom tiska stari mediji usmene i rukopisne komunikacije i dalje postojali, kao što i danas tisk, koji je stari medij, (su)postoji s televizijom i internetom. Isto tako, pojava televizije, tog „sveopćeg oka“, nije ozbiljnije ugrozila tada cvatuću kinematografiju, kao ni pojava interneta tada dominantnu televiziju. No,

vrijedi i obratno. Unatoč činjenici da se stari mediji nikada ne daju lako izgurati sa scene, povjesna logika nalaže da novi mediji u pravilu uspijevaju izboriti svoje mjesto i preživjeti u konkurenciji postojećih medija. Štoviše, kao što pokazuje druga polovica 20. stoljeća, u vrlo kratkim intervalima pojavljivat će se i novi mediji koji će također opstati.

Primatelj ili davatelj?

Činjenica da je pitanje opstanka ovih ili onih medija neprestano prisutno govori nam kako je povijest medija vrlo turbulentna. No, to ne treba začuditi s obzirom na to da je neodvojiva od istih takvih okolnosti u kojima se događa(la). Stoga je drugo *vječno pitanje* koje je dugo okupiralo teoretičare i povjesničare medija, ali i druge mislioce, bilo upereno prema odvagivanju koliko je kontekst utjecao na medije, a koliko mediji na kontekst. Što se tiče prvog dijela pitanja, kao što sam napomenuo, sasvim je jasno kako je pojava većine medija intenzivno povezana s kontekstom u kojem nastaju. Jedan od najboljih primjera za to je povezanost razvoja prijevoza, ponajprije pojava željeznice, s pojavljivanjem novih medija koji su, jednako kao i nova prijevozna sredstva, morali što brže i na što veće udaljenosti *prevoziti* informacije s jednog mjesta na drugo (npr. telegraf i radio). O povezanosti suvremenih medija, poput satelitske televizije, mobilne telefonije i interneta s razvojem tehnologije i komunikacijskih sustava nije potrebno niti govoriti.

No, dok s jedne strane kontekst utječe kako na pojavu tako i na razvoj novih medija, redovito se događa i obrnut proces pa mediji, planirali to njihovi tvorci ili ne, utječu i na kontekst koji ih je stvorio. Pojava novih medija, pogotovo onih revolucionarnijih, u najmanju ruku generira pojavu novih materijala, uređaja i sl. te potrebu za novim vrstama rada i zanimanja, npr. pojavom i razvojem tiska pojavljuje se potreba za tiskarima, knjižarima, urednicima, lektorima itd. kojih do tada nije bilo, a pravu poplavu u razvijanju posebnih vrsta stručnjaka generirali su ponajprije dolazak „televizijske“ i još više „elektroničke ere“. No, novi mediji osim ekonomskih promjena donose i promjene u načinu mišljenja i življenja. Tako npr. dnevni tisak, napominju autori, „nije samo odražavao interes društva, već ih je i oblikovao“. Koliko su promjena u način življenja, posebice provođenja slobodnog vremena, unijeli televizija i internet svima je jasno, jednako kao i koliko je promjena u način komuniciranja unijela mobilna telefonija.

Dobrobit ili štetnost?

Dok je, dakle, neosporno da mediji, ponekad i radikalno, transformiraju društvo, drugo je pitanje, a i to je jedno od *vječnih pitanja* u povijesti medija, donose li novi medij više štete ili koristi. Na njega opet nije moguće dati jednoznačan i konačan odgovor niti autori to pokušavaju. Govoreći o izumu tiska, autori pokazuju kako je dolazak „Gutenbergove ere“ omogućio kako stvaranje složenijih misaonih konstrukcija tako i njihovu pouzdaniju pohranu nego kad su se prenosile usmenim putem, no izum tiska je istovremeno i „destabilizirao znanje... čineći čitaoce svjesnijima postojanja sukobljenih priča i interpretacija“. Mnogo intenzivnije rasprave o štetnosti ili korisnosti novih medija

vođene su već i oko pojave radija, prvog masovnijeg netiskanog medija, a posebno su intenzivirane nakon pojave filma, televizije i interneta te im još i danas i sami svjedočimo.

Posebno je zanimljivo promatrati kako su pojavu novih medija percipirali njihovi suvremenici. U načelu je svaki novi medij izgledao revolucionarno i nenadmašivo te je suvremenicima bilo teško zamisliti išta savršenije i naprednije. No, s druge strane, u pravilu je jednako tako uvijek postojao krug ljudi koji su ih dočekivali sa skepsom. Tako je npr. engleski *The Times* 1902. pojavu telefona okarakterizirao kao nešto što neće interesirati šire mase, već samo imućne i poslovne ljude. Izum radija također nije impresionirao dio suvremenika, smatrali su ga tek „telegrafom bez žice“, a posebno negativne reakcije izazvala je pojava „camere obscure“, odnosno današnje fotografije, kao „neprijatelja umjetnosti“ koji će kao tobže tehnička, neumjetnička djelatnost nepotrebno konkurirati slikarstvu.

Svetlo trojstvo medija

No, iako je svaki novi medij izazivao kontroverze, prve rasprave o korisnosti ili štetnosti nekog medija u kojima je doslovno sudjelovao cijeli svijet, izazvala je pojava filma. Razlog tome leži u činjenici da je film bio prvi medij koji je između *svetog trojstva* socijalnih funkcija medija – informiranja, obrazovanja i zabave – na prvo mjesto stavio zabavu te da je za razliku od ostalih medija koji su većinom nastajali u proizvodne, vojne ili slične svrhe, bio prvi koji je od samih početaka bio namijenjen širokom pučanstvu. Jednako tako, oko filma se počeo vrtjeti ogroman kapital kao oko nijednog medija do tada. Pojavom holivudskih korporacija za produkciju i distribuciju filmova 1920-ih započelo je „zlatno doba filma“ koje je tek sredinom 20. stoljeća ozbiljnije poremetio „televizijski bum“, iako se televizija kao medij pojavila dvadesetak godina ranije.

No, masovna recepcija, utjecaj kapitala i neuravnoteženost socijalnih funkcija medija početkom 20. stoljeća pogodila je i druge medije te se počinju pojavljivati hibridni medijski sadržaji koji kombiniraju informiranje i zabavu, koji se obično nazivaju „infotainment“. U drugoj polovici stoljeća dolazi i do stapanja medija, pojave koja se naziva „compunications“, odnosno hibrida računala i komunikacije, dok prema kraju stoljeća dolazi i do višestrukih „medijskih konvergencija“. Jednako tako, početkom 20. stoljeća sve veći *medijski kolač* počinju odnositi oglašivači, iako su za to već i ranije koristili tisak, no pojavom radija, a kasnije i ostalih vizualnih i/ili multimedijalnih medija, dočekali su medije preko kojih još lakše mogu ući u svačiji dom. Kao posljedica svega toga ideal „informirane javnosti“ počinje popuštati pred činjenicom „tržišta“. Iako je kritikama u tom smjeru bio izložen već i tisak jer je izdavaštvo sve više postajalo biznis kao i svaki drugi, a novinari su se pretvarali u „nametljiva zabadala“ koja umjesto objektivnih informacija čitateljima nude „pseudostvarnost“, najjače kritike bile su uperene prema televiziji koja je „za mnoge kritičare bila reduktivna sila koja je trivijalizirala vijesti“, ali i sve ostalo, a u isti je mah generirala i preobilje zabave.

Kontrola i moć

Unatoč do sada predstavljenim problemima, možda najvažnije pitanje u cijelokupnoj povijesti medija tiče se borbe za kontrolu nad medijima koja, kako tvrdi nemali broj teoretičara, predstavlja ključ za moć i bogatstvo.

Kako je većina medija od svojeg pojavljivanja bila u javnom vlasništvu, dakle u državnoj ingerenciji, mediji su isprva kontrolirani prije svega u političke svrhe. Štoviše, ako se vratimo malo dublje u prošlost, kontrolu nad medijima obilno je koristila i katolička crkva, ponajviše u prvim stoljećima nakon izuma tiska kada je indeksima zabranjenih knjiga i njihovim spaljivanjima željela spriječiti širenje protestantima. No, za razliku od Jana Husa koji na raspolaganju nije imao tiskane medije, slične *heretičke* ideje Martina Luthera doprle su do širokog kruga ljudi i preživjele progone crkve upravo dobrom dijelom zahvaljujući tisku. Situacija je postala bitno komplikiranija nakon „medijske revolucije“ u 20. stoljeću. Pojava brojnih novih medija, od kojih je većina okrenuta širokim masama, ponudila je onima koji žele nekome nešto nametnuti neslućene mogućnosti. I dok jedni danas hvale „elektroničko izobilje“ koje ukida fizička ograničenja za pristup informacijama, i posebno stasanje „informacijskog društva“ koje će doprinijeti „slobodnoj trgovini ideja“ i napretku, drugi su svjesni da, kao prvo, suvremenii „tehnopol“ odmah u startu iz tog društva isključuje slabije razvijene zemlje, te, kao drugo, da se radi o prividnoj slobodi koja je itekako nadzirana i usmjeravana od različitih centara moći.

Novi vladari

Pojava najsuvremenijih medija, složit će se s autorima, pitanja o centrima moći preusmjerava na nova težišta. Uzmimo kao primjer internet. Kao medij koji se dobrom dijelom ostvaruje u virtualnom prostoru (*cyberspace*), internet prekoračuje državne ili bilo kakve druge granice pa dobrim dijelom izmiče kontroli tradicionalnih centara moći, kao što su države, tj. politika, a izmiče im i zbog toga što je više od svih ostalih medija interaktivna, što znači da dobrim dijelom može biti *uredivan* i *odozdo*, a ne samo *odozgor*. Stoga danas, kako poentiraju autori, više nije ključno pitanje može li neki medij ostati izvan kontrole politike, nego može li umaknuti kontroli novog *velikog šefa* – biznisa, odnosno profita.



This journal is open access and this work is licensed under a
Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.