

ФИЛОЛОГИЈЕ
vs
ИДЕОЛОГИЈЕ



Филолошко-уметнички факултет Крагујевац

ФИЛОЛОГИЈЕ
VS
ИДЕОЛОГИЈЕ

Уредник

Проф. др Драган Бошковић

Уређивачки одбор

Проф. др Милош Ковачевић

Доц. др Владимир Поломац

Доц. др Часлав Николић

Доц. др Никола Бубања

Проф. др Мирјана Мишковић Луковић

Проф. др Катарина Мелић

Рецензенти

Проф. др Душан Иванић

Проф. др Александар Јерков

Проф. др Катарина Мелић

Проф. др Ала Татаренко

Доц. др Ана Јовановић

Проф. др Тијана Ашић

Зборник је резултат истраживања на пројекту
178018: *Друштвене кризе и савремена српска књижевност и култура: национални, регионални,
европски и глобални оквир*
Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

ФИЛОЛОГИЈЕ
VS
ИДЕОЛОГИЈЕ

Уредник Драган Бошковић



Филолошко-уметнички факултет
Крагујевац 2014.

САДРЖАЈ

ПРОФЕСОР VS СТУДЕНТИ	9
I	
ИДЕОЛОГИЗАЦИЈА БОЖИЋА У АНГЛОАМЕРИЧКОМ ДРУШТВУ Ивана М. НИКОЛИЋ, Ана М. ШАРЧЕВИЋ	13
ЈЕЗИЧКА ВАРИЈАЦИЈА У ДИЗНИЈЕВИМ АНИМИРАНИМ ФИЛМОВИМА Јелена М. ЈОСИЈЕВИЋ	27
ПОГЛЕД НА ИДЕОЛОШКО СПРОВОЂЕЊЕ МУЛТИКУЛТУРАЛНОСТИ У СРБИЈИ: МОГУЋНОСТИ ДЕКОНСТРУКЦИЈЕ И ЦЕНТРИРАЊА Ивана З. МИТИЋ	43
СЛИКА ЖЕНЕ У СРПСКОМ ДРУШТВУ СПЕКТАКЛА Нина Ж. МАНОЈЛОВИЋ	55
УПОТРЕБА ЕНГЛЕСКИХ РЕЧИ У СРПСКОМ ЈЕЗИКУ: ИДЕОЛОШКА ПЕРСПЕКТИВА НА ПРИМЕРУ ДВА НОВИНСКА ЧЛАНКА Александра А. ЈАНИЋ	67
ЈЕЗИЧКО-ИДЕОЛОШКА ПРИЧА О МРТВИМА: ЛИНГВОКУЛТУРОЛОШКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ НОВИНСКИХ ЧИТУЉА Стефан Д. ТОДОРОВИЋ	79
ЗВУЧНА И ЗНАЧЕЊСКА СНАГА РЕЧИ КОЈЕ УЛАЗЕ У САСТАВ НАЗИВА КАФАНА У СРБИЈИ Биљана ЗЛАТКОВИЋ	91
ИДЕОЛОШКИ АСПЕКТИ У РЕКЛАМАМА ПРОИЗВОДА ЗА НЕГУ И ЛЕПОТУ ЖЕНА Милица М. КОЧОВИЋ	101
КУЛТУРНО-ИДЕОЛОШКА МОЋ ЈЕЗИКА У РЕКЛАМНИМ ОГЛАСИМА У ЧАСОПИСИМА НАМЕЊЕНИМ ЖЕНАМА Снежана М. ЗЕЧЕВИЋ	113

II

ПОСТМОДЕРНИ ФЛЕРТ СА ИСТОРИЈОМ И ИДЕОЛОГИЈОМ У <i>ИСТОРИЈИ СВЕТА У 10½ ПОГЛАВЉА</i> ЏУЛИЈАНА БАРНСА Лена Љ. ТИЦА	133
АМЕРИКАНИСТИЧКА ИДЕОЛОГИЈА ХОСЕА МАРТИЈА И СТВАРАЊЕ ХИСПАНОАМЕРИЧКОГ ИДЕНТИТЕТА Јелица А. ВЕЉОВИЋ	147
НУКЛЕАРНА ИДЕОЛОГИЈА У РОМАНУ <i>ХИРОШИМА БУГИ</i> ЏЕРАЛДА ВИЗИНОРА Мирослав Д. ЂУРЧИЋ	159
ИДЕОЛОШКИ АСПЕКТИ РОМАНА <i>ПРЕДАТОР</i> ВЛАДИМИРА АРСЕНИЈЕВИЋА Тијана З. МАТОВИЋ	169
ЛИЦА, НАЛИЧЈА И МАСКЕ ИСТОРИЈЕ <i>У ГЕЦУ И МАЈЕРУ</i> ДАВИДА АЛБАХАРИЈА Ана Ж. СТАНКОВИЋ	181
ИДЕОЛОШКИ МАРКЕРИ У РОМАНУ <i>БРАТ</i> ДАВИДА АЛБАХАРИЈА Бојана М. ВЕЉОВИЋ	195
<i>САХРАНА ВЕЛИКЕ МАМЕ</i> ГАБРИЈЕЛА ГАРСИЈЕ МАРКЕСА И КОНЦЕПТ СЛОБОДЕ Тања Ј. ТАНАСКОВИЋ	205
ИДЕОЛОГИЗАЦИЈА СОЛИПСИЗМА У ДРАМАМА ЕДВАРДА ОЛБИЈА Никола М. ЂУРАН	215
ИДЕОЛОГИЈА И КЊИЖЕВНОСТ: <i>ЈЕРЖИ КОСИНСКИ КАО ОБОЈЕНА ПТИЦА</i> Милица М. КАРИЋ	227



ПРОФЕСОР VS СТУДЕНТИ

У околностима нарушеног интереса за језик и литературу, за антропологију и културу, непосредни академски увиди студентима, њихови закључци и таленати за читање, вратили су ме најелементарнијем хуманизму. Пољубана филолошка вера себе ипак изнова обнавља у основној потреби читања и говора, а што читање, говор и тумачење мојих доктораната чине ме професором. Професором лишеним позитивистичке строжности и естетичке обојености знања, који мирне савесити расправе предмет свога интересовања у нихилирању политичке, друштва, историје и субјекта.

Времена су тешка за хуманизам, филологију, као и за академско изучавање које више нема своје аутономно поље. Одредити значење текова, што је био елементарни захтев тумачења, данас је теже нешто икада. Знакови се тако брзо и тако ефикасно селе са места на место, и исто тако савршено ефикасно нестaju. Херменеутички, опет, никада није било теже осмишљавајући одражавање текова једних у другима, јер се њихов број бескрајно умножио. Или, баш због тога, никада лакше. Питања вредности и нормативног суда заборављена су, а свако разумевање остаје обојено идеолошким уписивањима нејасних вредности и норми које никада нисмо ни поседовали није разумели.

Егзактно филолошко читање и разумевање, жртвовано теоријама, идеологијама и дискурсима, подразумевало би да се не сме писати ништа више од онога што је већ о томе написано, од чега сам увек бежао, пуштајући студентској „машини на вољу“. Заведени том комоцијом, они су тако лако и брзо са језика и књижевности прелазили на општи контекст друштвених дискурса; удаљени од зајачености проблемом, нису имали чиме да сакрију властити границе мишљења, али су исто тако показали једну елементарну одговорност и креативност у избору предмета и знакова које ће „идеолошки“, дакле, дискурзивно обухватити. Пре свега, наглашавам, мојом кривицом.

Али и унутар „политичке“ и „идеолошке“ мисли о литератури, језику, култури, и њеном теоријско-методолошки развјаном предмету, изнова се препознају заокружени и целивни знакови филологије и хуманистике које треба исписивати. Извлачећи их из моћи дискурзивних пракси, студенти су некако враћали предмет свога интересовања и мени и себи. Сваке школске године, већ пет или шест за редом, моји студенти докторских студија изненађују ме својим одличним текстовима које израђују у оквиру курса Идеологије, језик, књижевност. По завршетку године увек остане горак укус, елементарни немир савесити што ће њихови радови испуњавати само полице једне

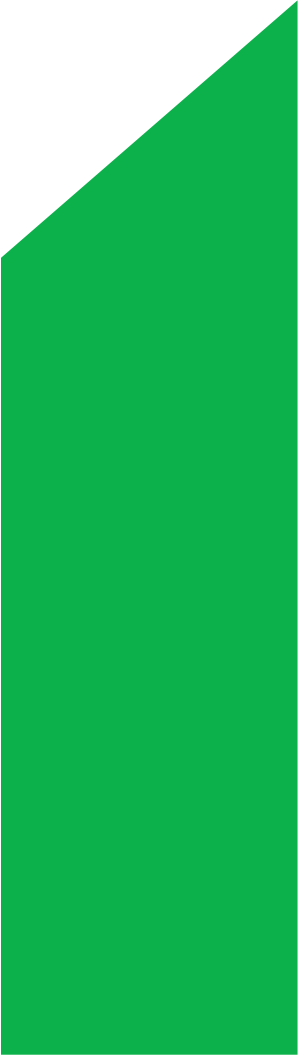
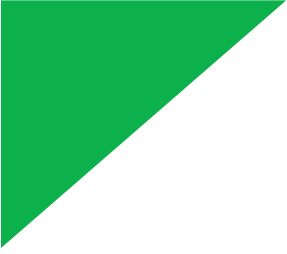
моје, њихове, наше невидљиве библиотеке. Решен да макар на њен зауставим ово несћајање, у овом зборнику сам окупио радове студената последње две генерације. Мислећи да ћу сада бити растерећен бриже савести, чини ми се да осећам још већу. Не према читаоцима ни према академизму – јер иза овога текста долазе посебно занимљиви радови – него према докторантима, са којима нисам отишао још даље у немогуће просторе разумевања проблематике која нас је окупила, или још ближе самим текстовима, знаковима, самом читању, филологији. Па ипак, свестан сам да их је овај курс изменио, иако да више неће бити исти. И због тога би ипак требало да ме бриже савест. Због тога што су они мене изменили, учинили ме бољим професором него што јесам и вратили ми веру у хуманистичко читање – због тога им дуђујем велику захвалност.

Хвала, дакле, свима вама који сте приложили своје радове за овај зборник. Хвала и вама из ове две генерације који то нисте учинили, као и свима вама из претходних генерација који сте остали без оваквог зборника, а који сте били део лепе атмосфере семинара и предавања, и паметни учесници расправа. Ваши радови су већ део оне „невидљиве библиотеке“, библиотеке нашег несћајања и наше људскости, и зато, можда, много значајнији.

Зато што су са најбољом вером и вољом водиле целокупну логистику стварања овог зборника, Тијани Машовић и Ивани Николић остајем дужник.

У Крагујевцу, 2014. године

проф. др Драган Бошковић



Ивана М. НИКОЛИЋ
Ана М. ШАРЧЕВИЋ¹

Универзитет у Крагујевцу
Филолошко-уметнички факултет
Одсек за филологију
Катедра за и хиспанистику

ИДЕОЛОГИЗАЦИЈА БОЖИЋА У АНГЛОАМЕРИЧКОМ ДРУШТВУ

У раду представљамо промене до којих долази услед промене имена Божић (*Christmas*) у празнике (*Holidays*) у англоамеричкој култури. Таква промена се одвија на лингвистичком, семантичком, и културолошком плану. У уводу наводимо природу и дејства идеолошких механизма, потом развој садржаја и симбола Божића у Енглеској и Сједињеним Америчким Државама. Друштвену и културну промену осликаћемо језичком променом кроз испитивање лексичких промена преласка хипонима у хиперониме (*Christmas* у *Holidays*, *merry* у *happy*), уз осврт на нове асоцијативне везе. Напоследку, испитивањем односа означитеља и означеног приказућемо како идеолошким механизмом упокоривања језика и уједначавања кроз укидање посебности, означитељ слаби или губи везу с означеним.

Кључне речи: Божић, идеологија, језички знак, означитељ и означено, хипоними, хипероними

Појам идеологије

Предмет овога рада је презентација идеолошких аспеката увођења, потом укидања, па поновног „измишљања“ постојања, садржаја и именовања Божића, зависно од економских потреба енглеског и англоамеричког друштва, и разматрање скорашње тежње преименовања „Божића“

¹ ivchy977@yahoo.es, ana.sarcevic@gmail.com

(*Christmas*) у „празнике“ (*Holidays*) кроз призму хијерархијског и значењског односа померања хипонима на хипероним у оквиру језичког знака.

Језик је, као комуникативно средство, по својој природи неминовно идеолошки обојен. Оно што је језиком изражено обележено је виђењем његових саговорника у смислу одабира онога што се изговори, цепањем стварности њеним извлачењем из контекста, док истинска размена порука остаје прећутана. У таквом контексту, идеологија је свепрожимајућа, а њен појам вредносно осцилује од самог увођења термина. Де Трејсијево значење идеологије као науке о свим идејама припадника неке заједнице, као и Марксово схватање идеологије као скупа знања и веровања, мисаони систем заједнице и њен духовни живот (Ивас 1988: 17), можемо означити као неутрална виђења појма. Иглтон идеологију види и у значењима неопходне друштвене илузије, као средства којим свесни друштвени чиниоци дају смисао свом свету (на чијем наличју је обавезно постојање једног несвесног, неактивног дела друштва), и као скуп уверења која нагонне на деловање, процес производње значења, знакова и вредности у друштвеном животу или процес којим појединци оживљавају своје односе у виду друштвене структуре (Иглтон 1991: 1-2). Уколико идеологију обележимо као неповољан или негативан механизам, она је најчешће скуп идеја својствен одређеној друштвеној групи или класи, скуп („лажних“) идеја које политичкој власти дају легитимност, систематски ометена комуникација, мешање лингвистичке и појавне стварности, итд.

Међутим, по Фукоу, идеологија не испитује основе, границе или корен представе, она се креће у оквиру представа уопште, дефинише везе које искрсавају, приказује законе слагања и растављања, и целокупно знање поставља у простор представе. Она не може да напусти поље представе, а циљ јој је да знање сведе на представу, док је доношење истинитог или лажног суда само је чин мисли (Фуко 1971: 287-288) Идеологија сама по себи, као систем мишљења, само истиче „догађај“, док су сви судови о њеној истинитосној вредности последица каснијих осврта на исти.

Склоност идеологизацији се сматра делом човекове природе јер је човек присиљен да тумачи стварност, услед свог телесног и искуственог оквира, док је услов за уплив и опстанак одређене идеологије сама природа језика као инвентара расположивих облика и односа које бирамо зависно од потреба језичке заједнице. Са становишта конкретне друштвене заједнице, неопходни предуслов за присуство одређене идеологије јесте и рефлексни, површни однос према свету, однос преко обрасца, прихватање уопштених схватања без поговора (Ивас 1988: 11). Такав однос према стварности у савременом друштву је у великој мери присутан и тумачи

се тиме да су медији моћна алатка у служби идеологије. Међутим, развоју пасивног односа према стварности више је погодовао економски развој друштва и последично опште осећање замора у коме умртвљеност мисли делује јаче од медијски пренесених идеологија.

Настанак енглеског Божића

„Традиционални“ енглески Божић је измишљен између тридесетих и осамдесетих година 19. века. Његово увођење као празника директно је повезано с индустријализацијом и урбанизацијом друштва, а у много мањој мери с религијом (Вајтли 2008: 16). Појаву Божића не треба мешати с Рођењем Христовим (*the Nativity*), које је као празник одавно било присутно. Константин Велики 325. године наше ере установљава хришћанство као религију Римског Царства, а 336. године црква одређује 25. децембар као датум Рождества Христовог. Тај датум је изабран ради сузбијања ривалске религије, митраизма, која је 25. децембра славила рођење Митре, бога сунца. Божић је, како видимо, од самих почетака свог увођења у енглеско друштво идеолошки центриран, упивши све паганске обичаје да би опстао.

Због проблематичности датума, као и недостатка доказа за дан Божића у тексту Библије, пуританци траже његово укидање из хришћанског календара. Указом Парламента, 3. јула 1647, након грађанског рата и успостављања Републике (Комонвелта), Божић је забрањен. Нестао је све до враћања монархије, 1660. године, али није се вратио као распрострањен и популаран празник, већ као празник „који је изгубио некадашњу раздраганост, вратио се мирнији Божић“² (Вајтли 2008: 19). До првих деценија 19. века Божић умало нестаје. Као што је у 17. веку забрањивано затварање радњи и отварање цркви на дан некадашњег Божића, тако двадесетих година 19. века забрањују отварање радњи и затварање цркви за Божић. Све до средине 19. века радници по фабрикама као нерадан дан радије бирају Нову годину, а обичаје које данас везују за Божић упражњавају за Нову годину.

Поновно увођење (*reinvention*) Божића у Енглеској првенствено је комерцијалне и секуларне природе. (Вајтли 2008: 20, 22) Сви пратећи „ефекти“ Божића (украси, јелка, честитке, колекције Божићних песама, одлазак код Деда Мраза, куповина поклона) имали су једну заједничку одлику – доносили су материјалну добит. Џон Стори овај празник заправо тумачи као слављење постигнућа индустријског капитализма и раста

2 „Old Christmas, in twenty years that he had been officially outlawed, had lost much of his former jauntiness. It was a quieter Christmas who came back.“ (Michael Harrison, 1951: 146 u Whiteley, 2008: 19)

потрошње (Вајтли 2008: 20). Јелка као симбол Божића у Енглеску стиже с немачким емигрантима крајем 18. века, а прва Божићна честитка настаје 1843, када и идеолошки најзначајнији текст с тематиком Божића - Дикенсова *Божићна прича* (*A Christmas Carol*). Дикенс у духу социјалног момента отелотворује популарну културу и даље афирмише идеологију доброчинства и саосећајности. Одјек овог дела једнако је упечатљив у Енглеској и у САД-у. Прича о Ебенизеру Тврдици, типичном представнику своје класе и бизнисмену обузетом послом, упозорење је новој средњој класи после периода глади, економске и политичке нестабилности у Енглеској. Но, како примећује Стори, доброчинство као спас је само потискивање суштинског проблема, привремена расподела богатства, а не његово решавање и нарушавање хијерархије (Вајтли 2008: 20).

Мотиви честитки, од прве као и на већини каснијих (снежни пејзажи, деца која се играју, Деда Мраз, црвендаћ), видљив су доказ умереног места хришћанства у новом празновању Божића, јер изостављају првобитни празник Рођења (Вајтли 2008: 21). Средином 18. века поклони се везују за Божић (а не за Нову годину) и губе своју везу с ранохришћанском идејом добротворног давања, заштитништва, давања као потврде благословеног друштвеног положаја, давања без узвраћања. Уместо тога настаје економија даривања међу једнакима (Вајтли 2008: 21). Фигура Деда Мраза се такође мења, од средине 19. века па до 1930, а коначан лик и облик Деда Мраз добија у Сандблумовој реклами за Кока-Колу, 1931, што даље потиरे верски облик Божића, начињеног као слављење рођења Исуса Христа.

Сви божићни додаци и његова наглашена комерцијално-секуларна природа обезбедили су овом празнику скоро универзалан међународни успех. Нова урбана средња класа поставља доброчинство, милосрђе и љубав према ближњем као централни део Божића. На првој честитки је слика типичне породице средњег staleжа окупљене око Божићне трпезе.

„Деконтекстуализација“ Божића

У поновном измишљању (*reinvention*) или оживљавању англоамеричког Божића, утопија игра моћну идеолошку подлогу. Погледи Викторијанаца су упрти у некадашњу „Merrie England“, наводно изгубљено златно доба кад су богати и сиромашни живели у складном учтивом уважавању. Нова урбана средња класа у 19. веку у Енглеској с једне стране „поново измишља“ Божић, а с друге стране измишља и наводну традицију коју

тим Божићем оживљавају³ (Вајтли 2008: 30) Сећање, апстракција и очекивања искривљују слику света, а како наводи Ивас, људско биће увек лакше прихвата него што одбија, и занемарује оно што захтева реорганизацију нашег искуства, тј. промену идеолошки устројене хијерархије (Ивас 1988: 19). Стога је Божић требало да буде простор бекства од достигнућа индустријског капитализма и средство његовог привременог негирања, али нипошто укидање таквог друштва, већ само апстрактни оквир у коме добра воља замењује надметање, склад потиरे класне сукобе, а обиље мења немаштину. Божић је искоришћен као временски и друштвени простор у коме искоришћавање и економско надметање ублажава привремено призивање феудалних структура моћи које негују сраслост богатих и сиромашних.

У већини заједница се с времена на време смењују фазе митологизације и демитологизације, одмицања од традиције и оживљавања исте. За такве фазе је карактеристична „деконтекстуализација“ (Ивас 1988: 24), заправо премештање и прерасподела постојећих симбола. Божић доживљава судбину таквог симбола. Популарна англоамеричка култура установљава секуларни Божић који је одличан „природни“ оквир за идеолошко искоришћавање породичних вредности, дома, пријатељства, љубави, мира и дарежљивости (односно конзумизма), који су скоро потпуно одвојени од религије. (Вајтли 2008: 151) Божић на Западу, и посебно САД-у, у последњих неколико деценија представља искључиво „оно што је начињен да представља“ (Вајтли 2008: 15), што је суштина идеологизације одређеног појма - идеолози наступају са сигурним знањем „шта треба учинити да би било оно што још није“ (Ивас 1988: 20). Стварност, у овом случају Божић, бива инструментализована, и од почетка 21. века потпуно је у служби потрошачке економије у чијем су фокусу мултинационална друштва и наглашено уважавање мањина.

Лексички аспекти промене асоцијација

Из претходног кратког прегледа видимо да је садржај Божића померан, односно по Хебдицу „упокораван“ (цит. према Ивасу 1988: 24), симболи су надограђивани зависно од потреба друштва, а за таквим поме-

3 „In particular, Victorians had an uncanny knack of clothing their inventions and remodelled traditions in an aura which implied that they were traditional and ancient. They conjured up a curiously timeless Merrie England in which the people were poor, but content, and were looked after by a benevolent local baron or lord of the manor and equally benevolent clergy. Everyone knew their place, and social hierarchies were not questioned. Such a time never existed, but in rewriting the history of our major festivals and traditions, it was this mythical Golden Age, which formed the backbone of the Victorian world-view, to which they aspired, and to which they returned again and again for ideas, ideals and legitimisation.“

рањима неизбежно је уследило и језичко упокоривање - промене у именовању Божића, и местимичан губитак његовог назива.

Некадашње честитање *Merry Christmas* у последњих неколико година у САД-у и Канади све чешће постаје *Happy Holidays, Christmas Concert* постаје *Winter Concert*, а данас неопходни додаток Божића *Christmas Tree* постаје *Holiday Tree*.

Ивас такве појаве назива „језиковањем света“ (Ивас 1988: 30), и наводи шему Едмунда Лича по којој је оно што је у стварности неименовано заправо скривено и непрепознатљиво. Међутим, места која су неименована не примећују се као празнине јер језиковање света прави привид континуираности, узрок такозваног „идеолошког слепила“. У таквој поставци перципирања изражена је мистификација као алатка идеологизације и њени облици скривеног усмеравања путем вредновања, причања и именовања (или неименовања) (Ивас 1988: 16). Промена означитеља „Божић“ у „празник“ неутралише његова специфична значења и доводи до појаве да, осим по комерцијализацији својих симбола, Божић променом, то јест губљењем означитеља, бива изједначен с било којим празником, што нам показује да је, уколико савремене економске и верске потребе одређених заједница у англоамеричком друштву буду налагале, отворен пут поновном укидању овог знака.

Промену честитања Божића са „*Merry Christmas*“ на „*Happy Holidays*“ треба разложити кроз двоструку анализу јер, мада су се обе лексеме у хијерархији помериле нагоре и у лингвистичком смислу оне су претрпеле сличне промене, исходи ових промена се у семантичком, културолошком аспекту заправо веома разликују.

Промена са „*merry*“ на „*happy*“ условљена је првенствено променом значења речи „*merry*“, која је све до 19. века имала придевско значење „пријатан, угодан, спокојан“, и потиче из староенглеског „*myrge*“, мада се ово значење појављује тек у 14. веку (Ејто 2005: 331). Као пример може да се наведе стих познате енглеске Божићне песме „*God Rest Ye Merry, Gentlemen*“, чије је порекло непознато, а има значење „*remain peacefully content*“, односно „*будући спокојни с Господом*“. С друге стране, у Дикенсовој књизи *A Christmas Carol* наводи се незнатно промењен некадашњи стих наведене народне песме који гласи: „*God bless you, merry gentleman!*“ (Дикенс 1994: 13), где промена места зареза наводи на тумачење речи „*merry*“ које се поклапа са савременим значењем „весео, радостан, раздраган“. Имајући у виду изузетну популарност овог писца и уведени обичај да се његова *Божићна прича* јавно чита за Божић, јасно је да је појава његовог дела у великој мери утицала на промену значења речи „*merry*“.

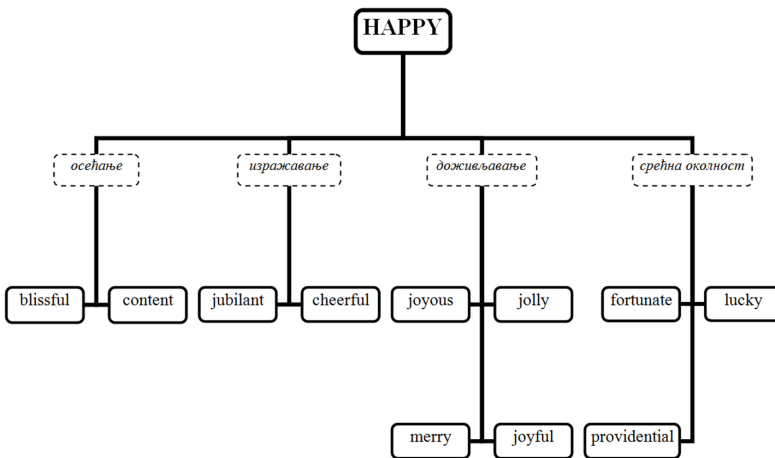
Прва забележена алузија на „веселе“ (*merriness*) потиче из речника сер Томаса Елиота из 1548. године, „Aye, bee thou gladde: or joyfull, as the vulgare people saie Reste you mery“ (Мартин 2014)⁴, где је значење ове речи преузето од староенглеског глагола „*myrgan*“, са значењем „буди весео, радуј се“, што значи да ова реч очигледно садржава хомонимију све до половине 19. века, када се првобитно значење губи, а остаје савремено, општеприхваћено значење веселости и распојасаности. У штампи израз „*Merry Christmas*“ датира из 1565. године, када се појављује у часопису *The Hereford Municipal Manuscript*, у виду јавног честитања овог празника: „And thus I comytt you to god, who send you a mery Christmas & many“, док се комерцијална употреба појављује на Божићним честитакама 1843. године.

Приликом промене у честитању са „*merry*“ на „*happy*“ чини се да ова прва реч добија конотативно значење распуштености и пијанства, које потиче из времена Кромвела (17. век), када су се пуританци побунили против губљења верског значаја Христовог рођења и секуларног слављења овог празника (Стојл 2011: 21). И док се у Сједињеним Америчким Државама и земљама Комонвелта претежно задржао старији облик честитања са „*merry*“, у Великој Британији је остао обичај да се честита „*Happy Holidays*“. Избор једног или другог облика је нарочито утицајан приликом годишњег јавног обраћања нацији краљице Енглеске или председника САД-а јер приликом важних наступа друштвено значајних личности, медији као средство идеологије падају у засенак окупљачке, везивне снаге говора истакнутог појединца. Основна тема јавних честитања Божића је заправо заједништво, усредсређеност на један предмет, вољна идеолошка поистовећеност, али се јавним говорима обезбеђују и физичка присутност и боља (несвеснија) реакција прималаца поруке пошто је таквим наступом постигнута и мистификација онога што се примаоцима не говори - порука „Срећни празници“ заклања сваку другу поруку. Овакав облик честитања је уочљив у годишњем обраћању краљице Елизабете II суграђанима путем ВВС радија. На овај начин, радио као једно од средстава информисања, даје свој допринос креирањем шаблона „видљивих“ појединаца који служе као мерило осликавања интернационалних утицаја (Ферклаф 2006: 21). Исти избор затичемо и у Сједињеним Америчким Државама, посебно за време Џорџа Буша, када председник

4 Опширније о самој етимологији израза, као и о променама у језику које су се десиле непосредно под утицајем омасовљавања медија, може се прочитати на интернет страни <http://www.phrases.org.uk/meanings/merry-christmas.html>

нацији жели све најбоље за време празника („*Holiday Season*“), а не Срећан Божић („*Merry Christmas*“)⁵.

Наведене лингвистичке промене условљене друштвеним кретањима језика првенствено се запажају у области лексикологије, односно хипоними уступају место хиперонимима, и због тога је неопходно објаснити и представити парадигматске релације у оквиру семантичких поља. Хипероними, пак, представљају семантичке примитиве над којима је спроведена потпуна семантичка декомпозиција; другим речима, не могу се дефинисати без употребе кружне дефиниције, или прецизније речено, у дефиницији се наминовно мора појавити или хипероним или неких од хипонима из истог семантичког поља (Апресјан 2000: 220). Придеви „*merry*“ и „*happy*“ се налазе у истом семантичком пољу, при чему је „*happy*“ хијерархијски надређен претходно наведеном. Хипоним „*merry*“ има значајно ужу денотацију, а самим тим и прецизније карактеристике које се додељују именици у синтагматској релацији. За разлику од промене „*Christmas*“ у „*holiday*“ која ће касније бити анализирана, овај прелазак са хипонима на хипероним није нужно негативан. У сврху ближег објашњења представићемо ово семантичко поље у виду дијаграма са логичким релацијама укључивања у исту класу⁶. Морамо напоменути да се семантичке везе, као и значења, делимично преклапају у случају придева који означавају осећања, то јест „постоје заједничке компоненте које значења доводе на исто семантичко место“ (Најда 1975: 122).



⁵<http://atheism.about.com/od/newschristmaswars/ig/War-on-Christmas-Propaganda/Say-Happy-Holidays.htm> (приступљено: 05.05.2013)

⁶ Ово семантичко поље је значајно сужено за потребе рада. Семантичке релације су бројније, као и хипоними, а критеријум за одабир је фреквенција употребе, да би се представио парадигматски однос између лексема и указао културолошки значај наведених промена.

Семантичке везе осећања, изражавања и доживљавања среће се неминовно преклапају у неким случајевима, на пример „joyful“ може да изрази и семантичку везу изражавања среће, као и доживљавања, а исто важи и за хипоним „merry“ који може да искаже и осећање и доживљавање. Из датог дијаграма је очигледно да хиперонимско „happy“ покрива значења скоро свих хипонима у истом семантичком пољу, чак и семантичке релације која означава срећне околности. Другим речима, платисемија или широкозначност придева „happy“ у случају честитања Божића допушта говорнику да искаже више семантичких веза том једном лексемом: „I wish you happy Christmas“ би могло да се прихвати као „Желим ти срећан (да се осетиш срећним, да је доживиш и искусиш, и да имаш среће) Божић.“ Као што смо напоменули, ова лексичка промена није нужно негативна у културолошком аспекту, по условом да се задржи синтагматска спрега лексема „happy“ и „Christmas“.

С друге стране, речена промена честитања у којој се губи реч Божић („Christmas“), а наместо ње се користи реч „празник“, односно још шири појам – „празници“ („holidays“), представља последицу изражавања верске и политичке коректности у мултикултуралним срединама. Лингвистички гледано, прелазак са хипонима на хипероним, у овом случају чак са моносемичне на платисемичну реч очигледан је и у самој речи „Christmas“, која је претрпела значајне промене видљиве у редукцији фонема и сливању колокације у сложеницу, а затим и у једну реч, почев од свог оригиналног значења из староенглеског „Cristes mæsse“, *преко средњеџ енглеског „Christemasse“ што има дословно значење „Христива миса“ (Ејшо 2005: 110), до савременог изгледа и изговора. Осим лексичке, ова реч је прошла и кроз семантичку промену, што јесте семантичка мотивација се не односи само на „Христиву мису“ која подразумева верске обреде одређене за дан Христивог рођења, већ означава дан празновања, славља и даривања који није неопходно везан за религијску асоцијацију. Даљи развој месимичне измене назива у „X-mas“⁷, скраћивање у скоро неирекогнозитивну форму, за велики део прималаца делом може бити мотивисан принципима језичке економије, а делом идеолошки природном, типичном реакцијом на неразумљиво, када се на страно и другачије реагује са страхопоштовањем или одбацавањем.*

Веома слична промена је захватила и реч „holiday“, која је по први пут забележена у 12. веку као колокација „holy day“, и означавала дан верског обреда, да би фонетском и акценатском променом постала полисемична

7 „X-mas“ је у можда облик који би у енглеском језику облички био највернији свом верском значењу, али је враћањем на давнашњи знак, у савременом добу непрепознатљив већини хришћана, идеолошки успешно постигнута ометена комуникација и произведен сукоб око имена Божића.

реч са значењима одмора (одмарања од рада) или празника (одмарања због славља), и на овај начин, „*holiday*“ је прешло из хипонимске у хиперонимску семантичку категорију. Овакву промену бисмо, по неким ауторима, могли да сврстамо у мистификацију језика као основно средство у примени било које идеологије (Липи-Грин 2012: 70). Међутим, може се рећи и да је она, са лингвистичког становишта, пре тривијализација језика, да умањује вредност самог чина било поздрављања, било слављења, што опет одговара тенденцији укидања верског и узвишеног карактера највећем хришћанском празнику.

Оваквим језичким уопштавањем се губе релевантне асоцијативне везе, те уместо најчешћих асоцијација „*Mistletoe*“, „*Eve*“, „*carol*“, „*winter*“, „*merry*“, „*festive*“, „*tree*“, „*decorate*“, „*bell*“, „*angel*“ и „*feast*“, стварају се и нове асоцијације „*weekend*“, „*seaside*“, „*vacation*“, „*festival*“, „*sports*“, „*spend*“ и „*dress*“, које нису уско повезане са слављењем Божића, те самим тиме неминовно слаби и релација између означитеља и означеног.

Да ли је промена означитеља и нестанак означеног?

Кроз читав претходно описани пут установљавања Божића као релативно чврстог оквира за постављање намерених вредности, од прве честитке па преко свих осталих слика и симбола Божића, дошло је до окамењавања одређених, данас најнепосреднијих асоцијација које се буде на помен имена *Christmas*: јелка, трпеза, деца која певају Божићне песме, зима, ведрина, топло окриље дома.

Уколико однос означитеља и означеног посматрамо као арбитран - да се знак не може заувек довести у везу с неким прецизним, сталним садржајем, да зависи од контекста, да сваки нови контекст доноси сопствена, непредвидљива значења, да је веза нестабилна и културно и историјски одређена, да нема у том односу универзалности - тим пре ће наш знак (*Christmas*) изгубити и ту трунку сталности међувезе означеног и означитеља која му је неопходна да би Божић опстао као знак који доживљавамо као топло уточиште спокоја, обиља, љубави, простор бекства, издвајања, а делимично и слободе. Таква појава је потпуно у складу с Деридиним посматрањем везе означитеља и означеног, заправо деконструкцијом наводно стабилне Сосирове структуре језика, и тренутна присност везе Божића као означитеља и свих пријатних асоцијација које везујемо за њега кроз његово означено у веома су лабавом односу и у опасности да нестану.

По Дериди, свако означено упућује на све остале знакове у систему и у неком тренутку само постаје означитељ, а своја значења добија кроз однос разлике у систему и у контексту. Однос означитеља и означеног није садржан кроз некакав стални саоднос, значење је у сталном кретању и никад се не може у потпуности обухватити. Не постоје стога коначна значења која би зауставила кретање означавања (Петернаи Андрић 2009: 526). Сходно томе, приликом преласка садржаја из хипонимске јединице у хиперонимску, све означености хипонима *Christmas* и *merry* разводњавају се у мноштву означености у оквиру више- и многозначних *Holidays* и *happу*. Покренуто кретање значења непредвидљиво се развија и неизвесно је како ће се наставити природа тог кретања јер у сваком тренутку и сваком контексту вишеструки чиниоци обликују сваки од елемената и асоцијација означеног.

Још је Меје наглашавао чињеницу да се једна реч, која у заједничком језику једне заједнице има уже значење, примењује у ширим групама унутар те заједнице на означености које су шире одређене, али и обротно, као и да је значење једне речи одређено збиром појмова којима се придружује та реч, док се асоцијације разликују у зависности од групе у којој се дата реч користи (Меје 2009: 31). Исто тако, друштвени разлог промене значења делује скоро једнако као промена у стварности коју то име обележава (Меје 2009: 26). Означитељ Божић сигурно носи различите асоцијације у различитим групама, односно заједницама, али у свакој од тих група досад је емотивна позадина Божића била сталноопстајући заједнички део означеног. Даље, ако се осврнемо на Хумболтову мисао да је језик непрестана активност, *energeia*, за одређену цивилизацију везан на основу духа народа који га је створио, губљење имена *Christmas* и непредвидљив пут његовог значења одјекнуће заправо дубљим променама у самом духу англоамеричке нације.

С друге стране, ово питање можемо да испитамо и на основу становишта по којима спрега у оквиру језичког знака није арбитрарна, рецимо, кроз Фукоово представљање испитивања принципа и улоге сличности у грађењу знања у западној култури у различитим периодима. Скривене сличности (примењено на језик, везе референта и референције) треба да су истакнуте на површини ствари, за невидљиве аналогиије потребна су видљива обележја. Нема сличности, а у складу с тим, у савременом западном друштву, ни идентичности и разлике, без обележја, а уочавање сличности засновано је на препознавању знакова и њиховом тумачењу (Фуко 1971: 93, 115). Гледано тако, нестајање или промена видљивог обележја, то јест имена, односи и суштинске везе са свим садржајем који је

Божић досад носио. Ако су у новије време (у односу на ренесансу и претходне периоде) ствари и речи растављене, ако језик више и не личи препознатљиво и непосредно на ствари које именује као што је некада личио, ипак означитељ није одвојен од свог света, од означеног, он представља простор у коме се истина испољава и исказује (Фуко 1971: 103). Уколико уклонимо простор имена, уклањамо и простор за доживљавање садржаја означеног. Где ће се тада испољити емотивна позадина Божића? Јер однос значења се у нашем духу успоставља кроз везе које се успостављају између наших утисака и осећања (Фуко 1971: 123), а за, рецимо, школу Пор Роајал, означавајући елеменат није знак по свом бићу идеје, слике или перцепције, он постаје знак само под условом да прикаже, испољи, однос који га веже за оно што означава. Он представља, али и та представа мора да буде представљена у њему (Фуко 1971: 127).

Чак и када бисмо овде изложили све осцилације у лингвистичкој и филозофској поставци знака, наше главно питање, и највећа бојазан, остала би без одговора - Који део свог садржаја ће англоамерички Божић изгубити променом свог имена? У сваком периоду премештања датума Божића, увођења или укидања обичаја везаних за Божић и његових пратећих симбола, материјални, економски моменат је деловао кроз своју представу стварности, док је људски моменат деловао кроз потребу за илузијом, и топло окриље Божића је у неком свом језгру опстајало. Но, у прошлости је Божић померан да би узмакао од свог верског порекла, да би пратио материјалне и социјалне намере или потребе друштва, а данас се услед економских апетита помера да би се умножио и постао свачији, празник начињен за све. Хоће ли уточиште Божића опстати и данас када се име/означитељ толико отвара, а заправо разлаже и разграђује, да би се увишестручило и постало свачије, самим тим распршило и разводњило (*Holidays*)? Ако Божић, даље, испитивања ради, поставимо као носиоца властитог имена, кретање свих значења означеног бива још интензивније. Све вредности које Божић „за живота“ и док му је имена, носи, биће у потпуности потврђене тек у тренутку смрти носиоца имена (Дерида 1985: 6-7). Дакле, тек када „празници“ прогутају свој хипоним, видеће се у пуној мери слобода означености означитеља „Божић“ и снага веза међу њима, односно њихово губљење или преживљавање, као и све последице које таква промена уноси у биће самог језика.

Закључак

Учестала употреба „*holiday*“ уместо „*Christmas*“ при честитању празника није лингвистички, већ друштвено мотивисана потреба у модерном англоамеричком друштву. Пошто се Божић слави у савременим мултикултуралним друштвеним слојевима, у коме су заступљени припадници различитих вероисповести, наметнута је тенденција за верском трпељивошћу која се одражава у савременом дискурсу саговорника. Хиперонимизацијом оба елемента у поздраву, односно подизањем имена на општији ниво, језички план прати друштвену промену садржаја означеног појмом „Божић“, који постаје општији и све мање специфичан. Нови назив Божића, *Holidays*, у језичком смислу прати друштвену промену, одраз је препознатљивог идеолошког механизма хомогенизације, и истицања једног виђења стварности који даје привид свеобухватности и уједначава нашање заједнице, док заправо асимилује све оно што је другачије, подстакнут претежно економским моментом једног друштва, и доприноси губљењу најнепосреднијих асоцијација које припадници англоамеричког друштва везују за Божић као пријатни емотивни простор празновања.

ЛИТЕРАТУРА

- Апресјан 2000: J. Apresjan, *Systematic Lexicography*, Oxford: Oxford University Press.
 Ејто² 2005: J. Ayto, *Word Origins*, London: A & C Black.
 Дерида 1985: J. Derrida, *Otobiography, Transference, Translation*, New York: Schocken Books.
 Дикенс 1994: C. Dickens, *The Christmas Books*, London: Penguin Group.
 Иглтон 1991: T. Eagleton, *Ideology, an Introduction*, New York: Verso.
 Ферклаф 2006: N. Fairclough, *Language and Globalization*, London: Routledge.
 Фуко 1971: М. Фуко, *Ријечи и ствари. Археологија хуманистичких наука*, Београд: Нолит.
 Ивас 1988: И. Ивас, *Идеологија у говору*, Загреб: Хрватско филозофско друштво.
 Липи-Грин 2012: R. Lippi-Green, *English with an accent: language, ideology and discrimination in the United States*, London: Routledge.
 Меје 2009: А. Меје, *Како речи мењају значење*, Београд: Службени гласник.
 Мартин 2014: G. Martin. <http://www.phrases.org.uk/meanings/merry-christmas.html> 15.04.2014.
 Најда 1975: E. A. Nida, *Language Structure and Translation: Essays*, Stanford: Stanford University Press.
 Петернаи Андрић 2009: К. Петернаи Андрић, Знак, значење и властито име: контроверзна места у Деридаовом дискурсу, *Филозофска истраживања* 115/29, 525–541.
 Стојл 2011: M. Stoyle, *BBC History Magazine*, XII/ 13 (ed. Musgrove. D.), London: Immediate Media Company.
 Вајтли 2008: S. Whiteley, *Christmas, Ideology and Popular Culture*, Edinburg: Edinburg University Press.

IDEOLOGIZATION OF CHRISTMAS IN ANGLO-AMERICAN SOCIETY

Summary

A change in the naming of Christmas does not represent only a linguistic problem, but a semantic and cultural one as well. This paper indicates not only a linguistic problem of weakening the ties between the signifier and the signified, which merely reflects the social change, but also ideological circumstances in the contemporary Anglo-American societies. The difficulties in defining the notion *ideology* are presented in the introduction, followed by outlining the former modifications in the celebration of Christmas, which is singled out as a symbol of the most traditional holiday (with Easter) in the Christian world. Since this cultural and social shift is being accompanied by the linguistic one, there is an examination on the lexical movement along the paradigmatic axis, that is, the change of hyponymic lexemes to hyperonyms, together with the consequences of these variations, which products are the new associative values attached to the new meanings. The result is a tendency towards the creation of an ideological mechanism of uniformity in the modern multicultural English speaking regions, subsequent to draining the meaning of the word, as well as the customary practices related to them.

Key words: Christmas, ideology, linguistic sign, the signifier and the signified, hyponyms, hyperonyms

Ivana M. Nikolić

Ana M. Šarčević

Јелена М. ЈОСИЈЕВИЋ¹

Крађујевац

ЈЕЗИЧКА ВАРИЈАЦИЈА У ДИЗНИЈЕВИМ АНИМИРАНИМ ФИЛМОВИМА²

У раду се анализира употреба језичке варијације у Дизнијевим анимираним филмовима. Испитују се везе између расних и етничких говора ликова и њихових стереотипних улога и особина. Посебна пажња посвећена је питању односа добра и зла, а анализирају се и стереотипне особине и улоге говорника три најзаступљенија маркирана говора у Дизнијевим анимираним филмовима: енглеског језика са британским и француским нагласком и афроамеричког вернакулара. Рад показује како се посредством друштвених стереотипа и предрасуда о маргинализованим групама и другим етницитетима језичке варијације користе у карактеризацији ликова у анимираним филмовима чиме анимирани филм постаје моћно средство у даљем ширењу предрасуда.

Кључне речи: Волт Дизни, анимирани филм, језичка варијација, стереотип, предрасуда, дискриминација

Уводна разматрања

Медији играју битну улогу у формирању система вредности, ставова и очекивања детета (Свиндлер 1986: 311). Захваљујући доминантној позицији компаније *Волт Дизни* у медијима намењеним првенствено млађој популацији, утицај анимираних филмова ове компаније на формирање ставова о маргинализованим групама не може се занемарити. Како је језик основни инструмент идеологије јер се идеологија кроз језик ствара, те и најјасније манифестује управо лингвистички (Леонарди 2008: 164),

¹ jelenajosijevic@yahoo.com

² Рад настао у оквиру пројекта *Динамика структуре савременог српског језика* (178014) који финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

посебна пажња придаје се језику Дизнијевих ликова. Језик рефлектује друштвене идеологије на свим нивоима своје структуре (Хатим и Мејсон 1990: 16). У анализи међусобних веза језика и идеологије посебно место заузима језичка варијација. Поред физичких специфичности, друштвене подгрупације најлакше је идентификовати управо на основу језичких карактеристика. Језичка варијација, као обележје припадности одређеној друштвеној групи, стога постаје моћан инструмент у стварању и одржавању предрасуда о маргинализованим групама. Колика је заправо улога језичке варијације у формирању ставова о етничким групацијама сведоче и резултати бројних истраживања, која су показала да деца старости од 3-5 година већ перципирају језичку варијацију, од пете године већ могу да идентификују етницитет говорника, а седмогодишњаци имају и прве предрасуде о говорницима на основу препознатог етницитета (Ембади и др. 2001: 385). Само на основу аудио-записа деца су изводила закључке о могућим особинама и професијама говорника која су се поклапала са друштвеним стереотипима којима су била изложена (Тровел 2007).

Деца опажају језичка обележја појединца и на основу тих обележја одређују етницитет говорника, аутоматски стварајући асоцијације између особина које се том етницитету приписују и особина говорника (Липи Грин 1997: 85). Међутим, дечија сазнања о свету који их окружује су ограничена. Представа коју имају о себи и другим људима, посебно онима који су другачији, поједностављена је. Огромну улогу у том процесу играју стереотипи. Кристиансен (2001: 137) стереотипе дефинише као функционални когнитивни апарат којим човек систематизује своје друштвено окружење, стварајући посебне и наизглед хомогене категорије. Ове категорије су код деце хомогеније него код одраслих, па је и улога стереотипа у систематизовању друштвеног окружења већа и интензивнија. Због тога се језичка варијација заиста неретко употребљава и злоупотребљава, као окидач активације знања о друштвеним групама код детета, а то знање се код деце базира на стереотипима. Језичка варијација, у том смислу, постаје саставни део карактеризације ликова у анимираним филмовима. Заиста, карактеризација ликова, у било којем садржају намењеном деци, мора да буде што транспарентнија и сведенија. Да би деца прецизно и јасно идентификовала карактерне црте ликова, аутори анимираних филмова неретко се служе друштвеним стереотипима, које језичка варијација код деце успешно активира. Овај механизам се код деце одвија прилично неометано јер деца овакве садржаје апсорбују потпуно пасивно, тј. прихватају их без дубље анализе и критичког суда. Систематска репродукција стереотипских представа ликова датог етни-

цитета, идентификованог на основу језичке варијације, те и предрасуда о истом, доприноси њиховом устаљивању и масовном ширењу на нова поколења. Може се чак десити и да систематска употреба и злоупотреба језичке варијације створи и нове предрасуде о другим етницитетима. Овај сложени механизам узајамне повезаности стереотипа и предрасуда, са једне стране, и језика и језичке варијације, са друге, представља зачарани круг у коме језик истовремено и одражава и одржава стереотипске представе и предрасуде о одређеним етничким групама.

Дизнијеви анимирани филмови су се често налазили на мети критике због стереотипског представљања маргинализованих група (Тоубин и др. 2004: 19-44). Дизни је чак оптуживан и за родну дискриминацију. Критичари профеминистичке оријентације упозоравали су да Дизнијева принцезе, беспомоћне жене у невољи које чекају да буду спасене, шаљу погрешну поруку девојчицама. Међутим, чињеница је да је Дизни као основу за своје анимирани фантазије углавном користио већ познате дечије бајке и приче, па ако некаква родна дискриминација и постоји, она се пре може приписати традицији него самој Дизнијевој компанији. Нису изостале ни јавне оптужбе за расну и етничку дискриминацију. Спорне су у том случају биле визуелне представе ликова, садржај онога што ликови говоре, али и избор језичког варијетета којим се служе.

Дизни и дискриминација

Међу првим филмовима који су наишли на оштро негодовање је и Дизнијева адаптација познате приче о три прасета и злом вуку. У спорној сцени *Три прасета* (1933), зли вук се маскира у јеврејског трговца и говори варијететом енглеског језика који је карактеристичан за јеврејску заједницу (*Yiddish*) (Липи Грин 1997: 79). На *Слици 1* приказана је сцена из анимираног филма *Три мала прасета*, а на *Слици 2* исечак из једног од антисемитистичких пропагандних постера који су тридесетих година преплавили Немачку.



Слика 1: Зли вук као јеврејски трговац



Слика 2: Нацистички антисемитистички пропагандни постер

Сличности између визуелне представе злог вука и Јеврејина у нацистичкој антисемитистичкој кампањи су непобитне. Под притиском јеврејске заједнице, четрнаест година касније, у новој адаптацији приче, Дизни је изменио физички изглед вука, али је задржан јеврејски варијетет енглеског језика. Тек у трећој и последњој верзији, изгубили су се сви трагови његовог јеврејског порекла, када је вуку уместо *Yiddish*-а дат нов, етнички немаркиран глас (Липи Грин 1997: 79).

Антисемитизам у Дизнијевим анимираним филмовима додатно поспешује контроверзу о нацистичком и фашистичком политичком опредељењу Волта Дизнија. Наиме, према неким спекулацијама постоје докази да је челник најмоћније компаније у свету дечије забаве редовно посећивао састанке нацистичког покрета. Анимирани филм *Фирерово лице* (1943) са Паја Патком у главној улози (Слика 3), који је у прво време тумачен као антинацистички пропагандни филм, пружа могућност и за сасвим супротна тумачења. Наиме, иако у овом филму Паја Патак има ноћну мору да је нациста у Немачкој, филм уместо очекиване критике нацистичке политике нуди само критику тешких услова живота и рада нацисте запосленог у војној индустрији у Немачкој. У завршној сцени филма, Паја се буди у пицама са мотивима америчке заставе и када угледа сенку на зиду, која има облик особе која изводи нацистички поздрав, мрзовољно јој отпоздравља са *Heil Hitler!*. У тренутку када се окреће ка свом прозору, схвата да је то сенка статуе Кипа слободе, прилази и љуби кип. Филм у том смислу нуди само критику живота у Немачкој и слави живот у Америци, док свака критика нацистичке политичке и идеолошке мисли изостаје.



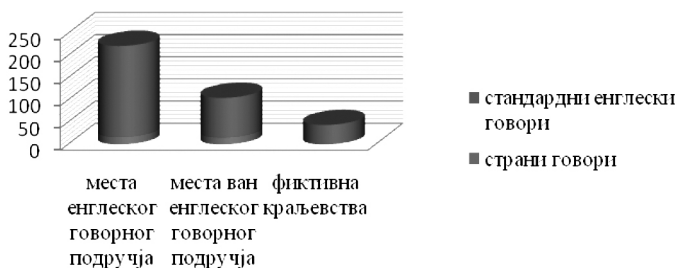
Слика 3: Паја Патак и Фирер

Деведесетих година прошлог века прашина се подигла и око филма *Аладин* (1992). У уводној сцени, арапски трговац говори о фиктивном арапском краљевству израженим арапским нагласком: *Oh I come from a land / From a faraway place / Where the caravan camels roam / Where they cut off your face / It's barbaric, but hey, it's home* (Аладин 1992). Под притиском

организације која се бави заштитом права арапске мањине у Америци (*American Arab Anti-Discrimination Committee*), Дизни је унео мање измене у спорну сцену. Избачен је четврти стих, у коме се арапским народима приписују праксе физичког насиља и телесног сакаћења, али је и даље сачуван последњи, где се арапско друштво описује као *варварско* (Липи Грин 1997: 80). Припадници арапске заједнице у Америци и даље нису у потпуности задовољни Дизнијевим решењима у овој адаптацији. Трговчев говор има арапски призвук док главни јунаци говоре америчким варијететом без икаквог етничког призвука, а скреће се пажња и на визуелну представу ликова. Трговац је тамније пути од главних јунака и изражене су арапске црте фацијалне физиономије, док је физички изглед главних јунака американизован. Аладин и Јасмин имају доста светлију пут од осталих ликова у филму, и осим нешто тамније пути и специфичне ношње, физичким изгледом су у потпуности уклопљени у америчке стандарде лепоте, а као такви се битно не разликују од главних јунака осталих Дизнијевих адаптација.

О претходним анализама

Питање о употреби и злоупотреби језичке варијације у Дизнијевим анимираним филмовима подстакло је истраживаче да испитају могуће везе између употребе одређених варијетета и стереотипских особина њихових говорника у филмовима. Прву систематичну анализу спровела је Р. Липи Грин која је анализирала 24 дугометражна анимирана филма снимљена до 1994. године. Истраживање је показало да иако 60% прича није смештено у енглеско говорно подручје (Липи Грин 1997: 88), чиме је чак 90% ликова смештено у контекст у којем логично не би говорили енглески језик, свега 34 лика се служе страним говорима (Липи Грин 1997: 87). На графикону је дат преглед употребе стандардних енглеских говора (америчког и британског) и страних говора на основу места где се прича одвија (Липи Грин 1997: 89).



Липи Гринова (1997: 92) посебну пажњу је посветила квантитативној анализи, често без адекватне илустрације у виду конкретних примера. У овом раду акценат је управо на квалитативној анализи специфичних ситуација које су опажене у конкретним примерима.

Липи Гринова (1997: 92) анализирала је и употребу језичке варијације у карактеризацији добра и зла. Научница је дошла до податка да су у Дизнијевим анимираним филмовима говорници америчког варијетета енглеског језика у свега 20% негативци док су говорници са страним акцентима негативци у чак 40% случајева. Иако су четири приче у потпуности смештене у Великој Британији, те сви јунаци говоре британским варијететом, говорници британског стандардног говора су у преко 30% случајева негативци док су у око 12% случајева носиоци неких негативних особина (Липи Грин 1997: 90). Са друге стране, сви главни јунаци, без изузетака, говоре стандардним америчким варијететом енглеског језика, без обзира на етничку припадност.

4.1. Стандардним америчким варијететом говори Индијац Могли (*Књига о џунгли*), афрички лавић Симба (*Краљ лавова*), Францускиња Бела (*Лейошица и звер*) и Индијанка Покахонтас (*Покахонтас*). Битно је напоменути да се у свим овим анимираним филмовима појављују страни говори, говори који су карактеристични за поднебље и народ коме јунаци припадају, али говорник етнолекта у Дизнијевим филмовима никада није главни јунак. Одговор на питање зашто су аутори анимираних филмова одлучили да главни ликови говоре америчким варијететом, иако су говори неких њихових сународника етнички обојени, треба тражити у језичкој идеологији америчког друштва која свој национални стандардни варијетет фаворизује у односу на остале стандардне варијетете држава енглеског говорног подручја. Поред идеологије америчког варијетета, битан је и утицај идеологије стандардног језика (Милрој и Милрој 2003, Липи Грин 1997) која фаворизује стандардизовану варијанту језика коју намећу доминантне институције друштвене моћи над регионалним и друштвеним дијалектима и говорима. Због тога не чуди што су аутори одлучили да главни јунаци, који би требало да представљају узор младима, говоре стандардним америчким варијететом. Дизнијев избор језика главних јунака је, стога, одраз језичке дискриминације у самом друштву, а настављајући такву праксу, он је и сам подстиче.

4.2. За разлику од главних јунака, говори негативаца најчешће јесу етнички маркирани. Дизнијеви негативци често имају британски нагласак, а присутни су и негативци са руским и италијанским нагласком. Зли лисац, главни негативац у *Пиноквију* (1940) представља се као Ром и има

италијански нагласак, док принц Џон (*Мач у камену* 1963), рођени брат краља Ричарда, говори варијететом енглеског језика специфичним за руску етничку заједницу. Негативци италијанског и руског порекла нису страни америчкој кинематографији. Могу се уочити интересантне везе између избора језичког варијетета ликова у два већ поменута филма и и друштвених и политичких околности у време када су филмови настали. *Пиноккио* је доживео своју премијеру 1940. Италијански акценат главног негативца може се повезати са интензивном популаризацијом филмова о италијанској мафији и подземљу, која се пак јавила као реакција на јачање италијанске мафије у доба прохибиције тридесетих година. У медијима су се масовно појављивали негативци који су имали италијански нагласак, па не чуди што су аутори *Пиноккија* претпоставили да ће деца италијански призив у говору јунака препознати као обележје зла. Да је лукави зли лисац заправо италијански мафијаш сведочи и радња филма. Лисац наивне дечачке наводи да конзумирају алкохолна пића, а познато је да се италијанска мафија богатила на илегалној продаји алкохола. Принц Џон, припадник енглеске краљевске породице, у анимираном филму *Робин Худ* (1973) има руски нагласак. Хладни рат је у америчкој кинематографији оставио дубоке трагове и руски негативци усталили су се у њеној традицији све до данас, а ни дечији филм није поштеђен присуства негативца руског порекла. Напетост између Русије и Америке је почетком седамдесетих година доживела једну од својих кулминација када је америчка економија претрпела велике губитке након што јој је Русија увела ембарго на увоз нафте. Само годину дана касније у биоскопе је стигао анимирани филм *Робин Худ*, са негативцем чији енглески језик има изражен словенски (руски) призив.

4.2.1. У лингвистичком репертоару Дизнијевих негативца доминирају говорници британског стандардног варијетета. Неретко стога наилазимо на парове добро/зло где главни јунаци који су оличење добра говоре стандардним америчким варијететом, а главни негативци британским: Могли/Шир Кан (*Књиџа о џунџли* 1967), Аријел/Урсула (*Мала сирена* 1989), Симба/Скар (*Краљ лавова* 1994), Петар Пан/Капетан Кука (*Петар Пан* 1953), Аладин/Џафар (*Аладин* 1992), Покахонтас/Гувернер Редклиф (*Покахонтас* 1995), Пени/Мадам Медуза (*Сиасиоци* 1977), Артур/Мадам Мим (*Мач у камену* 1963), Томас О'Мали/Едгар Базар (*Мачке из високог друштва* 1970), Снежана/Зла краљица (*Снежана и седам џаџуљака* 1937), Успавана лепотица/Малефицијент (*Успавана лепотица* 1959) и Пепељуга/Леди Тримејн (*Пепељуга* 1950). Поред разлика у језику, постоје и битне разлике у визуелном представљању главних јунака и негативца. Нега-

тивци су углавном тамније пути, мршавији и имају издужена лица са оштрим цртама и шиљатим брадама. Главни јунаци су светлије пути, јаче мускулатуре, а лица су им доста облија, са мекшим цртама и заобљеним брадама. Јасан контраст може се уочити у визуелним представама рођене браће Скара и Муфасе (*Краљ лавова*) (Слика 3). Негативац Скар, након убиства рођеног брата, Муфасе, покушава да елиминише и братанца Симбу и преузме власт. Сличне разлике уочавамо и код других парова добро/зло као што су, на пример, Џафар и Аладин (*Аладин*) и принц Џон и краљ Ричард (*Робин Худ*). И док је физиономија позитивних ликова, чак и када нису хуманоидни, усклађена са стандардима лепоте америчког друштва, физички изглед негативаца подсећа на стереотипске представе ђавола. На тај начин, америчко се поставља као сушта супротност ђаволу, као добро злу.



Слика 4: Скар и Муфас^{3*}

4.2.2. У анимираним филмовима Волта Дизнија могу се срести и јунаци који су Британци, али говоре стандардним америчким варијететом. Главни јунак филма *Мач у камену*, адаптацији енглеске легенде о краљу Артуру, једини је лик који у филму говори стандардним америчким варијететом. Посебно је интересантан случај Џона Смита у анимираном филму *Покахонтас*. У тренутку када енглески колонизатори ступају на амерички континент Џон Смит представља могућу претњу домороцима и говори енглеским нагласком, али је у поређењу са осталим колонизаторима, британско у његовом говору најмање изражено. Како Смит полако спознаје округлост читавог подухвата и решава да спречи истребљење индијанског племена, тако његов говор постаје све више и више американизован, да би се на самом крају филма изгубио сваки призвук британског.

4.3. И језик секундарних негативаца је често маркиран. Три хијене Шензи, Бензаи и Ед (*Краљ лавова*) и Шериф од Нотингема (*Робин Худ*)

³ Слика преузета са: <http://images5.fanpop.com/image/photos/31000000/Mufasa-and-Scar-disney-siblings-31051052-1920-1080.jpg>. 28.04.2013.

говоре афроамеричким вернакуларом енглеског језика, док помоћник капетана Куке (*Петар Пан*), господин Сми, има ирски нагласак. Власник циркуса, Стромболи, у анимираном филму *Пиноккио* има италијански нагласак, а мачке Ем и Си у *Мази и Луњи* певају песму која има упечатљив оријентални призвук.

Језички варијетети у Дизнијевим анимираним филмовима се осим за зло често везују и за мање негативне особине, али и за специфичне професије. Употреба три најзаступљенија варијетета енглеског језика (британски и француски говор и афроамерички вернакулар) анализирана је у овом одељку рада.

Стандардни британски варијетет у Дизнијевим анимираним филмовима није само обележје зла. Радња неколико анимираних филмова смештена је у Уједињено Краљевство, па заправо већина ликова, како позитивних тако и негативних, говори британским нагласком. На пример, сви чланови породице Дарлинг у *Петру Пану*, а и већина ликова у филмовима *Мач у камену* и *Робин Худ*. Интересантно је што главни јунаци прва два филма, Петар Пан и Артур, говоре америчким варијететом. У филмовима у којима се радња не одвија у Енглеској, међутим, употреба британског говора никада није случајна. У претходном поглављу анализирана је употреба британског акцента као обележја зла, а у овом поглављу пажња је посвећена свим оним особинама и улогама које Американци стереотипно везују за британску нацију. Прве две особине које уочавамо код Дизнијевих говорника стандардног британског варијетета су снобизам и претенциозност. Неретко наилазимо на ликове који говоре британским акцентом, а који су склони друштвеној осуди и моралисању. Такав лик је, на пример, леди Матријарх, која подстиче остале слонице да бојкотују Дамба који се својим изгледом разликује од осталих чланова крда и чији је физички изглед *друшћивено* неприхватљив. Сличну карактерну црту можемо приметити и код гусака Амелије и Ебигејл у филму *Мачке из високог друштва* које осуђују ванбрачну заједницу Томаса, мачора луталице, и Мери, мачке из аристократске куће. Критика другачијег, друштвено неприхватљивог изгледа и понашања, јасно одражава амерички став према Енглезима као конзервативној нацији, која гаји лажне моралне вредности, и која је склона друштвеној осуди и маргинализовању појединаца који су другачији. Британска аристократија је, како се чини, за ауторе Дизнијевих анимираних филмова и оличење префињености, па су ликови префињених манира неретко говорници британског варијетета. Такви су, на пример, мачићи Мери, Берлиоуз и Тулуз из филма *Мачке из високог друштва* који припадају аристократској породици у којој се деца од малих ногу

усмеравају ка лепим уметностима. Иако из перспективе одраслих особа у овоме не можемо да видимо ништа лоше, треба напоменути да је мачићима у филму вежбање на музичким инструментима и усавршавање технике свирања на делима класичне музике, као и сликарство, изузетно досадно и да животна узбуђења и радост доживљавају тек када их мачак Том, луталица, упознаје са популарном америчком културом и музиком. Чињеница је да америчка култура, као култура једне младе нације, нема у светској баштини класичне музике и уметности исписана имена својих припадника, али зато у савременим музичким жанровима има чиме да се дичи. Како богатој музичкој и уметничкој заоставштини Европског континента не може да нађе релевантнију замерку, тековине европске културе може само да окарактерише као досадне, док своје слави као забавне и узбудљиве. Ђоворници британског варијетета често се повезују и са дворским професијама, па су неретко стјуарди попут Гримсбија (*Мала сирена*) и Зазуа (*Краљ лавова*), гласници попут морског коњића у *Малој сирени* или управници дворова попут *Коџсворџа (Лейоџица и звер)*.

Свим ликовима са британским нагласком, било да су у питању Дизнијеви негативци или споредни ликови, заједничко је да су строги и уштогљени, а Американци никада нису ни крили да Британце управо тако и доживљавају. Можда су управо та строгаћа и крутост које се повезују са британском нацијом разлог зашто аутори Дизнијевих анимираних филмова својим негативцима дају британске гласове. Стандардни британски варијетет ликовима даје строгост, која код деце увек улива страх, и у том контексту заиста представља погодно средство у карактеризацији зла. Са друге стране, упорно и систематско повезивање британског нагласка са злим, чији су представници Дизнијеви негативци, ствара нове предрасуде о припадницима британске нације.

Посебно место у лингвистичком репертоару Волта Дизнија заузима и афроамерички вернакулар енглеског језика (ААВЕ). Како је већ приметила Липи Грин (1197:93) у Дизнијевим анимираним филмовима ААВЕ није језик хуманоидних ликова. Сви говорници афроамеричког вернакулара су животиње: вране, мамуни, хијене и лешинари. У *Дамбу*, варијететом афроамеричке заједнице говоре управо три вране и њихов вођа Џим Вранић (*Jim Crow*). Предводник врана, име је добио по истоименом јунаку представе из 1838. године (Леонарди 2008: 171). Припадници афроамеричке заједнице у оргиналном комаду представљени су као *лење будале које само играју и певају* (Леонарди 2008: 171). Вране у Дизнијевом анимираном филму својим понашањем у потпуности одговарају датом опису: скуп доколичара, који се шале и будалишу, играју и певају. У том

контексту, не чуди ни одлука аутора филма *Књиџа у џунџли* што је такву улогу поверио краљу Луију који је орангутан. И у филму *Мачке из високог друштва*, тамнопути мачак по имену *Scatcat* говорник је афроамеричког вернакулара и предводи музички састав. И само име овог мачка је симболично. Наиме, термин *scat* користи се у терминологији џез музике да означи технику певања којом се имитира музички инструмент. Појављивање припадника афроамеричке заједнице праћено је нужно музиком, песмом и игром карактеристичном за ову заједницу. Њихова примарна улога у филмовима је забава јер су увек распевани, разиграни и комични. С друге стране, они су и доколичари. Лењост, особина која се стереотипно приписује припадницима афроамеричке заједнице, посебно јужњачке, одликује Дизнијеве ликове и у другим филмовима. *Ђору*, тромог пса из филма *Спасиоци*, и псе *Наполеона* и *Лафајеа* из филма *Мачке из високог друштва* публика први пут среће у сценама где чврсто спавају и хрчу. Слабовиди *Ђора* и приглупи *Наполеон* и *Лафаје*, као и сви претходно поменути говорници афроамеричког вернакулара, комични су јер су будаласта и трапави. Сличан је случај и са помоћницима главних негативаца у филмовима *Робин Худ* и *Краљ лавова*. Чувари затвора, лешинари, али и *Скарови* помоћници, три хијене, изазивају подсмех. Комичност ових ликова заснива се на њиховим слабом интелекту. Глупи и неспособни, секундарни негативци увек бивају насамарени. *Скар* своје помоћнике у више наврата и назива *идиотима*. Иако говорници афроамеричког варијетета у Дизнијевим анимираним филмовима доносе комичну ноту, слика која се ствара о припадницима афроамеричке заједнице далеко је од позитивне. Афроамериканци су весели, распевани и разиграни, али у исто време и ленштине, глупаци и неспособни идиоти.

Своје место у Дизнијевом етничком репертоару заузели си у Французи (Липи Грин 1997: 100). Француски нагласак у говору ликова обележје је аристократске префињености у филму *Мачке из високог друштва*, па су *Војвоткиња* и мадам *Бонфамил* француске националности. У свим осталим филмовима француски нагласак резервисан је за ликове који раде као послуга. Како су Американци велики поштоваоци француске кухиње, не чуди што су и тројица Дизнијевих куvara (у филмовима *Лейошница и звер*, *Мала сирена* и *Мачке из високог друштва*) Французи. Французи су и надзорник *Лимијер* и собарица *Пајалица* у филму *Лейошница и звер*. Ова два лика су посебно интересантна јер носе још једну стереотипну особину која се везује за Французе. Наиме, *Лимијер* и *Пајалица* су страсни љубавници и у филму непрестано размењују нежности. Французе прати глас

да су добри љубавници, па у америчкој кинематографији неретко наилазимо на њих у улогама фаталних заводника и раскалашних кокета.

Када је 2009. године Дизнијев филм *Принцеза и жабац* угледао светлост дана, учинило се на први поглед да је он одговор на све дотадашње критике о дискриминацији маргинализованих група у анимираним филмовима ове компаније.

Принцеза и жабац је анимирана адаптација приче *Принц Жабац* која је постала позната захваљујући браћи Грим. У оргиналној причи је у жижу интересовања, како се и из самог наслова види, стављен принц, док је Дизни у својој адаптацији централну улогу поверио женском лику Тиани. На задовољство профеминистички оријентисаних критичара, Тиана није ни налик Дизнијевим принцезама какве су се до сада сретале у анимираним филмовима. Тиана је способна и самостална жена која сања да покрене властити посао у угоститељству и напорно ради да би постигла своје циљеве. У покушају да помогне принцу, који први упада у невољу, Тиана се и сама на

ђе у невољи, а за свој срећан крај се бори раме уз раме с младим принцом. На одушевљење афроамеричке заједнице, једна таква јунакиња добила је и част да буде први афроамерички главни протагониста.

Без конкретних разлога, радња филма смештена је у Њу Орлеанс, највећи град америчке савезне државе Луизијане, где афроамеричко становништво чини преко 60% популације, па је и већина ликова у филму тамне пути. Ово је заправо први Дизнијев филм у коме су припадници афроамеричке заједнице представљени у хуманоидном облику, и да су им као таквима поверене главне улоге. Иако се могло очекивати да ће афроамериканци говорити својим вернакуларом, Дизни им је подарио јужњачки дијалекат и локалне говоре. Не чуди превише оваква улога аутора филма јер је добро познато да се афроамерички вернакулар сматра девијантном творевином енглеског језика и да се, у најмању руку, узима као оличење неписмености и необразовања. У сваком случају, с обзиром на то да главна јунакиња не говори стандардним америчким варијететом већ регионалним говором, може се рећи да је Дизни направио значајан корак ка афирмисању језичке варијације.

Овај филм је без сумње посвећен афирмисању маргинализоване афроамеричке заједнице, а овакав нагли поступак, опречан свему до сада виђеном у пракси компаније Дизни, мора се довести у везу са чињеницом да је исте године када је филм доживео своју премијеру, Барак Обама постао први афроамерички председник у историји Сједињених Америчких Држава. Када су у питању политика и медији, никаква везе не може

да се припише пукој случајности. Наивно би се могло претпоставити да је нови положај афроамеричких ликова у Дизнијевом анимираном филму само одраз нове климе према афроамеричкој заједници, која је захватила САД након доласка афроамеричког председника на чело државе. Међутим, оправдана је и свака сумња да је овај филм имао улогу да такву климу створи. Потрага за јачим доказима није дуго трајала. Подаци о донаторима Обаминах председничких кампања из 2008. и 2012. године откривају да је Волт Дизни финансијски подржао Демократе и њиховог кандидата. У првој кампањи, на листи донатора нашао се Мики Маус, поред чијег дословног имена је забележен и максималан износ који појединац може да донира за кампању председничког кандидата од 2000\$. *Centar for Responsive Politics* на свом званичном сајту *opensecrets.org* објављује и податак да је у периоду од 2011-2012 компанија уплатила скоро 1,5 милиона долара Демократама. Са 350 хиљада долара донације за кампању реизбора Барака Обаме, *Волт Дизни* је доспео чак на четрнаесто место. Због тога се анимирани филм *Принцеза и жабац* с правом може сматрати пропагандним филмом.

6.4. Иако анимирани филм *Принцеза и жабац* представља значајан корак Дизнијеве корпорације ка афирмацији маргинализованих група, посебно афроамеричке, Дизнијев *поправни* филм јасан је пример везе између политичких сила и идеологије, са једне стране, и представа анимираних јунака у филмовима за децу, са друге. Иако је афроамеричка заједница напоскон промовисана у позитивном светлу, мотиви за такав поступак су чисто политички. Дизни је, по ко зна који пут, искористио своју моћ и утицај који има на младе да наметне једну политичку идеју и идеологију.

7. Волт Дизни је у својим рукама одувек имао моћно политичко оружје, па су различите политичке струје у њему одувек виделе моћног савезника. И савези су склапани. Дизни је имао властити интерес – капитал. Сваки Дизнијев анимирани филм је производ који се пласира на тржиште са циљем да се оствари профит. Производ, филм, мора да задовољи масе, па су савези склапани само са политичким струјама које су у датом тренутку биле актуелне и водеће. Идеолошке поруке у филмовима Волта Дизнија су се због тога мењале кроз време пратећи промене у политичким и друштвеним приликама. Кога ће у будућности Дизни славити, а о коме ће ширити предрасуде, остаје неизвесно, али је сигурно да ће избор диктирати клима у владајућим структурама америчког друштва.

ИЗВОРИ

- Аладин 1992: *Aladdin*. Walt Disney Productions. Los Angeles, New York, USA: Buena Vista Distributions.
- Дамбо 1941: *Dumbo*. Walt Disney Productions. New York City, USA: RKO Radio Pictures.
- Књига о дунгли 1967: *The Jungle Book*. Walt Disney Productions. Los Angeles, USA: Buena Vista Distributions.
- Краљ лавова 1994: *The Lion King*. Walt Disney Productions. New York, USA: Buena Vista Distributions.
- Лепотица и звер 1991: *Beauty and the Beast*. Walt Disney Productions. New York, USA: Buena Vista Distributions.
- Маза и Луња 1995: *Lady and the Tramp*. Walt Disney Productions. Chicago, USA: Buena Vista Distributions.
- Мала сирена 1989: *The Little Mermaid*. Walt Disney Productions. Los Angeles, USA: Buena Vista Distributions.
- Мач у камену 1963: *The Sword in the Stone*. Walt Disney Productions. Los Angeles, USA: Buena Vista Distributions.
- Мачке из високог друштва 1970: *The Aristocats*. Walt Disney Productions. Los Angeles, USA: Buena Vista Distributions.
- Мулан 1998: *Mulan*. Walt Disney Productions. Hollywood, USA: Buena Vista Distributions.
- Пепељуга 1950: *Cinderella*. Walt Disney Productions. Boston, USA: RKO Radio Pictures.
- Петар Пан 1953: *Peter Pan*. Walt Disney Productions. Chicago, USA: RKO Radio Pictures.
- Пинокио 1940: *Pinocchio*. Walt Disney Productions. New York City, USA: RKO Radio Pictures.
- Покахонтас 1995: *Pocahontas*. Walt Disney Productions. New York City, USA: Buena Vista Distributions.
- Принцеза и жаба 2009: *The Princess and the Frog*. Los Angeles, USA: Buena Vista Distributions.
- Робин Худ 1973: *Robin Hood*. Walt Disney Productions. New York City, USA: Buena Vista Distributions.
- Снежана и седам патуљака 1937: *Snow White and the Seven Dwarfs*. Walt Disney Productions. Los Angeles, USA: RKO Radio Pictures.
- Спасиоци 1977: *The Rescuers*. Walt Disney Productions. Washington D.C., USA: Buena Vista Distributions.
- Три мала прасета 1933: *Three little pigs*. Walt Disney Productions. New York City, USA: RKO Radio Pictures.
- Успавана лепотица 1959: *Sleeping Beauty*. Walt Disney Productions. Los Angeles, USA: Buena Vista Distributions.
- Фирерово лице 1943: *Der Fuehrer's Face*. Walt Disney Productions. New York City, USA: RKO Radio Pictures.

ЛИТЕРАТУРА

- Ембади и др. 2001: N. Ambady, M. Shin, A. Kim and T.L. Pittinsky, Stereotype susceptibility in children: Effects of identity activation on quantitative performance, *Psychological Science*, 12, 385-390.
- Хатим и Мејсон 1990: B. Hatim and I. Mason, *Discourse and the Translator*, London and New York: Longman.
- Кристиансен 2001: G. Kristiansen, Social and linguistic stereotyping: A cognitive approach to accents, *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense*, 9, 129-145.
- Леонарди 2008: V. Leonardi, Increasing or Decreasing the Sense of "Otherness": the Role of Audiovisual Translation in the Process of Social Integration, in: C. Taylor (ed.), *Ecolingua. The Role of E-Corpora in Translation and Language Learning*, Trieste: Edizioni Universita di Trieste, 158-172.
- Липи Грин 1997: R. Lippi-Green, *English with an Accent – Language, ideology and discrimination in the United States*, London and New York: Routledge.
- Милрој и Милрој 1999: J. Milroy and L. Milroy, *Authority in language. Investigating Standard English* (3rd ed.), London: Routledge.
- Свиндлер 1986: A. Swindler, Culture in Action: Symbols and Strategies, *American Sociological Review*, 51, 273-286.
- Тобин и др. 2004: M. A. Towbin, S. A. Haddock, T. S. Zimmerman, L. K. Lund and L. R. Tanner, Image of Gender, Race, Age, and Sexual Orientation in Disney Feature-Length Animated Films, *Journal of Feminist Family Therapy*, 15/4, 19-44.
- Тровел 2007: M. Trowell, *A Test of the effects of Linguistic Stereotypes in Children's Animated Film: a Language Attitude Study*, MA thesis, University of North Texas. UNT Digital Library. 24.07.2014.

LANGUAGE VARIATION IN DISNEY'S ANIMATED MOVIES

Summary

The paper analyzes the use of language variation in Disney's animation movies. It aims at finding the links between the racial and ethnic language variations used by characters and their stereotypical roles and personality traits. The use of language variation in portraying good and evil is discussed by analyzing the accents used by main protagonists and antagonists. We also discuss the stereotypical personality traits and roles of the movie characters who speak in three most prominent marked speeches in Disney's animated movies: English with British or French accent and Africanamerican Vernacular English. The paper reveals a complex mechanism of employing social stereotypes and prejudice about minority groups and other ethnicities via language variation in characterization in animated

movies. The use and abuse of language variation in this sense makes animated movies a powerful weapon in further reproduction of prejudice. Finally, a movie *The Princess and the Frog*, which at first seems as a Disney's *make-up* movie, is analyzed in the context of political and social changes occurring at the time of its creation.

Key words: Walt Disney, animation movie, language variation, stereotype, prejudice, discrimination.

Jelena M. Josijević

Ивана З. МИТИЋ^{1*}

Ниш

ПОГЛЕД НА ИДЕОЛОШКО СПРОВОЂЕЊЕ МУЛТИКУЛТУРАЛНОСТИ У СРБИЈИ: МОГУЋНОСТИ ДЕКОНСТРУКЦИЈЕ И ЦЕНТРИРАЊА

У раду се, у светлу појмова *центрира* и *маргине*, применом дескриптивне и аналитичке методе анализирају правни документи којима се прокламују права националних мањина. Циљ је да се, гледано са језичке стране, испита колико се и како језик користи као параван за дискриминацију (базирану на идеологији једне државе) и, гледано са филозофског и социолошког становишта, да ли се спровођење идеолошких ставова које мултикултуралност прокламује и идеолошких ставова једне државе разликују. Закључено је да се мултикултуралност спроводи кроз негативне стратегије: мајоризован положај националних мањина и језика националних мањина и немогућност интеграције у друштво и предложено прихватање мултикултуралности као друштвене вредности.

Кључне речи: мултикултуралност, националне мањине, правни језик, центар, маргина

У овом раду бавимо се испитивањем идеолошке позадине спровођења мултикултуралности у Србији, како у правним документима, тако и у пракси. Да бисмо наведено истражили, морамо најпре образложити шта се под термином мултикултуралност подразумева, а онда и испитати колико је у правним документима Републике Србије то испоштовано. Питање је да ли је оно што се дефиницијом даје опредељено и у језику (начини именовања и обраћања националним заједницама, начини дефинисања права националних заједница), или се може говорити о супротним идеолошким позадинама. Наведено истражујемо на

¹ ivana.mit88@gmail.com

корпусу који чине следећи документи: Европска повеља о регионалним и мањинским језицима, Устав Републике Србије, Повеља о људским и мањинским правима и грађанским слободама и Закон о заштити права и слобода националних мањина. Повезивањем са теоријском поставком Л. Хачион (1996) и Ж. Дериде (1990) испитаћемо које су позитивне стране спровођења мултикултуралности у Србији, а које негативне, у смислу центрарања и децентрарања идентитета припадника националних заједница, где се националне заједнице налазе – у центру или на маргинама, да ли се борба против дискриминације спроводи на исправан начин, или је та борба оно што националне заједнице маргинализује.

Циљ нам је да, гледано са језичке стране, испитамо колико се и како језик користи као параван за дискриминацију (базирану на идеологији једне државе) и, гледано са филозофског и социолошког становишта, да ли се спровођење идеолошких ставова које мултикултуралност прокламује и идеолошких ставова једне државе разликују. Рад има два аспекта. Први јесте језички и структурални: како се идеолошке основе мултикултурализма изражавају кроз законска документа. И други, пре филозофски, у коме се разматра колико и како данашњи контекст (идеологија која је у основи демократског друштва) омогућава да се идеолошки концепти мултикултурализма изразе у законским документима и опредмете у пракси. Како би се права националних заједница остварила у Републици Србији², неопходна је усклађеност закона са Уставном повељом, Повељом о људским и мањинским правима и грађанским слободама и Законом о националним мањинама, којима се гарантују не само индивидуална, већ и колективна права националних мањина. Управо појмови „права и слобода националних мањина“, „људска и мањинска права“, „индивидуална и колективна права националних мањина“ јесу идеолошки појмови, знаци у тексту и дискурсу, који се употребљавају са циљем представљања одређене идеологије.

2 „Nakon Haške preporuke za pravo nacionalnih manjina na obrazovanje iz 1996. i Preporuke iz Osla za pravo na jezik nacionalnih manjina iz 1998. najvažnija je Preporuka za efikasno učešće nacionalnih manjina u javnom životu, poznata kao Preporuke iz Lunda iz 1999. Na osnovu tih preporuka Kancelarija za demokratske institucije i ljudska prava OEBS-a pripremila je 2001. Smernice za učešće manjina u izbornom procesu, koje sadrže najvažnije odredbe dokumenata OUN-a, OEBS-a i Saveta Evrope“ (Орловић 2008: 3).

Мултикултуралност: теоријско дефинисање и идеолошки ставови

Под појмом *мултикултурално* подразумева се различитост опредељена у чињеници да „*pojedinci, pripadnici različitih kultura, žive jedni pored drugih*. [Овај појам] *pored elemenata etničke i nacionalne kulture uključuje i jezičku, religioznu i socioekonomsku različitost*“ (Ачаји 2011: 2). Мултикултуралност је изражена у свим аспектима деловања човека. Једна мултикултурална заједница „*pruža uslove za razvoj posebnih kolektivnih i individualnih identiteta ukoliko obezbeđuje mogućnosti za slobodan razvoj svih svojih konstitutivnih delova*“ (Голубовић 1999: 95). Идеологија коју оваква заједница заговара јесте да се подстицањем разлика обезбеде права свих људи који живе на једној територији, а не само једне националне заједнице (супротно ономе што се даје у Повељи о људским и мањинским правима и грађанским слободама, јер се позивањем на једнакост и недискриминацију врши дискриминација). Заједница, дакле, подстиче „*produktivne različitosti koje se razvijaju putem kontinuirane kulturne interakcije*. U tom smislu, *multikulturalnost predstavlja životni prostor za kulturnu interakciju, posebno u mnogonacionalnim državama*“ (Голубовић 1999: 95).

У дискурсу у коме су дате идеје мултикултуралности вреднују се као појединачни идеолошки ставови очување идентитета и интегритета националних заједница и њиховог суживота са припадницима осталих мањинских и већинских заједница. Језик је „*оруђе којим се наведено извршава и мост који повезује политичко и идеолошко*“ (Хачион 1996: 306).

У постмодернизму се сматра да је идеологија конструисана на начин на који ми „*играмо нашу улогу у друштвеном тоталитету*“ (Хачион 1996: 296). Управо зато је битно какву идеологију има онај ко деконструише текст. „Ако истраживач рецепције, на пример показује присуство идеологије у дотадашњој рецепцији, онда то може да буде и у сврху пропагирања сопственог ‚тачног‘ тумачења на фолији ‚погрешног‘ тумачења“ (Петровић 1990: 363–364), те морамо знати шта је оно што је унапред дато да би текст био произведен у својој посебности (нпр. принципе које заговара идеологија социјализма или демократије). Након што препознамо релевантна документа у којима се само назиру идеолошки ставови мултикултуралности, битно је издвојити основне идеје и утврдити структурне одлике истих. Треба утврдити да ли начин преношења идеја одговара основној поставци мултикултуралности, или је прилагођен потребама политике која влада у Србији. На другом плану треба открити да ли је наше поимање стварности, односно поимање стварности које је дато у до-

кументима, изазвано или продукт механизма моћи владајућег друштва. У контексту докумената којима се прокламује равноправност националним заједницама неопходно је познавати идеолошке поставке мултикултуралности да би се откриле позитивне или негативне стратегије којима је мултикултуралност спроведена.

Спровођење мултикултуралности у правним документима у Републици Србији

У правним документима Републике Србије примећена је недовољна изоштреност употребе термина *мултикултуралности*, а његова употребна и вредносна моћ су смањене.³ Јасно је да је погрешна идеја то што је очување интегритета националних заједница у центру, док је интеграција у друштво Републике Србије на маргини. Припадницима националних заједница предочава се право за формирање идентитета заједнице, не идентитета појединачних припадника, али није јасно назначено и право и потреба да учествују у јачању институција у земљи.⁴ Чињеница је да „multikulturalizam nije samo određeni teorijski okvir po kojem se evidentna kulturna raznolikost iskazuje kao svojevrsno društveno bogatstvo, već predstavlja i izraženi politički okvir za utvrđivanje društvenih odnosa, na osnovu kojih različite kulture mogu slobodno razvijati svoje vlastite identitete, dok istovremeno učestvuju i u jačanju zajedničkih društvenih i kulturnih institucija“ (Радосављевић 2013: 32).

По Фукоу, истина се производи у складу са потребама моћи. Идеје нас конституишу, а по Платону један простор (у нашем случају одређени дискурс) насељавају идеје. Да бисмо могли деконструисати начин спровођења идеологије мултикултуралности, издвојићемо основне идеје које доносе правни документи:

1. „Izražavanje, čuvanje, negovanje, razvijanje, prenošenje i javno ispoljavanje nacionalne i etničke, kulturne, verske i jezičke posebnosti kao dela tradicije građana, nacionalnih manjina i njihovih pripadnika je njihovo neotuđivo individualno i kolektivno pravo“ (Закон о заштити права и слобода националних мањина, члан 12).
2. „Kolektivna prava podrazumevaju da pripadnici nacionalnih manjina, neposredno ili preko svojih izabраних представника, учествују у процесу одлучивања или одлучују о појединим питањима која су везана за њихову културу, образо-

³ Ова констатација јасно указује да је стратегија спровођења мултикултуралности ограничена.

⁴ Наведено је јасан знак слабости спровођења идеологије мултикултуралности у правним документима.

vanje, informisanje i upotrebu jezika i pisma, u skladu sa zakonom“ (Повеља о људским и мањинским правима и грађанским слободама, члан 47).

3. „Obaveza je država članica da, gde god je to potrebno, usvajaju odgovarajuće mere za unapređenje pune i efektivne ravnopravnosti između pripadnika nacionalne manjine i onih koji pripadaju većini, u svim oblastima ekonomskog, socijalnog, političkog i kulturnog života“ (Повеља о људским и мањинским правима и грађанским слободама, члан 55).

4. „Одржавање и развијање веза, у областима које покрива ова повеља, између група које користе регионалне или мањинске језике и осталих група у држави које употребљавају језик у идентичној или сличној форми, као и успостављање културних односа са осталим групама у држави које користе различите језике“ (Европска повеља о регионалним и мањинским језицима, члан 7).

Основни идеолошки став приликом спровођења мултикултуралности би требало да буде суживот више заједница на једном простору. Међутим, у правним документима заговара се апсолутизација националних заједница, односно њихових права. Значење идеолошких ставова деконструује се на основу контекста у коме су дати (тачке гледишта и проматрања вредности), и оно је насупрот основној идеолошкој поставци мултикултурализма (напред поминути суживот и заједничко деловање више заједница). На основу докумената које смо анализирали, можемо рећи да је идеологија мултикултуралности у њима дата као „стратегија ограничавања“ (Џејмсон 1984), јер се дефинисањем права националних заједница ограничава спектар могућности који је у основи мултикултуралности. На основу чега ово препознајемо? Још Платон (1957: 302) у *Држави* напомиње да „сликар прави обућара, управо само његову слику, а да притом о обућарима ништа не зна и прави је за оне који се у то и сами ништа не разумеју, него гледају само на боје и контуре“, те је очигледно да они који законе доносе, доносе онако како одговара њиховим политичким ставовима и идеологији. Изграђивањем посебног идентитета националних заједница занемарује се њихов учинак у колективни систем Републике Србије.

Сви законски документи усмерени су ка једном циљу: не дозволити дискриминисање и ограничавање права националних заједница, што је и највећи проблем, јер „ми смо, наиме, навикли да одредимо један јединствени облик (eidos) за све многобројне појединачне ствари којима дајемо једно те исто име“ (Платон 1957: 296). У једном друштву овако конституи-

сане документе треба гледати као „идеолошки чин који има функцију да проналази имагинарна или формална ‘решења’ нерешивих друштвених противуречности“ (Џејмсон 1984: 92–93), што се може довести у везу са сазнањем да су термини којима се мултикултуралност прокламује у Републици Србији двосмислени и недовољно прецизни.

На којим идеологијама почива мултикултурализам и како се то реализује у Србији? У контексту права националних заједница води се рачуна о следећим питањима:

„одређење националне мањине, забрана дискриминације, мера за обезбеђење равноправности, слобода националног опредељивања и изражавања, право сарадње са сународницима у земљи и иностранству, обавеза поштовања уставног поретка, начела међународног права и јавног морала, заштита стечених права, право на очување посебности, делотворно учешће у одлучивању, о питањима посебности у власти и управи, заштита права и слобода мањина“ (Закон о заштити права и слобода националних мањина); „Republika Srbija štiti prava nacionalnih manjina. Država jemči posebnu zaštitu nacionalnim manjinama radi ostvarivanja potpune ravnopravnosti i očuvanja njihovog identiteta“ (Устав Републике Србије, члан 14).

У први план се поставља шта све националне заједнице могу као такве, а не шта могу постићи у контакту са члановима других заједница и, што је још важније, како са тим заједницама стварају целину. Наведено препознајемо као негативну стратегију спровођења мултикултуралности, јер је у њеној основи грађење политичког и друштвеног живота на различитостима.⁵ То је постављено у центар, док се потпуно занемарује живот више заједница и њихова заједничка делатност на плану организовања друштвеног и културног живота једне земље. Шта је маргинално, а шта ексцентрично у спровођењу мултикултуралности? Шта се спроводи на маргини, а шта у центру? И како? Шта се децентрира и како? Ако посматрамо у Деридином кључу, статус националних заједница би био далеко од центра, док би политика друштва била у самом центру.⁶ Питање је да ли се

5 „Nakon političkih promena u Srbiji 2000. značajna je pažnja poklonjena položaju i zaštiti nacionalnih manjina. Najpre, Savezna Republika Jugoslavija potpisala je 11. maja 2001. Okvirnu konvenciju za zaštitu nacionalnih manjina, koja je stupila na snagu 1. septembra 2001. (Zakon o potvrđivanju Okvirne konvencije za zaštitu nacionalnih manjina, *Službeni list SRJ – Međunarodni ugovori*, br. 6/01). Kao naslednik međunarodnopravnog subjektiviteta državne zajednice Srbije i Crne Gore (SCG) Srbija je postala strana ugovornica u Okvirnoj konvenciji Saveta Evrope za zaštitu nacionalnih manjina i potpisnica Evropske povelje o regionalnim i manjinskim jezicima. Nakon političkih promena 2000. osnovano je Savezno ministarstvo za zaštitu prava manjina, koje je 2003. preimenovano u Ministarstvo za ljudska i manjinska prava. Savezna Republika Jugoslavija (SRJ) usvojila je 2002“ (Орловић 2008: 12).

6 „U demokratiji je važno pitanje manjine i većine i u političkom i u etničkom smislu. Pitanje je kako etnička manjina može da bude deo političke većine, odnosno da izbegne majorizaciju samim svojim položajem »manjine«“ (Орловић 2008: 393–394)

давањем права на слободу у свим сферама живота националних заједница затварају припадници тих заједница унутар сопствених контура. Да ли се тежи затворености или отворености? Ако се прокламују права заједнице као групе и подстиче само на активности унутар групе, национална заједница се удаљава од центра и затвара унутар сопствених контура, у чему се огледа негативни аспект спровођења мултикултуралности.

На који начин се у документима у Србији не остварују идеолошки ставови који су у основи мултикултуралности? Најпре имплицитно, истицањем у први план права националних заједница и њиховог самосталног деловања, и експлицитно, употребом језичких термина којима се националне заједнице издвајају од остатка државе. У документима које смо истраживали ово се постиже употребом присвојних заменица⁷: *своји, своје, своја*, када појединац који је члан једне заједнице и држављанин Републике Србије ипак има свој језик и своја права, који није и наш заједнички језик. Проблем су и уопштени недефинишући појмови и модални облици *може, могуће је*, којим се прокламује да се нешто може остварити, али не и да је обавезно. У основи одредница у законским документима стоје ознаке *више и различити*⁸, а директно се односе на припаднике националних заједница. Сама идеологија именована је дискриминишућа, јер појам *разлика и различитости* негативно конотира. Евидентно је да је главни проблем ових докумената проблем неодређености термина којима се прокламују идеолошки ставови, јер је језик у функцији идеологизације једне политике.

Идеолошки принципи државе прикривају се језичким конструкцијама, како би се умањио значај ставова које би мултикултуралност требало да прокламује. Потпуни контраст права која се изричу дат је и употребом термина „национална мањина“, а не национална заједница, што је политички исправније, због саме семантике.⁹ Евидентно је да се језик узима као потпора за спровођење идеолошких ставова, јер су национална заједница и језик у нераскидивој вези, те приликом анализе оваквих докумената, према Р. Бугарском (2002: 87), треба узети у обзир три нивоа посматрања: „идеолошки, историјски и теоријски“.

Зашто не долази до јачања интегративних веза међу грађанима различитог културног верског и језичког порекла и како то променити?

7 „Pripadnici nacionalnih manjina mogu slobodno upotrebljavati svoj jezik i pismo privatno i javno“ (Закон о заштити права и слобода националних мањина, члан 10).

8 „...poseduje obeležja kao što su jezik, kultura, nacionalna ili etnička pripadnost, poreklo ili veroispovest, po kojima se razlikuje od većine stanovništva, i čiji se pripadnici odlikuju brigom da zajedno održavaju svoj zajednički identitet, uključujući kulturu, tradiciju, jezik ili religiju“ (Закон о заштити права и слобода националних мањина, члан 2).

9 Насупрот термину „национална мањина“ у документима је у употреби термин „верска заједница“.

Неопходан је интегративни модел мултикултуралности – један од развијених облика овог модела је интеркултуралност.¹⁰ Мултикултурални облик давања права мора да подразумева да културна аутономија укључује територијалну аутономију, без институционалне издвојености, издвојености локалне самоуправе и права на употребу матерњег језика. Насупрот овоме у пракси је деловање националних заједница у потпуности издвојено – таквим деловањем јединка се маргинализује, а дејство Савета националних заједница поставља у центар.

Закључак

На основу докумената које смо анализирали и основних идеолошких ставова који су у основи мултикултуралности можемо говорити о последицама које настају као резултат начина формулисања идеолошких ставова у законским документима. Пре свега, то је одсуство одговарајуће државне стратегије, дугорочних и целовитих решења за формирање идентитета припадника националних заједница и њиховог суживота са грађанима Републике Србије.

Шта је главна негативна страна спровођења мултикултуралности? Немогућност интеграције мањине у друштво, са једне стране, „и његове политичке, привредне, културне и друге облике и установе, али без асимилације и гетоизације, тј. усклађивањем односа и сарадње свих мањина и већине на паћелима владавине права и демократског одређења друштва“ (Станковић Пејновић 470). Са друге стране нерешеност на плану образовања, одсуство докумената којима се заговара учење језика националне заједнице у свим деловима у којима је једна национална заједница насељена.¹¹

Шта се дешава са идентитетима припадника националних заједница? Њихов друштвени положај се мајоризује, те је неопходно обезбедити права за потпуно учешће у друштвени живот државе. Стратегије које треба применити су следеће: омогућити службену употребу два језика, признати идентитет припадницима националних заједница, не само националним заједницама, прихватити мултикултуралност као друштве-

10 „Државе чланице преузимају обавезу да на одговарајући начин унапреде међусобно разумевање између свих језичких група унутар земље и да ту посебно укључе поштовање, разумевање и трпељивост у односу на регионалне или мањинске језике у оквиру процеса образовања, као и да охрабре средства јавног информисања да следе исти циљ“ (Европска повеља о регионалним и мањинским језицима).

11 „Плурикултурно и плурилингвално образовање стога мора препознати и укључити различите језике и то пре свега званичне језике земље и региона који су уједно и језици већинског образовног система, остале језике релевантне за заједницу пре свега језике етнолингвистичких мањина и светске језике које заједница препознаје као ресурс у својој средини“ (Филиповић 2011: 12).

ну вредност. Треба утврдити јасан смер развоја друштва, отклонити појединачно сагледавање проблема, осмислити имплементацију права заједница као важан процес за изградњу друштва у Србији, остварити простор за културну интеракцију. Неопходно је превазићи стање просте коегзистенције и развити културни образац на основу којег се може створити интеграција делова друштва. У правним документима не сме бити противуречности и двосмислености, којима се дозвољава апсолутизација партикуларних културних идентитета.

ЛИТЕРАТУРА

- Ачаји, Марија. *Школа за интеркултурално образовање, људска права и мирно решавање сукоба / Мултикултурално и интеркултурално образовање: развој интеркултуралне осетљивости*. Хелсиншки одбор за људска права у Србији. 10. 5. 2014. http://www.helsinki.org.rs/serbian/projekti_osce.html
- Башић 2007: Г. Башић, Политике мултикултуралности, Заштита или контрола етничких идентитета у: *Филозофија и друштво*, 3, Београд: Институт за филозофију и друштвену историју, 167–195.
- Башић 2011: Г. Башић, Политичко организовање националних мањина у Србији, у: *Прејоруке за измену изборног законодавства у Србији*, Београд: Национални демократски институт за интернационална питања, 129–136.
- Бугарски 2002: Р. Бугарски, *Лица језика*, Београд: Библиотека 20. век.
- Голубовић 1999: З. Голубовић, *Ја и други, Антиролошка истраживања индивидуалног и колективног идентитета*, Београд: Институт за филозофију и друштвену теорију.
- Гојковић, Невена. *Систем заштите мањина у Републици Србији*. 10. 5. 2014. http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/serbien/Gojkovic_pred.pdf
- Дерида 1990: Ж. Дерида, *Бела миџологија*, Нови Сад: Братство-Јединство.
- Ковачевић, Драгана. *Међународни систем заштите права националних мањина / Центар за истраживање етничитета*. 1. 5. 2014. http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/serbien/Kovacevic_pred.pdf
- Орловић 2008: С. Орловић, Деловање партија националних мањина, у: *Положај националних мањина у Србији*, Београд: САНУ, 153–178.
- Петровић 1980: С. Петровић, *Социологија књижевности, социолошка христологија*, Београд: Завод за уџбенике и наставна средства.
- Платон 1957: Платон, *Држава*, Београд: Култура.
- Радосављевић 2013: Д. Радосављевић, Мултикултурализам данас – Мултикултурализам за почетнике у основним цртама у: *Зборник радова са међународног научног скупа Мултикултуралности и савремено друштво*, Нови Сад: Правне и пословне академске студије, 32–40.
- Станковић Пејновић 2010: В. Станковић Пејновић, *Прошлост и будућност мултикултурализма на југоистоку Европе, Међународни проблеми*, 62, Београд,

463–489.

Филиповић 2011: Ј. Филиповић, Српски као језик образовања у образовању националних мањина у Србији, у: *Српски као стирани у теорији и пракси*, Београд: Филолошки факултет, 351–364.

Хачион 1996: Л. Хачион, *Поетика постмодернизма: историја, теорија, фикција*, Нови Сад: Светови.

Џејмсон 1984: Ф. Џејмсон, *Полиитичко несвесно, Пријоведање као друштвено-симболични чин*, Београд: Рад.

КОРПУС

*Евројска повеља о регионалним и мањинским језицима
Закон о заштити права и слобода националних мањина
Повеља о људским и мањинским правима и грађанским слободама
Устав Републике Србије*

VIEWS ON THE IDEOLOGICAL IMPLEMENTATION OF MULTICULTURALISM IN SERBIA: POSSIBILITIES OF DECONSTRUCTION AND CENTERING

Summary

In this paper we analyze the documents of law which define the rights of the national minorities with respect to terms *center* and *margin*. Our linguistic goal is to investigate how much we can use language as an object for discrimination (based on the ideology of the state). Our philosophic and sociological goal is to find the difference between ways of realization of ideological positions of the state and multicultural values. The conclusion is that the ideology of multiculturalism in analyzed Serbian law documents is conducted as a strategy of restriction, because definition of rights restricts spectrum of possibilities which are in the base of multiculturalism. We conclude that multiculturalism in the Republic of Serbia is conducted with negative strategies such as the marginalized position of national minorities and languages of minorities, as well as blocked integration of the minorities into the society. We propose acceptance of multiculturalism as social values and interculturality as an integrative model of multiculturalism. A docu-

ment of law should not contain ambiguity and contradiction, which allow for absolutization of particularized cultural identities.

Key words: multicultural, national minorities, legal language, center, margin

Ivana Z. Mitić

Нина Ж. МАНОЈЛОВИЋ¹

Универзитет у Крајевцу
Филолошко-уметнички факултет
Одсек за филологију
Катедра за англистику

СЛИКА ЖЕНЕ У СРПСКОМ ДРУШТВУ СПЕКТАКЛА

У овом раду ћемо покушати да испитамо представу савремене (можда и (пост)модерне?) жене која је присутна у српским медијима. Циљ рада је да се истражи повезаност слике савремене жене са идеологијом, као и њено деловање на друштво које (је) ствара. За анализу лексике савремене жене, као и идеолошке позадине и последица њеног односа према супротном полу, свом изгледу и алкохолу, примере ћемо ексцерпирати из текстова песама са последњег албума Светлане Ражњатовић, док се сценско-визуелним аспектом ове врсте уметности нећемо бавити. Показателно да је промовисана слика *сјекшакуларне жене* она која је гола, луда и без контроле, али увек нашминкана и привидно јака и самостална.

Кључне речи: савремена жена, естрадни дискурс, спектакл, друштво, медији

1. Увод

Презасићење медија голишавим и разиграним представницама најпопуларнијег облика уметности – естрадне уметности – није новијег датума. О томе су говорили и говоре етнографи, музиколози, новинари, књижевници, па и манекени.² У овом раду ћемо испитати слику жене која се пласира кроз естрадну уметност у популарним медијима, као и каква

¹ nina.manojlovic@gmail.com

² Овде се мисли на филм „Београд – живот или смрт“ у којем манекенка Маја Атанасијевић коментарише становнике престонице, народњаке и политичаре. Вест можете погледати на <http://www.blic.rs/Zabava/Vesti/452264/Manekenka-Maja-Atanasijevic-ispjivala-Beogradjane-Mrzim-narodnjake-Mrzim-Cecu-I-volela-bih-da-se-svi-iselite-u-svoja-sela>

је политичка и идеолошка позадина представљања жене као такве, какво је деловање такве слике савремене жене на друштво, али и какав је однос моћи везане за пол и језик.

Као полазну тачку наше анализе узећемо тврдњу да нема ничега што није друштвено, историјско и политичко и да не постоје културни текстови који јесу друштвени и политички и они који то нису (Џејмсон: 1984: 19). „Целокупна друштвена пракса (укључујући уметност) постоји захваљујући идеологији и у њој“ (Хачион 1996: 297). Тако и текстови песама које спадају у уметност – естрадну уметност – морају имати своје идеолошке и политичке аспекте. Како Ферклаф (1996: 19-20) примећује, текстови се интерпретирају у зависности од друштвених, или још прецизније, дискурских конвенција које поштују чланови дискурса. Социјални (друштвени) услови одређују особине дискурса, а естрадне звезде се налазе на одређеном положају моћи у нашем друштву, те одређују особине онога што ћемо у овом раду назвати *естрадни дискурс*. Наиме, у друштву постоји одређен број типова дискурса, који мање или више обухватају идеологије које озакоњују постојеће друштвене односе, и које су толико истакнуте у модерном друштву да су, како каже аутор, „колонизовале“ одређене редове дискурса (Ферклаф 1996: 36-37). Сматрамо да је на исти начин успостављен и естрадни дискурс са различитим редовима дискурса (Ферклаф 1996) као што су интервјуисање, текстови песама, жута штампа, објаве и изјаве на друштвеним мрежама и сл. Конвенције и редови дискурса производе одређене идеологије, и делују у оквиру друштвене праксе (Ферклаф 1996: 28). У овом раду се бавимо искључиво дискурсом текстова песама који се успоставља са позиције моћи естрадних звезда (и њихових текстописаца). Нећемо много редова трошити образлажући зашто је Светлана Цеца Ражњатовић (даље: Цеца) узета као представник врсте естрадних уметника, само ћемо навести неколико синтагми које се повезују са именом ове естрадне звезде: *српска мајка*, *секс симбол*, *идол младих*, *удовица никад прежаљеног рајиног хероја* (кога још увек оплакује и чије сузе, притом, „падају на горе“), и сл.³ Сматрамо да је Цеца спектакуларан представник естраде у нашем друштву спектакла.

2. Спектакл

С обзиром да живимо у друштву спектакла, није тешко наћи спектакуларне догађаје и људе који нам се нуде и продају, маме у спектакулар-

³ Неки од извора: <http://bs.wikipedia.org/wiki/Ceca>; <http://www.vreme.co.rs/cms/view.php?id=1123475>; <http://www.kurir-info.rs/stars/ceca-ja-sam-srpska-majka-i-bice-po-mom-clanak-1580266>

но. Они шетају голи, сликају сами себе, вриште у екстази пред спектакуларним звездама, спремни да ревидирају “застареле” системе вредности и морална начела. Да бисмо нашли културолошки узрок томе треба да пођемо од метафоричне претпоставке да је наша култура жртва уједа паука тарантуле чије последице се, према старом веровању, испољавају у болести која се назива *тарентизам*. Тарентизам се лечи музиком и игром, односно хомеопатском хармоно-терапијом. Музика побуђује дух да се креће равномерно и хармонично и кроз игру и зној избацује се отровно расположење (Шулце 1998: 360). Због те „бољке која се јавља због прошлости пуне зла, а која избија на површину у ужасним боловима“ (Шулце 1998: 359) савремена култура је у грозници и тресе се и, у таквом стању прегрејаности, производи спектакл. Ако порекло спектакла схватимо на овај начин, не сме се очекивати да ће икада постојати друштво које није друштво спектакла. Како Хачион (1996: 156) примећује, никоме није дозвољено да буде изван историје, чак ни да то пожели, а досадашња историја “поседује упадљиву постојаност – тврдоглаво одржавајући реалитете као што су беда и експлоатација“ (Иглтон 1997: 71), тако да ће прошлост увек бити “пуна зла” и спектакл ће се производити унедоглед.

Тарангула својим уједом као да чини да се вртимо у кругу – музика, као одраз космичког циклуса, лечи од зла које је последица и узрок тарентизма, а зло је изнедрило спектакл, који убија сваку уметност, па и музику. Голо тело покушава да „охлади“ врућицу у којој се налази и да екстатичном игром победи отров. Међутим, игра се претвара у спектакл, а масовни медији имају монопол над читавим нашим слободним временом. Иглтон (1997: 25) примећује:

Нико ко се придигне након редовних осам-сати-на-дан проведених пред телевизором није вероватан кандидат за оног самоидентичног субјекта који је једном давно освојио Индију или анектирао Карипска острва. Епистемологија диско-клуба и тржног центра тешко да може да буде епистемологија пороте, цркве или гласачког места.

Подела на друштвене класе, прогрес у комуникацији и, тиме произведено отуђење само помажу развоју потпуног монопола који спектакл држи над људским животима. „Отуђење посматрача (...) одвија се на следећи начин: што више покушава да га схвати, мање живи; што се више поистовећује са владајућом представом о потреби, све мање разуме властити живот и властите жеље“ (Дебор 2003: 26). Отуђење у овом смислу јесте могуће стога што је многима потребно да уклопе своју ситуацију у шири контекст, чија логика доприноси одређивању њихове судбине, како

би били срећни (Иглтон 1997: 18), а спектакуларне звезде им пружају привид контекста у који могу уклопити своје судбине.

Спектакл се намеће као једина стварност, док су слике које спектакл промовише само привид ослобођења. Спектакл је сам себи циљ, он подстиче потрошњу ради саме потрошње. Од када, услед глобалног напретка, нема више пуког преживљавања, спектакл је прешао на произвођење лажних потреба. „Први ступањ у доминацији економије над друштвеним животом испољава се као очигледна деградација бити у имати. (...) долази до општег помака од имати ка изгледати“ (Дебор 2003: 120). Тако нас, уз помоћ економије, спектакл држи у својој моћи. Потенцијално једина места где задовољство није под чизмом моћи јесу језик и сексуалност (Иглтон 1997: 12), а Цеца обједињује ова два места и додаје додатну ноту „разиграности кроз музику“.

Спектакл производи сам своје супротности, које му, уствари, служе као потврда. Те супротности стварају илузију избора, те се боре за водеће место у друштву спектакла. Тако долази до смењивања трендова и тако спектакл производи псеудоциклично време. Промотери тог спектакла намећу се као друштвени узорци, а они, пак, не знају ни где се налазе, ни зашто су ту, нити зашто се понашају тако како се понашају. Стога једино се може закључити да су они истовремено и сами жртве онога што промовишу. „Медијске звезде су спектакуларне представе живих људских бића, пројекција опште баналности у слике могућих улога. Као специјалисти за привидни живот, звезде служе као објекти поистовећивања. (...) А понашање тих звезда није слободно, нити је оно што нуде заиста избор“ (Дебор 2003: 40). Ма колико се и сам трудио и тако нама изгледао, спектакл није другачији у својим различитим просторним и временским појавним облицима. Спектакл је исти и јединствен, као и појаве које производи. До грешке у перцепцији спектакла као разноликог долази услед наше жеље да се разликујемо и да верујемо да смо бољи од других, чији је спектакл карневал који не завређује нашу пажњу. Можда је “наша” Цеца боља од “њихове” Севе или неке Мајли Сајрус, а можда је то један те исти спектакл.

3. Анализа текстова песама

Песме које ће бити предмет анализе јесу са најновијег Цециног албума, *Позив*. Сматрамо да, услед брзог и честог смењивања трендова и вредности, треба анализирати најскорији уметнички подвиг поменуте певачице, како би наши закључци били актуелни. Анализа ће бити орга-

низована у два пододељка у зависности од тога шта језичке јединице које анализирамо тематизују.

3.1. Лексика савремене жене која се односи на њен изглед и понашање

Анализом текстова песама са датог албума, можемо издвојити лексичке јединице и метафоре које представљају жену као луду, непромишљену, брзоплету, уз привид слободе коју доносе њени поступци. Наиме, када су мушкарци и изласци у питању лексика која се понавља је повезана са стањем лудила – у буквалном и пренесеном смислу:

1. ја само луђа, луђа што сам старија
2. Хоћу да будем луда / бар 5 минута
3. Превише контроле
4. дуго сам се ја под ручном држала
5. кад кажу јој успори / тад ломи све /
не једном, не сто пута / хоћу да будем луда
6. предуго сам била нормална
7. пукла сам комплетно
8. Мени свега мало је / Мени се и ноћас живи /
Лудило у перспективи / Да спавам, рано је
9. Свега ми је мало / Излазака, лове, секса

Како можемо да видимо из наведених примера, бројне су референце које упућују на губитак контроле, а избор речи је често значајан у идеолошком смислу и искуствена вредност речи указује на то како су идеолошке разлике кодиране у текстовима (Ферклаф 1996: 112). Овакво гомилање речи може бити показатељ заокупљености неким аспектом стварности, што, пак, може указати на идеолошку борбу која се имплицира у датом дискурсу (Ферклаф 1996: 115). Анализирани текстови садрже језичке јединице које имају за циљ промоцију друштва претеривања, конзумеризма и лудила. Савременој жени је свега мало, она хоће још да троши, још да воли (а како воли видећемо у следећем поглављу), доста јој је спавања, нормалног и контроле. Естрадни дискурс је често у оквирима шеме класификовања понашања, с тим да идеолошки преовлађује *лоше, бахајто, не-нормално* које је често маскирано привидом храбрости и снаге личности:

10. од тих олоша постала сам и ја лоша
11. Још за ноћне игре добра сам

12. Пукло вече прилазим ти сама / хаљина провидна / провидне су
моје намере
13. опет имам задње намере / љубила бих те

Жена је лоша, проводи се ноћу (и још по нешто, као што ћемо виде-ти), али представљена као јака, храбра самостална, и зато је треба славити, а не осуђивати. Како смо наишли на језичке изразе који се односе на конзумирање опијата, а чији број није занемарљив, посебно ћемо их издвојити у овом раду:

14. бромазепам један или два / на мене контра делује
15. по ватри ја ходам / и пијем да ми се врти / и већ од воде ми се мути
16. само смо по чаши род
17. ноћас ми је све турбулентно
18. осим што је виски џин / и то без леда

Видимо да, поред тога што је снажна и самостална, жена стоји са мушкарцем раме уз раме и када је у питању конзумирање алкохола. Она је та која пије жестоко пиће без леда и *по чаши је род* мушкарцу. Бројне улоге мушкарца и жене су се временом промениле, па и Цеца је далеко одмакла од *цвећка зановешка*,⁴ али у својим текстовима у први план ставља управо право жене да буде лоша, луда и бахата. Цеца премешта маргинализоване особине жене у центар, али центар пажње посматрача, јер је само ексцентрично занимљиво. Временом и то што је ексцентрично постаје нормално (Иглтон 1997: 76-77). Та савремена спектакуларна жена такође има право да много пажње поклања свом изгледу. Она је лутка, пластична, разголићена, увек нашминкана и сасвим модерно “напумпана”:

19. и вратиш лицу мом / ту бесмртну лепоту лутке
20. и што сам просула по себи пудер / иначе све је фул и све је супер
21. Пуне усне, руке голе

Уз овај спектакуларан изглед одлично се слаже лексика савремене жене, жила куцавица естрадног дискурса: *пукло вече / имам форе један саи / ниси ми ти, браће, браћ / видимо се, гасо / лудило у њерсејекџиви / све је фул*, и сл.

4 Албум и истоимена песма која је Цецу увела на велика врата естраде 1988. године

3.2. Лексика савремене жене која се односи на сујрошан пол и мушко-женске односе

Примере израза који представљају однос савремене жене према супротном полу и љубави/вези могу се грубо поделити у две веће скупине. Прву би чинили примери који представљају деградирану љубав и мушкарца као онога који наноси бол:

22. Те усне што притисле су моје / биле су као дугме / за самоуништење
23. из те болести и најјачи се не извуку
24. све је јефтино / од нас двоје овде / скупља је и вода коју пијемо
25. половна љубав / половни снови
26. волим укус твога ђона
27. слагаћу те к'о из топа

Ови примери илуструју метафоре које су употребљене за представљање мушко-женских односа у текстовима песама које су предмет наше анализе. Ферклаф (1996: 119) запажа да је метафора начин представљања једног аспекта искуственог доживљаја у смислу другог, и није ни у ком смислу ограничена на одређени тип дискурса, као што се обично повезује са поезијом и књижевним дискурсом уопште. Било који искуствени аспект може бити представљен кроз неограничен број метафора, те је овде важан однос између алтернативних метафора, јер различите метафоре собом носе различите идеолошке импликације. Према когнитивној лингвистици, језик је саставни део човекове психолошке организације и значење се изједначава са концептуализацијом – формирање појмова на основу човековог чулног и емоционалног искуства (Кликовац 2004: 9). Бројни су појмови човековог концептуалног система који нису опипљиви или видљиви, те метафоре служе да се, кроз представљање једне ствари (непознате) уз помоћ друге (познате), боље разумеју апстрактни појмови. Исти појам можемо представити и разумети уз помоћ више различитих метафора које се међусобно допуњују, али које не морају нужно бити у сагласности (Кликовац 1998: 37). Постоје метафоре које су необичније од других и такве метафоре могу имати различит степен “необичности”. Оне могу једноставно бити метафоре са вишим нивоом конкретизације, односно разрађености метафоре (Кликовац 2004: 91), али постоје и нове (односно неконвенционалне), имагинативне и креативне метафоре које нам пружају ново разумевање сопственог искуства и које могу да дају ново значење нашој прошлости, веровањима али и свакодневним активностима (Лакоф и Џонсон 1980: 140).

Какво нам то ново разумевање сопственог искуства пружају наведене метафоре? Да ли су ове метафоре имагинативне и да ли се уклапају у наше искуство, то јест, да ли могу бити прихваћене у нашем друштву? Наше друштво оберучке прихвата ове нове метафоре и можемо закључити да су у сагласности са нашим концептуалним системом. Концептуална метафора УСНЕ СУ ДУГМЕ ЗА САМОУНИШТЕЊЕ је конкретизација метафоре вишег реда ЧОВЕК (МУШКАРАЦ?) ЈЕ ОРУЖЈЕ. Осим ове метафоре, можемо уочити и метафоре ЉУБАВ ЈЕ БОЛЕСТ, ЉУБАВ ЈЕ РОБА (и то јефтина) и МУШКАРАЦ ЈЕ ТАЈ КОЈИ ГАЗИ, која је у сагласности са претходном метафором МУШКАРАЦ ЈЕ ОРУЖЈЕ јер обе метафоре представљају конкретизацију метафоре вишег реда МУШКАРАЦ НАНОСИ БОЛ. Отуда је ЉУБАВ БОЛЕСТ. Међутим, налазимо и примере где је жена та која наноси бол, вара и лаже (пример 27), али су овакви примери знатно ређи. Оно што имају заједничко је да представљају љубав као деградирани и девалоризовану.

Посветићемо мало пажње овде и јефтиној љубави, односно појмовној метафори ЉУБАВ ЈЕ РОБА. Наиме, у естрадном дискурсу веома важну улогу имају термини, појмови и концепти преузети из економског дискурса – све је куповина и све је продаја. Лиотар о овоме пише: „(...) начело по којему су прихватљиви сваки предмет и свака акција ако могу ући у економијску размјену није тоталитаран у политичком смислу, али он то јест у језичним изразима, јер призива потпуну хегемонију жанра економијског дискурса“ (1990: 84). Поред тога, као што видимо из наших примера, љубав се не разликује од друге робе – може бити јефтина, може скупо да кошта, али чак и да буде половна роба. Цеца нам поручује да можемо да вратимо већ коришћену љубав ако нисмо задовољни, али можемо и да купимо неку половну, па ако нам не одговара, бар је нисмо много ни платили.

Поред оваквих примера, другу групу чине примери који представљају и мушкарца, као и љубав, у лепшем светлу:

28. за ноћ си урадио да се опет родим ја
29. с тобом крв сам променила
30. као да си магија
31. и већ сам дечје гласове ја чула ни од куда

У наведеним примерима (којих има далеко мање од претходних) приказује се другачија слика мушкарца – МУШКАРАЦ КАО СПАСИТЕЉ, али и жене – као оне која жели брак, љубав, стабилност, децу, за разлику од оне коју смо упознали у претходном поглављу, а која је луда, лоша и која се опире контроли (и унутрашњој и наметнутој). Мушкарца је маги-

чан, он је избавитељ, а поред наведених описа мушкарца, савремена жена га још назива и *звер*, *свемирски брод*, *дасо*, али и *будало*. Оваква лексика има изражену релациону вредност (Ферклаф 1996: 116) јер одабир формулација у оквиру одређеног текста зависи од, али и ствара, друштвене односе међу учесницима. Однос према мушкарцу у нашем корпусу варира и креће се од *звери* до *будале*.

4. Шта нам Цеца поручује?

Естрадни дискурс има утицај на различите сфере друштвеног живота. Језички изрази карактеристични за овај тип дискурса улазе у разговорни стил, али се и преносе из естрадно-публицистичког у друге подстилове публицистичког функционалног стила. То омогућава естрадном дискурсу да мења и обликује друштво и друштвене односе, што естрадним звездама даје моћ да обмањују и манипулишу, јер “ниједно друштво није било тако и на толико начина обмањивано као наше, презасићено порукама и вестима које и јесу права средства обмане” (Џејмсон 1984: 70). Естрадне звезде ауторитет добијају на основу свог имена, а њихово име, пак, даје ауторитет њиховим причама и тако унедоглед – налик на наратора *cashinahua* о ком пише Лиотар (1990). Одавно је напуштено питање “Шта то значи?” и прешло се на далеко важније питање “Како то делује?” (Џејмсон 1984: 22), отуда и наша заокупљеност ефектом слике жене која се пласира у естрадном дискурсу. Хачион упозорава на “неразмрсивост јавног и историјског и приватног и биографског” (1996: 165), па је оправдано наше питање да ли ће дискурзивни записи естрадних звезда остати иза нас као историјски трагови наше садашњости?

Цеца поручује да жена треба да буде јака и самостална, помало луда и бахата, макар то значило да пије као мушкарац (али, ако има среће, наићи ће и спаситељ да јој *крв йромени* и излечи од алкохолизма), али све док не наиђе мушкарац који ће је сломити и нанети бол, обезвредити љубав. Тада треба да буде срећна да осети *укус ђона њеџовоџа*. И то јесте истина, јер језик увек употребљавамо у контексту политичко-дискурзивних околности (Хачион 1996: 296), те је истина институционална, а Цеца (односно, оно што Цеца представља) је институција нашег друштва.

5. Закључак

Ова кратка анализа делова естрадног дискурса пружа крњу слику коју успостављају језички елементи употребљени у анализираном корпусу

су – слику спектакуларне жене. Естрадни дискурс свакако не би завређивао посебну пажњу да нема широк спектар деловања на друштво. Иглтон (1997: 29-30) примећује:

Језик је, наравно, исто толико стваран колико и све друго, као што они који имају разлога да се буне против расистичких или сексистичких изјава и знају (...) Порицање постојања значајне разлике између дискурса и стварности, између вршења геноцида и причања о њему, јесте између осталог једна рационализација овог стања. Без обзира да ли неко пројектује језик у материјалну стварност или материјалну стварност у језик, резултат је исти: потврђује се да ништа није тако важно као говор (...)

Наиме, дискурс као инструмент моћи мења своје значење у зависности од онога ко говори и позиције моћи тог говорника, те од институционалног контекста. Стога језик представља моћ за манипулацију и контролу (Хачион 1996: 307-309). Цеца у својим текстовима, али и својим изгледом и наступима, представља и пласира једну од могућих стварности, а због положаја моћи на ком се налази, манипулише члановима (чешће можда чланицама) друштва у ком ствара. Узор је жена која је гола, луда и без контроле, али увек модерна, нашминкана и наизглед јака и самостална.

Међутим, она сама, као и она која је гледа, вршти бацајући одећу са себе, и једнаке су жртве спектакла. Обе су преварене. Због уједа гарантуле и тела пуног отрова које гори, у покушају да метафорично, ритуално умре на сцени и да се прочисти, митски поново роди, она трпи потпуни неуспех јер технологија је привид митологије, естрадна сцена само глума древних дионизијских свечаности. Тако је уместо поновног рођења добила спектакл: једнаку суштину за ону коју гледа и ону која је гледана. Сви они, тиме што откривају своје тело на естради или на улици, свеједно, масама говоре: “немам више ништа, све је изгубљено, остала ми је само ова љуска душе – голо тело.” То је и њихов позив на колективну екстазу, али уместо искупљења ту је само куповина и продаја – спектакл.

ЛИТЕРАТУРА

- Дебор 2003: Г. Дебор, *Друштво спектакла*, Београд: А. Голијанин.
 Џејмсон 1984: Ф. Џејмсон, *Политичко несвесно: приповедање као друштвено-симболични чин*, Београд: Рад.
 Ферклаф 1996: N. Fairclough, *Language and Power*, Longman Inc., New York.
 Хачион 1996: Л. Хачион, *Поетика постмодернизма*, Нови Сад: Светови.
 Иглтон 1997: Т. Иглтон, *Илузије постмодернизма*, Нови Сад: Светови.
 Кликовац 1998: Д. Кликовац, *Метафоре наше насушне. Свети речи: средњошколски*

- часопис за српски језик и књижевност*. 6/8, Београд: Друштво за српски језик и књижевност, 35-37.
- Кликовац 2004: Д. кликовац, *Метафоре у мишљењу и језику*, Београд: Библиотека ХХ век: Књижара Круг.
- Кликовац 2008: Д. Кликовац, *Језик и моћ: огледи из социолингвистике и стилистике*, Београд: Библиотека ХХ век: Круг.
- Лакоф и Џонсон 1980: G.Lakoff; M. Johnson, *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Лиотар 1990: Ж. Ф. Лиотар, *Постмодерна прошумачена дјеца: писма 1982-1985*, Загреб: Август Цесарец.
- Шулце 1998: В. Шулце, *Лечење и здравље у музици и хармонији, Флојдисџон*, број 7, Београд: Музеј науке и технике и Завод за уџбенике и наставна средства, 357-391.

THE IMAGE OF WOMAN IN THE SERBIAN SOCIETY OF SPECTACLE

Summary

In this paper we shall try and present an image of the contemporary (maybe even (post)modern?) woman that can be seen and heard in Serbian media. The goal of this paper is to examine the connection between this image of the contemporary woman and ideology, as well as the effect it has on the society that creates it and/or is created by it. For the analysis of the contemporary woman, as well as the ideological background and consequences of her relationship towards the opposite sex, her physical appearance and alcohol, the examples are excerpted from the lyrics on Svetlana Ražnjatović's most recent album. Visual and performing assets exhibited on and off stage are not the subject of this paper. The language of these lyrics, or, more loosely, entertainment industry discourse, is of interest to us because of its array of effects on society – it is an instrument of power, manipulation, and control. More precisely, we are interested in the image that is created by such discourse, since those producing it are in a position of power and, hence, have great impact on the society. This paper shows that this spectacular woman is naked, crazy, and out of control, but always modern, wearing makeup, and seemingly strong and independent.

Key words: contemporary woman, entertainment industry discourse, spectacle, society, media

Nina Ž. Manojlović

Александра А. ЈАНИЋ¹

Универзитет у Нишу
Филозофски факултет
Департаман за српски језик

УПОТРЕБА ЕНГЛЕСКИХ РЕЧИ У СРПСКОМ ЈЕЗИКУ: ИДЕОЛОШКА ПЕРСПЕКТИВА НА ПРИМЕРУ ДВА НОВИНСКА ЧЛАНКА

Предмет овог рада је представљање експлицитних и имплицитних ставова присутних у новинарском функционалном стилу у вези са раширеном употребом енглеских речи у српском језику. На примеру два чланка се из идеолошког аспекта и кроз анализу дискурса бавимо опозицијама попут *своје-иуђе*, употребљеним појмовним метафорама, сликовитим поређењима, те сликама уз сваки од чланака, будући да су у тесној вези са поменутиим текстовима. Употреба енглеских речи у оригиналу је на периферији стандардног српског језика, а домаћих и већ прилагођених је у центру високог регистра. Насупрот томе, употреба енглеских речи заузима централно место жаргона, који је на периферији стандардног језика.

Кључне речи: енглеске речи, српски језик, идеологија, новинарски стил

Увод

Предмет овог рада су енглеске речи у српском језику, односно ставови о њиховој раширеној употреби – како кроз перспективу србистике тако и начин на који су представљене у новинарском функционалном стилу. Теми приступамо са идеолошког становишта, усмеравајући се на

¹ aleksandra.janic@filfak.ni.ac.rs

место које у српском језику заузимају речи које воде порекло из енглеског (обухвативши притом различите нивое адаптације).

Будући да крајем 20. и почетком 21. века од речи страног порекла доминирају англицизми, на примеру два новинска текста пажњу ћемо усмерити на то како се употреба речи из енглеског језика експлицитно и имплицитно карактерише у односу на речи домаћег порекла, како се све маркира опозиција своје–туђе, као и на ефекат који се постиже употребом речи које воде порекло из енглеског.

Структура рада је следећа: у другом одељку дајемо теоријску подлогу за истраживање о англицизмима, енглеским и „англосрпским“ речима. У трећем одељку је са идеолошког аспекта урађена лингвистичка анализа двају публицистичких текстова о енглеским речима у српском језику. Четврти одељак доноси закључак рада у вези са употребом енглеских речи (адаптирних и неадаптираних) у српском језику и ставовима који произлазе из анализираних новинских текстова.

Англицизми и енглеске речи у српском језику

Будући да су англицизми и енглеске речи били предмет бројних истраживања, издвојићемо само нека: Филиповић 1990, Васић–Прћић–Нејгербауер 2001, Прћић 2005, 2012, Филиповић Ковачевић 2007, 2011, Јањић 2010, Грубор 2011, Мишић Илић – Лопичић 2011, Чутура – Ћирковић Миладиновић 2011, Силашки 2012.

Прецизности ради, користимо термине *англицизми* и *енглеске речи*.² У првом случају ради се о речима које су се у потпуности адаптирале у српски фонетско-морфолошки систем и сматрају се позајмљеницама или чак домаћим речима страног порекла (в. Бугарски 1991: 135), а не туђицама, будући да или не постоји домаћа реч која би их заменила или се пак значење позајмљенице издиференцирало у односу на домаћу реч. На пример, *дрес*, који се у српском језику односи на одећу коју носе спортисти, заправо потиче од енглеске речи *dress*, која значи хаљина. Отуда су се у српском језику одомаћиле лексеме *хаљина*, али и *дрес*.

Са друге стране, под спојем *енглеске речи у српском језику* подразумевали смо речи које смо из енглеског примили (готово) неадаптиране, у „сировом“ облику (нулта адаптација, попут: *fashion-week*) или пак само фонолошки адаптиране (*фешн-вик*). За објективно непотребне англицизме се у литератури користи термин *англосрпске речи*, будући да су на гра-

² У новинским чланцима не прави се разлика између англицизама као адаптираних речи и енглеских речи пренесених у оригиналу, а термин англицизам се схвата уопштеније.

ници између енглеског (због преношења енглеског изговора) и српског (због транскрибовања и коришћења српског писма), а при томе постоји одговарајући српски синоним (*фешн-вик* према *недеља моде*).

Енглески језик у данашње време има веома широку употребу, а постао је језик помоћу кога се могу разумети народи који иначе говоре различитим матерњим језицима. У том смислу, енглески данас има улогу која је некад била намењена есперанту (в. Филиповић Ковачевић 2007: 31). Уз то, енглески има функцију допунског језика (в. Прћић 2005: 16), при чему се енглеске речи повремено користе као допуна у различитим језицима. Тако додатни језик „допуњава комуникативне потребе дате језичке заједнице тако што попуњава стварне и претпостављене лексичке и друге празнине у матерњем језику“ (Прћић 2005: 16). Међутим, увек када се у србистици говори о преузимању речи из енглеског језика (у области технологије, спорта, моде) истиче се и важност њихове правилне фонолошке адаптације и поштовање одређених стандарда (Васић и др. 2001, Прћић 2005, Филиповић Ковачевић 2007). Соња Филиповић Ковачевић (2007: 33) закључује да треба „примати стране утицаје, али тако да се очува домаћи систем“.

Идеолошка перспектива употребе енглеских речи у српском на примеру два новинска чланка

Већ смо представили статус англицизама кроз перспективу лингвистичких текстова, у којима доминира објективност, где се и очекује да се закључци доносе на основу грађе, а не на основу субјективних размишљања. Надаље се енглеским речима бавимо кроз ставове који су експлицитно или имплицитно присутни у чланцима „Можемо ли да живимо без енглеских речи?“, објављеном у *Полицици*, и „Англицизми: Кул је тако супер“, објављеном у *Вечерњим новостима*.³

У тексту „Можемо ли да живимо без енглеских речи?“ већ се у наслову на ироничан начин износи проблем прекомерне употребе енглеских речи у српском. Скрећемо пажњу на то да је питање постављено у првом лицу множине и да је упућено свим читаоцима који су изворни говорници српског језика, а могло је да гласи и овако: „Можемо ли ми Срби да живимо без енглеских речи?“, са у оба случаја присутном опозицијом *ми (Срби) – они (Енглези)*.

³ О критици употребе англицизама у националистичком дискурсу у Србији, на примеру делова неколико новинских чланака, укључујући и први којим се ми бавимо из идеолошке и лингвистичке перспективе, видети у раду Александра Секулића (2011).

У тексту се прво уводи мишљење пуриста да употребом речи страног порекла језик „пропада“, „губи душу“, а може и да „угине“. На тај начин матерњи језик се посматра као живо биће, па може чак „умрети“ или „изгубити душу“. Дакле, у овим двама примерима присутна је појмовна метафора ЈЕЗИК ЈЕ ЖИВО БИЋЕ. Иако се преноси мишљење да туђице не треба забранити и да језик ипак неће нестати ако се оне употребљавају, управо следеће супротне реченице имплицирају да се прогоњење англицизама не искључује као могућност: „Наш главни посао није да прогонимо англицизме, већ да пазимо да се српски језик не заборави“. Заправо, оне показују да је најважније да се српски језик (као матерњи) не заборави и да се преноси на нове генерације не само у лексичком већ, што је још важније, у граматичком смислу, а да је споредно да се прогоне англицизми. У чланку употребљен глагол *прогонити* доводи се у везу са нечим непожељним, те су самим тим и англицизми имплицитно приказани као непожељни.

Да би се показао статус туђица/англицизама у српском језику, у чланку се користи и појмовна метафора ТУЂИЦЕ СУ ПОШАСТ. Читаоцима су речи које нам у српски језик долазе из енглеског представљене као пошаст, попут поплава и других непогода: „Телевизија и новине поплавлени су речима које нам долазе из енглеског језика“. Ширење енглеских речи персонификовано је, оне се не уносе у српски језик, већ оне „долазе“. Штавише, нагли нанос англицизама последњих деценија сликовито је приказан и као талас („нови талас туђица у српском говору“).

Осим у наслову, опозиције *наше–њихово*, *своје–туђе* присутне су у целом тексту. Већ употребом лексеме *туђица* маркира се однос *своје–туђе*, будући да је мотивна реч изведенице *туђица* управо придев *туђ*. Затим, сличне опозиције могу се учитати и на нивоу реченица. Ради се о примерима (1), (2) и (3).

- (1) Колико пута сте се нашли у друштву, а да нисте разумели шта је ваш саговорник „Енглеz“ хтео да каже?
- (2) Према речима седамдесетогодишње баке Милке, у Кнез Михаиловој улици осећа се као у Лондону. Називе продавница не може ни да изговори ни да разуме.
- (3) Перформанс на фешн-вику је био један нонсенс на стејду. Уместо да буде транспарентно, креаторов селекшн стајлинга и кастинга манекенки је био превише клос мајндеб. Ове реченице могли сте да чујете од водитељке на домаћој телевизији. Међутим, овај пример није усамљен.

У примеру (1) контрастирају се предлошко-падежна конструкција „у друштву“, под којом се имплицира *своје*, *српско друштво* према лексеми

Енџлез, у тексту стављеној под наводнике. Отуда је имплицирана опозиција *Србин–Енџлез*, односно да у том представљеном српском друштву постоји Србин који толико користи лексеме из енглеског језика (чак и без икакве адаптације, и то за оне речи које имају еквивалент у српском) да се чини да је Енџлез, те га остали не разумеју.

Други пример садржи контраст између Кнез Михаилове улице и Лондона. Наиме, постоји конверзациона импликатура да је Кнез Михаилова улица заправо главна улица у Београду, престоници Србије. Из тога следи да се у међусобну везу доводе заправо два града: Београд и Лондон, и то тако да је Београд почео да личи на Лондон по томе што су називи продавница на енглеском, па их старији Срби који не знају енглески не могу ни прочитати, а камоли разумети, као да су у Лондону.

Последњи пример (3), у коме се јавља контраст између домаћих/одомаћених речи и туђица – речи пренетих из енглеског, доводи у везу некритичку употребу речи из енглеског језика, само фонолошки адаптираних, и њихових српских синонима. Прво ћемо за поједине тамо дате енглеске речи навести синониме словенског порекла или пак лексеме већ одомаћене у српском: *фешн-вик* – *недеља моде*, *сџејџ* – *бина*, *селекшн* – *избор*, којима прикључујемо и парове *ивенџи* – *догађај*, *џарџи* – *журка*, *фан* – *обожавалац*. Међутим, ако направимо шири поглед на тај део текста, видећемо да једну целину чини реченица са свим тим „англосрпским“ речима, а у наредној реченици имамо анафорично употребљену заменицу која реферише управо на већ поменути текст. Све те стране речи су у супротстављеном односу са „домаћом телевизијом“, за коју се претпоставља да би требало да се служи домаћом лексиком, а не „исквареном“ енглеском. Англосрпске речи које као еквиваленте имају одговарајуће лексеме словенског порекла или већ одомаћене речи страног порекла нису нешто што би се очекивало на домаћој телевизији од стране водитеља емисије: „Ове реченице могли сте да чујете од водитељке на домаћој телевизији“.

Насупрот енглеским речима које имају одговарајуће еквиваленте у српском (*stage, fashion week, party, event*) и које се у српском често или користе тако, у оригиналу, или пак само фонолошки транскрибоване (*сџејџи*, *фешн-вик*, *џарџи*, *ивенџи*), налазе се енглеске речи које имају тенденцију да се уклопе у лексички инвентар. На пример, у тексту се наводи да лексикографи Милан Шипка и Иван Клајн планирају да у ново издање *Великог речника страних речи и израза* унесу и речи попут *џуџловати*, за које немамо еквивалент у српском (могућа парафраза је израз „претраживати преко интернет-претраживача Гугл“), па је употреба једне лексеме у таквим случајевима економичнија. Постоје и други примери где је парафраза пре-

више дуга, па је лакше користити само фонолошки адаптирану енглеску реч. У чланку је поменуто следеће: „Лакше је рећи *не волим банџицамајинџ*, него не волим да скачем с велике висине закачен ужетом за ногу“. Још се наводе и други ауторитети из области лингвистике и њихови ставови. На пример, помиње се да Хлебец сматра да „није погрешно ако англицизам развије значење које нема у енглеском језику, ако то одговара потребама говорника“. Тада је уношење енглеских речи у српски језик оправдано, будући да технологија са својим развојем захтева и именовање конкретних појава, а економичније је и лакше да те речи буду исте/сличне у свим језицима, јер је алтернатива смишљање нових назива и творбеним процесима стварање нових речи од постојећег лексичког инвентара.

У чланку се истиче се да је важност енглеског језика у томе што је он данас језик глобализације (чак се при овом објашњењу користи реч „тренд“), другим речима: *lingua franca*. Насупрот томе, за лоше стање српске лексике као главни кривци наводе се оне средње школе у којима нема наставе матерњег језика, већ само књижевности, а бољој ситуацији много не доприносе ни писани, ни штампани медији (на шта указује и учестало јављање спојева неприлагођених српском језику, попут *cool ђелерине*, *Crystal Tatoo*, *Cool Star*, *coolшупа*, преносе се енглески узвици *wow*, *oh*, при чему подсећамо да су узвици затворена класа речи, те да њихов инвентар није склон проширивању).

Уместо неговања домаћег лексичког блага и граматике матерњег језика, употреба енглеских речи види се као нешто модерно, престижно, а ипак је само реч о помодарству. То врло сликовито показује поднаслов „Комплекс покондирене тикве“, алудирајући на познату Стеријину комедију. Помињу се речи Жарка Требјешанина, ауторитета из области психологије, да је код Срба вековима стваран комплекс „малог народа“. Управо то може бити објашњење зашто се људи сигурније и важније осећају када у говору употребљавају енглеске речи, па се многи због тога труде да их савладају што више.

Из поменутог новинског чланка наводимо речи Бориса Хлебца о лексемама из енглеског присутним у српском и будућности српског језика: „не треба бринути за будућност српског језика, јер се англицизми нису превише укоренили, па их из тог разлога у сленгу, где би се очекивала њихова највећа употреба, нема превише. Туђицама се не могу градити јаке и потресне слике, оне могу бити само ‘фенси’“. Тиме је и експлицитно покренуто питање статуса једног језика и његове перспективе, као и важност неговања матерњег језика за сваки народ, при чему се као добар

пример наводе Французи и начин на који негују француски језик: не прихватајући туђице, већ смишљајући и градећи нове речи по потреби.

Још једно важно питање које се поставља у тексту је питање свесности народа о важности очувања свог језика: „Колика год била наша потреба за англицизмима, питање је колико су људи свесни значаја очувања српског језика“. Као идеолошка кулминација, ауторке се позивају на историјски важне личности за Српство, попут Стефана Немање, за кога оне у тексту везују речи да је „још је пре девет векова [...] препоручивао да језик треба чувати као земљу, као град“. Ауторке се ипак ограђују, нагласивши да се језик „не може бранити вештачким мерама, чак и онда када треба да се брани“. Као важна личност у историји српског народа у тексту је нашао своје место и Вук Стефановић Караџић. Имплицитно се као аргумент за некоришћење енглеских речи у српском може схватити то што их Вук не би разумео у случају да их чује, јер он је тај за чије се име везује језичка реформа и увођење народног говора у основицу стандардног језика.

На крају текста истакнута је важност матерњег језика, и то у форми критиковања одсуства језичке културе и истицања неопходности борбе против одсуства језичке културе. У виду забране јавља се реченица са негираним глаголом *смеши*: „Енглеска реч не сме да се одомаћи“, јер је, у супротном, штета немерљива. Последња реченица у анализираном чланку тиче се истицања обавезе свих нас (употребљава се облик за прво лице множине) да „васпитавамо младе да воле свој језик и да се првенствено њиме служе“. Ауторитет који ауторкама дозвољава навођење овако строгих забрана и наредби претпостављамо да потиче од имена Милке Цанић, коју у том делу помињу и цитирају.

Од новинских чланака идеолошки мотивисаних у вези са употребом енглеских речи у српском језику коментаришемо и текст „Англицизми: Кул је тако супер“. Сам наслов банализује употребу англицизама, будући да се често користе само да би се употребили, а не зато што су неопходни у српском језику. Конкретно, један англицизам описује се помоћу другог (*кул* и *суйер*), при чему су оба жаргонски маркирана и не употребљавају се у високом регистру српскога језика.

У самом чланку аутор на почетку пореди ситуацију у вези са англицизмима у суседној Хрватској и у Србији. У првом случају се „расписују конкурси и новцем ките аутори хрватских речи“, док у српски језик „свакодневно уђе на десетине англицизама које – по ономе колико их репродукујемо у говору – дочекујемо раширених руку“. Као што смо већ поменули, то су и једине две могућности – прихватање страних речи или грађење нових од домаће и одомаћене лексике. Само је потребно наћи

идеалну меру и не ићи у крајности. Заправо, на крају истог текста аутор прво скреће пажњу на примере добро скованих речи које су добиле награду у хрватском: *суосник* (кабл), *успорник* (лежећи полицајац), *смењак* (контијер), *ојуштаониоца* (велнес), *додирник* (тачскрин). Међутим, са друге стране су они примери за које се у чланку помиње да нису тако вешто сковани, што би био аргумент за то да се у српском умерено преузимају термини из страних језика, а не да се по сваку цену и увек творбеним путем изводе нови облици: „Кад не бисмо хтели да примимо англицизме у међународној употреби, морали бисмо да употребљавамо смешне кованице као што је хрватско ‘напудбина’ за софтвер, или ‘мрежопоис’ за блог“.

За крај језичке анализе издвајамо да кад год се говори о уношењу страних речи у један матерњи језик, и експлицитно се често помињу лексеме *идентитет* и *народ*. Будући да се енглеске речи у српском језику посматрају као потенцијална опасност по српски језик, отуда „страх од губитка идентитета“. Са једне стране, у чланку „Англицизми: Кул је тако супер“ каже се да су такви страхови претерани. Са друге стране, постоје конзервативније настројене групе и појединци који верују да „ако се овај тренд настави [употреба англосрпских речи попут *мерчендајзери*, *брејн-сторминг*, *офис*], језик као један од основа идентитета нације биће заувек изгубљен“.

Будућност енглеских речи за које немамо еквиваленте у српском у чланку је показана као незаустављив, бесан коњ, кога није могуће зауздати. Све то лингвиста Владо Ђукановић објашњава бројним примерима других речи страног порекла потпуно уклопљених у лексички систем српског језика за које многи људи данас чак ни не претпостављају да нису „домаће“ (4).

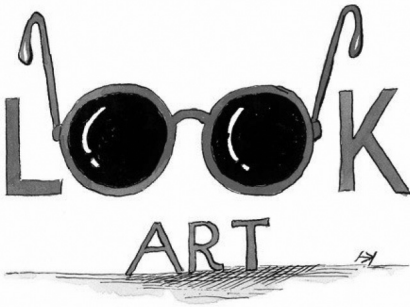
- (4) „Варају се сви они који мисле да се употреба страних речи може зауздати. Они заборављају да је језик препун страних речи из различитих периода. Сваки Србин који се агресивно буну против страних речи сваки пут када, мислећи да говори српски, стави „пасуљ“ или „сарму“ на „шпорет“, када стави „кашику“ у тај пасуљ, када стави „ћевапе“ на „роштиљ“, када једе „кромпир“, када наздрави „ракијом“, када обује „чарапе“ и „ципеле“, када обуче „панталоне“ и „џемпер“, када легне на „душек“, стави под главу „јастук“, покрије се „ћebetом“ или „јорганом“, треба да зна да заправо користи стране речи – објашњава Ђукановић.“

Истичемо да је употреба енглеских речи у оригиналу, без већег степена адаптације и објективних разлога за употребу на периферији савременог српског језика (књижевног), а домаћих и прилагођених је у његовом центру, при чему мислимо на високи функционални стил. С друге стра-

не, енглеске речи се у српском језику везују за жаргон, који је на периферији језика, али су пак у центру жаргонске употребе.

У српском језику је карактеристична генерична употреба појмова, коју нисмо уочили у анализираним текстовима. Мислимо на реченице попут *пијем њиво*, *купијем шампион*, *једем њицу*, а при томе нема тенденције за прецизирањем (нпр. пијем *Калзберџ*, купујем *Хеденшоулдерс*, једем каприћозу), чиме би се истакао јасан став (из реченице *Користиш Дав*, произлази *Знам како миришеш*). Будући да нисмо у центру технолошких и других иновација, отуда нема ни прилике за њихово именовање од нас самих, односно стварање нових појмова, што доводи до потребе за преузимањем речи из енглеског говорног подручја.

Након језичке анализе двају новинских чланака из идеолошке перспективе, посматраћемо их и у светлу двеју илустрација које се јављају уз текстове (слика 1 и слика 2). Помоћу њих сликовито је пренесен и идеолошки став према енглеским речима у српском језику, те тако имамо увид у начин преношења информације у целини.



Слика уз први текст не приказује коришћење енглеских речи (искључиво) у негативном смислу, већ између позитивног и негативног. Ради се о томе да су на слици дате енглеске речи *look* („гледати, поглед“) и *art* „уметност“, тако што су два *o* из прве речи представљена у виду наочара за сунце. Једно тумачење може бити да се код говорника српског језика ко-

ришћење енглеских речи у свакодневном говору посматра као мода и статусни симбол, попут „фенси“ наочара за сунце. Са друге стране, наочаре за сунце метафорички се могу схватити и као нешто што замрачује, мути поглед на српски језик са домаћом и већ прилагођеном лексиком страног порекла. На то може указати и веома тамна боја стакала.



Слика уз други текст (слика 2) недвосмислено приказује коришћење енглеских речи у српском језику као нешто негативно, а метафорички и као неку отровну супстанцу која се улива у лексикон српскога језика. Отуда заштитно одело код човека који одврће вентил, што упућује на то да треба пажљиво поступати са коришћењем енглеских речи у српском језику.

Из тога следи и да је крајња порука коју шаљу два анализирана текста другачија, супротна. Међутим, из саме садржине текстова, чини се да би друга слика била прикладна и уз први чланак, будући да је управо у њему употреба енглеских речи у српском била окарактерисана као пошаст.

Закључак

У овом раду бавили смо се идеолошким аспектом (прекомерне) употребе енглеских речи у српском језику са становишта анализе дискурса два новинска чланка на ову тему. Оба чланка већ својим насловима упућују на непотребност коришћења (неадаптираних) енглеских речи у оним случајевима када у српском језику имамо домаћу реч (словенског порекла) или пак реч страног порекла која се у српском језику одомаћила: „Можемо ли без енглеских речи?“ и „Англицизми: Кул је тако супер“.

Србистичка литература у одређеној мери оправдава уношење енглеских речи у српски језик и њихову адаптацију према већ постојећим правилима транскрипције, у случају да у српском језику већ нема одговарајуће речи или пак ако се значење енглеске речи диференцира у односу на некадашњи српски синоним, те постане неопходна. Када се након фонолошке и морфолошке адаптације речи које воде порекло из неког страног језика, па и енглеског, потпуно уклопе у лексички инвентар српског језика, од њих се могу градити читаве нове породице речи.

Будући да је енглески језик *lingua franca* данашњег доба, многи говорници сматрају престижом да српске речи замењују енглеским и користе тзв. англосрпске речи. Са друге стране, у чланцима које смо анализирали присутан је и однос *ми–они*, *наше–њуђе*, *своје–њуђе*, *Срби–Енглези*, а присутно је и неколико појмовних метафора које упућују на то да је употреба туђица у српском права пошаст, сликовито приказана кроз поплаве, таласе, а на крају и као бесан коњ који се не може зауздати. Модалним глаголима исказана је неопходност очувања матерњег језика, као и понека забрана, а у текст су уткани и коментари истакнутих лингвиста, који у чланке уносе ноту објективности, а за читаоце представљају ауторитет. Издвајамо важну улогу помињања Стефана Немање и Вука Стефановића Караџића, за српску историју значајних на различите начине.

На крају наглашавамо да је употреба енглеских речи на периферији, а домаћих и прилагођених у центру савременог српског језика (књижевног), при чему мислимо на високи регистар. Такође, енглеске речи се везују за жаргон, који је такође на периферији једног језика, али су оне у центру жаргонске употребе српског језика.

ИЗВОРИ

Бошко Хаџић, „Англицизми: кул је тако супер“, *Вечерње новости*, 6. 5. 2012, <<http://www.novosti.rs/vesti/naslovna/aktuelno.293.html:378607-Anglicizmi-Kul-je-tako-super>> (10. 4. 2014)

Јелена Петровић и Сузана Милошевић, „Можемо ли да живимо без англицизама?“, *Политика онлајн*, 14. 5. 2014, <<http://www.politika.rs/rubrike/Kulturni-dodatak/Mozemo-li-da-zivimo-bez-engleskih- reci.lt.html>> (10. 4. 2014)

ЛИТЕРАТУРА

Бугарски 1995: Р. Бугарски, *Увод у ошћу лингвистику*, Београд: Завод за уџбенике и наставна средства.

Васић, Прћић, Нејгебауер 2001: В. Васић, Т. Прћић, Г. Нејгебауер, *Речник новијих англицизама: Ди уи спеек англосрпски?*, Нови Сад: Змај.

Грубор 2011: Ј. Грубор, „Став говорника српског језика према неологизмима (англицизмима) у српском језику“, *Прилози проучавању језика*, 42, 65–79.

Јањић 2011: М. Јањић, „(Англо)српски књижевни језик у огледалу популарних женских часописа“, у: М. Ковачевић (ред.), *Српски језик, књижевности, уметности*, књ. 1, Језички системи и употреба језика, Крагујевац: Филолошко-уметнички факултет, 311–321.

Мишић Илић – Лопичић 2011: Б. Мишић Илић, Весна Лопичић, „Прагматички англицизми у српском језику“, *Зборник Машице српске за филологију и лингвистику*, 54/1, 261–273.

Прћић 2005: Т. Прћић, „И ми реч за трку имамо“, *Свети речи*, 19–20, 18–24.

Прћић 2012: Т. Прћић, „Како се на енглеском каже олдатјмер? – англицизми као српско-енглески лажни парови“, *Зборник Машице српске за филологију и лингвистику*, 55/2, 203–220.

Секулић, Александар. 2011. „Критика употребе англицизама у националистичком дискурсу у Србији“. Сајт Мировна академија. <<http://mirovna-akademija.org/rma/bhs/eseji/45-language/251-kritikaupotrebe>> [6. 6. 2014]

Силашки 2012: Н. Силашки, *Српски језик у иранзицији: О англицизмима у економском реџистру*, ЦИД Економског факултета, Београд.

Филиповић 1990: Р. Filipović, *Anglicizmi u hrvatskom ili srpskom jeziku*, IAZU, Školska knjiga, Zagreb.

Филиповић Ковачевић 2007: С. Филиповић Ковачевић, „Статус и употреба англицизама у српском језику“, *Свети речи*, 23–24, 31–34.

Филиповић Ковачевић 2011: С. Филиповић Ковачевић, „Англицизми као међујезички појмовни амалгами“, *Зборник Машице српске за филологију и лингвистику*, 54/2, 247–263.

Чутура – Ђирковић Миладиновић 2011: И. Чутура, И. Ђирковић Миладиновић, „О новијим англицизмима у медијима“, у: М. Ковачевић (ур.), *Наука и политика*, књ. 5, том 1, Пале: Филозофски факултет Универзитета у Источном Сарајеву, 153–168.

THE USE OF ENGLISH WORDS IN SERBIAN: THE IDEOLOGICAL PERSPECTIVE FROM TWO ARTICLES

Summary

The aim of this paper is presenting existing attitudes about the widespread usage of English words in Serbian explicitly or implicitly mentioned in the journalistic style. Our focus is on two articles: „Can we live without English words“ and „Cool is so super“. Therefore, these texts, written in Serbian, are analyzed linguistically, as well as from the ideological perspective: the oppositions such as *we-they*, the used metaphors, comparisons, and pictures which accompany the articles. The usage of unadjusted English words in Serbian lies on the periphery of standard Serbian language. On the other side, the usage of English words occupies the central place within the jargon. The generic use of concepts is common in Serbian, but that kind of usage was not mentioned in the articles, such as *I bought shampoo* instead of *I bought Head&Shoulders*. The widespread use of English words in Serbian is shown as a flood or a disease, on the one hand, but as prestigious, on the other.

Key words: English words, Serbian language, ideology, journalistic style

Aleksandra A. Janić

Стефан Д. ТОДОРОВИЋ¹

Јаџгодина

ЈЕЗИЧКО-ИДЕОЛОШКА ПРИЧА О МРТВИМА: ЛИНГВОКУЛТУРОЛОШКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ НОВИНСКИХ ЧИТУЉА²

О карактеристикама новинских читуља више је писано у иностраној него домаћој литератури, уз најчешће описе њихових текстуалних особености и традицијске подлоге. Овај рад има циљ да покаже: најпре само порекло читуља и њихов продор у новинарство, потом кључне језичко-текстуалне особености и, коначно, на који начин управо те језичке карактеристике служе као окидачи/импулси распознавања овог жанра, истовремено чинећи маркере идеолошког које се у овим дискурсима мапира.

Кључне речи: читуље, смрт, новинарство, публицистички стил, језик, идеологија, стилистика, жанр, текст

1. Увод: прича о мртвима

Читуље су детаљније истраживане из различитих дисциплинарних усмерања (в. Мосес, Марели 2004, Рихтман Аугуштин 1978, Савић 1998, Старк 2004, Тодуа 2013, Фернандез 2006, Чоловић 1982). Истраживачи који су се бавили читуљама на српском језику, најчешће се баве карактеристикама текста уз фокус на разноврсне утицаје (традиција, религија итд.), особито уз употребу статистичких метода. Предмет овог рада јесте да се покажу језичко-идеолошке особености новинских читуља, односно на који начин и зашто људи граде своју причу о мртвима на страницама новина. Откуд „прича о мртвима“? У својој танатолошкој антропологији

¹ stodorovic@rocketmail

² Рад је у урађен је у оквиру пројекта 178014: *Динамика структуре савременог српског језика* Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

Л. В. Тома (2009б: 209–210), пратећи дихотомију Де Сосира³, разматра „говор смрти“ и „језик смрти“, примећујући и појаве као што су „жива реч о смрти“ и „дијалог са мртвима“. У овом раду, тумачења се ослањају на саму живу реч, односно говор о смрти, с обзиром на то да је у питању једна кодификована варијанта приче, односно престилизована у односу на праву живу реч која у неким друштвима и даље постоји. Циљ је да се на основу испитаних језичких и текстуалних карактеристика, које истовремено служе као окидачи/импулси идеолошког, одреде и маркери овог жанра. При томе, уз преиспитивање неких лингвистичких параметара, битан задатак биће проматрати одређене топосе са једног културолошког⁴ становишта како би се идеолошко у њему разазнало: коначно је исходште показати не само шта и како пишу људи о мртвима, већ и шта начини комуникације говоре о њима самима – одражавају ли антрополошку свест о смрти и да ли су читуље слика идентитета.⁵ С циљем бољег сагледавања културолошког кода који се у појединим вербализацијама сусреће, у раду ће бити изнета и нека разматрања везана за пореко тих појава и утицаја који је одредио њихов језичко-идеолошки статус, односно, какав је њихов суоднос са оралном културом. Као корпус за проучавање послужио је поинцијалски тип новина *Нови цуш* из Јагодине.⁶

2. Порекло новинских читуља: суоднос са оралном културом

Проучавајући специфичне форме које публицистички стил изнедрава, досадашњи истраживачи⁷ готово никада не уврштавају новинске читуље у своја истраживања, иако су неспецифични публицистички изражајни облици, и представљају медије⁸ кроз које исијавају неки друкчији културолошки феномени. Њих И. Чоловић (1982) убраја у „дивљу књижевност“ – ону књижевност која покрива подручје писаног језичког

3 Тома (в. 2009б: 209–210) одређује и три димензије смрти (симболичку, парадигматску и синтагматску), пратећи и допуњујући Де Сосиров принцип.

4 „These texts are a window that provides a view into a culture. They are one of the elements out of which literate cultures are built.“ (Мосес, Марели 2004: 123) „These obituaries are not a mirror into a culture any more, as obituaries generally are or used to be. They offer a glimpse of all cultures as a mosaic.“ [курзив С.Т.]“ (Тоуда 2013: 67)

5 Отуд је од великог значаја преиспитати оно што Тома (1980а: 27) назива танатолошка антропологија, односно антропологија смрти.

6 Спорадичним одабиром, прикупљено је двадесет бројева *Новог цуша* (бр. 2120–2140; 14.1–10.6. 2009).

7 У стилистичкој литератури аутори читуље не сврставају у међустилове, нити у подстилове публицистичког (в. Тошовић 2002, Катнић Бакаршић 1999, Младенов 1980, Силић 2006).

8 „Despite this reluctance to mention the subject of death, there are communicative situations in which one cannot evade the notions of death and dying. This is the case of obituaries, those newspaper notices devoted to recording and announcing a death.“ (Фернандез 2006: 32)

стварања између уметничке литературе и фолклора као усмене књижевности, која обично припада паралитератури, а назива се још и „полуфолклорном“, „полународном“, „пучком“ књижевношћу и сл. (в. 1982: 252).

Новинске читуље по свом пореклу представљају тужбалички престилизован жанр народне традиције, унет у новинарство као савремени медиј обраћања. Иако су ови текстови настали од елемената тужбалица, увиђа се да се они „квалитативно“ разликују од њих, односно да су они резултат контаминације преузетих елемената и облика „под извесним углом“, а не само „компилација и имитација“ (Чоловић 1982: 263), односно, оне се одликују својеврсном ефицијентношћу⁹. Тако новинска тужбалица/читуља замењује стару, традицијску, усмену тужбалицу. У усменој реализацији тужбаличког садржаја порука се размењује у обредном контексту (приликом сахране) и у контактної комуникацији¹⁰, а код читуља то постаје текстуална форма, и то превасходно монолошка. В. Виноградов (1971: 38, 39) сматра да је знатан део поступака при распоређивању речи у монологу *секундарно* (односно књишког, књижевног, уметничког) порекла, тј. да је створен путем прилагођавања систему усменог говора и да, као такав, монолог чува своју природу сложене „вештачке“ творевине. Друкчије речено, долази до стилске трансфигурације¹¹: до преобликовања према вањском узору, при чему се добија и естетски карактер. Стога, усмене тужбалице престилизоване, тј. квалитативно преведене у форму новинских тужбалица сада добијају нов статус иако чувају стару тематику, односно у њиховом настанку дошло је и до стилске транслокације¹²: преношењем у посебан, друкчији, новински структурисан амбијент, оне попримају његове извесне карактеристике. Као јавне, постају општије, односно, оне контекстуализују колективни карактер. Пошто је то специфична врста, настала је спајањем усмене и писане комуникације, са елементима стилизације, она се мора појавити у специфичном функционалном стилу, што је комерцијалистички устројен¹³ публицистички стил.

Говорећи о типовима и пореклу читуља у западним културама, Старк (2004: 4–6) истиче да су се у 18. веку издвојиле првобитно форме некролога, као жанра који је служио за објављивање смрти, али су се касније мењале формално-садржински, па данас оне имају разноврсне типове. Детаљним прегледом литературе (Чоловић 1982, Рихтман Аугуштин

9 Ефицијентност је усмерење комуникацијског дејства. (в. Симић 2001: 61–62)

10 В. и етнолошка тумачења о обредима Д. Бандића (1980, 1991).

11 О трансфигурацији в. Симић 2001: 189, 190.

12 О транслокацији в. Симић 2001: 190–192.

13 П. Гиро (1975: 101) сматра да је функција обреда мање да информише а више да успостави заједништво. На другој су страни управо новинске тужбалице, које су информативне, комерцијалне.

1978, Савић 1998), показује се примарно моделовање и основне функционалне особине неколико типова читуља, што за тему овог рада тренутно није од суштинске важности.

3. Језичке особености читуља као импулси идеолошког

И. Чоловић (1982: 102) утврђује да уз обавештења и изјаве обично иду и изјаве жалости, уз име атрибут, у поменима податак о протеклом времену, (еуфемистични) изрази, кратке поруке саучешћа, а обимнији изрази јавне захвалности и сл. Уз обавештење о смрти покојника обично иду изјаве *са дубоким и неизмерним болом, са тугом у срцу и болом у души, дубоко пошресени*, чиме ожалашћени исказују жалост због губитка. Овакве језичке форме очигледно су клишеизираниог типа и делом су постале одликама дискурса читуља. Са стилистичке стране, ово су немаркиране јединице, с обзиром на то да не утичу битно на конфигурисање специфичног значења читуље. Па ипак, са стране учинка, оне су „оптимална“ структура исказа, јер такав тип структуре осим што потпуно, тачно или прецизно описује садржај, он има и упечатљивост и снагу која побуђује пажњу и активира све духовне потенцијале примаоца и све додатне околности које утичу на те потенцијале (Симић 2000: 10). У категорију немаркираних јединица, оправдано је стога сврстати и атрибуте и атрибутске структуре типа *моја драга и племеница, наша вољена, наша драга, драги, најдражи, наш мили и никад прежаљени*, или пак еуфемистичке глаголе, неперифрастичке (*преминути, настрадаши, напустиши, ушихнути, почиваши*) и перифрастичке (*изгубиши живој, заспаши вечним сном*), са проширењима (*неочекивано, трагично, заувек, у миру*) – јер сви ови изрази и додаци представљају активирање управо оних потенцијала који су неопходни за оптимланост исказа. Пошто у оваквој комуникацији прималац у оном правом смислу као део канала не постоји и ако се као комуникатор-реципијент сматра колектив (односно они који читуље прелиставају), онда је јасно да овакви изрази служе управо за њихово укључивање. Ако се претпостави да одређени перифрастички скупови потичу из табуа, употребом перифразе постиже се поетизација смрти, што ослобађа обавезе да се о самој смрти говори директно, па се именује другим лексемима – тиме је њена главна функција „*rešiti se jeze od smrti*“ (Тома 1980б: 183).

Поетизација ових текстова не постиже се само употребом перифразе као стилског средства, већ и употребом метафоризације и еуфемизације. Као фигуре ублажавања, еуфемизми у новинарству могу, према М. Мла-

денову (в. 1980: 122), имати различите функције. Међутим, у контексту читуља треба нагласити да они дубоке корене имају у табуизираној и репресивној свести друштва као колектива, па служе за умањивање оних кодова карактеристичних за човеково понашање управо у том домену. Продор еуфемизама везаних за смрт данас очигледан је када се обухвати целокупни публицистички стил и разни његови регистри.¹⁴ Најзначајнији за дискурс читуља, додуше стилистички немаркирани, јесу еуфемизми за означавање „гроба“ – *вечна кућа, светио месџо*, управо истим реализацијама које прелазе из дискурса читуља у друге системе. Ова два еуфемизма добијају скоро фразеолошки карактер, с обзиром на то да их карактерише присуство асоцијативног значења, односно њима се конотира да је то коначиште покојника, чиме се актуализује њихова експресивна функција. У неким друкчијим дискурзивним условима, као што су рубрике хроника, они се транскодификују¹⁵. Гробно место и иначе има битну функцију у комуникацији са мртвима. То проистиче из схватања о постепеном преласку покојника из сфере живота у сферу смрти, где надгробни споменик на гробном месту постаје управо средство комуникације (исп. Зечевић 1982). Један од битних перифрастички насталих еуфемизама свакако је и замена за лексему „леш“ – скуп „посмртни остаци“. С обзиром на то да је леш једина манифестација покојника (Тома 1980б: 237), а по природи својој он изазива страх¹⁶ код људи, не чуди употреба оваквих језичких скупова како би се избегло именовање. Коначно, на плану когнитивних ефеката смрт се у читуљама често концептуализује разноврсним појмовним метафорама, попут: путовање, крај, губитак, награда, одмор итд. (Фернандез 2006).¹⁷ Интересантно је приметити откуд овакав начин концептуализовања смрти: осим очекиваног гледања на смрт као губитак и крај, што проистиче из веровања да смрт заиста представља нестанак покојника, јавља се и гледање на смрт као нешто што је добро и што представља одмор или награду. Последњи видови виђења смрти представљају само појмовни вид еуфемизације у смислу

14 Најпре се то види кроз употребу разних еуфемистичких перифраза у различитим дискурсима новинарства (*изгубити животи, поглећи повредама, извршити смоубиство, давати знаке животи, извући живу главу*).

15 О поступку стилске транскодификације в. Симић 2001: 195–200. О присуству оваквих транскодификованих еуфемизама у другим дискурсима новинарства в. Тодоровић 2014.

16 Тома (1980б) више пута спомиње страх од леша код људи, а Батај (в. 2009: 38) страх везује за одређене типове забрана. При томе, како се може ишчитати код Батаја (в. 2009: 39), смрт оставља последице на сам леш, који сада постаје готово магијска претња или опасност по живе, па је обред сахрањивања нужан. Наравно, овакво схватање корене вуче дубоку у митску свест.

17 Фернандез (2006) когнитивнолингвистички анализира управо ове концептуалне метафоре на примеру новинских читуља. У овом раду само се делимично спомињу могућности и оваквог тумачења, што не значи да неће бити предмет неког будућег рада.

да се смртно исходиште покојника посматра као тренутни прелазак на друго место, што свакако треба узети за јак утицај религијске свести. Друкчије речено, остаје веровање у живот „тамо“, односно рајски живот, па је стога сама смрт кретање, односно путовање од места живих, ка месту које се замишља као рај. Треба се усудити и рећи да овакво веровање посеже и дубље, готово митски, како би рекао Тома (1980б: 93): „Ljudi su oduvek nastojali, na imaginarnom nivou, da smrt pokrenu, svodeći je bilo na počinak ili san (što se još u današnjem jeziku uočava), bilo na – i to se češće javlja u mitskom mišljenju – putovanje, seljenje duše (zar se i danas za umiranje ne kaže „odlazak“?)“.

Тужбаличке поруке подударају се са мотивима традиционалног оплакивања мртвих, а могу се јавити самостално, као део веће наративне целине/поздрава, епистоле или у оквиру стихова. Тужбалички карактер, односно тон, посредник је у прелазу из народне тужбалице у новинску читуљу јер се он стилски транскодификује, односно, на читуљу је пројектован тужбалички карактер који се везује као њен знаковни садржај.

Када се тужбаличке поруке јаве самостално, оне могу бити конструисане у 2. лицу јединине или множине или у 3. лицу јединине. Када је реч о првом типу тужбаличких порука, оне подразумевају директно обраћање покојнику од стране пошљаоца/пошљалаца, док други тип подразумева присећање покојникове личности. Уз то, употребом одређеног лица или безличних облика, човек често банализује ситуацију у коју га је довео смртно исходиште неке особе. (в. 1980б: 183)

Вечийи огањ исконскоџ, сијаће и гореће ваџром вечноџ бола и шуџе уџерене ка шеби. (2136, 13.V), Било је лако волетти ње, њешко изубитти ње, а још њеже живеџи без шебе. (2137, 20.V), Заувек без шебе, а увек са њобом. (2139, 3.VI), Живећеш вечно. (2139, 3.VI), Усџомену на шебе чуваћемо у нашим срцима и увек ћемо се сећаџи. (2120, 14.I), Ни џосле оволико деценија не бледе сећања на наше рано џреминуле сесџре. (2134, 29.IV), Усџомене на њеџа чувају ћерке (...) са џородицама. (2120, 14.I), Усџомену на шебе чуваћемо у нашим срцима и увек ћемо ње се сећаџи. С џошџовањем и љубављу. (2121, 21.I), Након десетџ година џразнина је све већа. (2124, 11.II).

Овде се сусреће чињеница извесне компилаторности и понављања, тачније састављачи ових читуља полазе од ранијих текстова па је присутна превага клишеа над иновацијом, општег над појединачним, при чему је циљ општа „препознатљивост“ (исп. Чоловић 1982: 121). Независно од тога да ли је састављач читуље члан редакције у издаваштву, или неко од ожалашћених, долази се до закључка да ожалашћенима очигледно не

смета што је оглас који потписују, сем личних података, од речи до речи преписан или унеколико модификован.

Када је реч о већим наративним целинама/поздравима, тужбаличка порука најчешће се јавља на самом крају, а таква је ситуација и са еписолом. Независно од тога да ли је овде у питању писмо у правом смислу те речи, или пак поздравна порука, тј. дужа наративна целина, резултат је увек исти: тужбаличке поруке представљају савремени вид традиционалне фолклорне посмртне и комеморативне комуникације, с тим што се у њиховој форми и садржини запажају мања или већа одступања од традиционалних модела, али се веза са овим моделима никада не губи. Наиме, форма писма и сам поступак наративизације омогућавају да се у тексту сачува смер тужбаличке комуникације, од ожалашћених према покојнику (Чоловић 1982: 112). Писмо представља знак привржености и љубави, покатакд и дубоке интимае, па с тим у вези треба скренути пажњу да се код ових читуља јавља директан смер комуникације ка покојнику.

Да ли се тиме пренебрегава чињеница смрти? Запажа се да промена граматичког смера комуникације не повлачи са собом друге промене у лексици и синтакси, како је и И. Чоловић приметно (1982: 116). Наилази се на чињеницу да овакав тип порука представља конвенцију.¹⁸ Тужбалички тон доживљава на изванредан начин стилску мимикрију¹⁹: тако да њен положај више није доминантан, него раван са осталим члановима унутар самога система.

Ова противречност између настојања да се обраћање мртвима психолошки мотивише и спремност да се нагласи његова реторичност произилази из темељне двосмислености тужбаличке комуникације, која, с једне стране, потхрањује идеју о вечном опстанку мртвих у срцима, души и сећањима живих, а, с друге стране, служи томе да се између живота и смрти повуче јасна граница, да се истакне необичност чињенице смрти, макар уз напомену да се ожалашћени са њом не могу помирити. (Чоловић 1982: 115)

У њима постоји спој 'логичких' и 'афективних' знакова друштвеног искуства (в. Гиро 1975: 90), односно, присутно је афективно сећање на покојника које актуализује тужбалички тон изнова:

Драги мој (...), оставио си велику њугу у мом срцу, зар је страх од операције која би ти спасила животи био толико велики да си раизиковао животи који си толико волео. Буди ипак срећан јер си оставио све твоје драге живе и

18 Тома (1980b: 64) запажа како западне цивилизације теже да одагнају мисао о смрти, на шта указује непостојање бројних примера патолошке туге, који су више кодификовани или институционализовани.

19 О стилској мимикрији в. Симић 200: 205, 206.

здраве. (2140, 10.VI), (...) Чистиавоџ животиѧ гледали смо ше са одушевљењем, стиѧмену шврђаву саздану од љубави и посвећености. И зашто, хвала ти шито си увек био пријатељ на којеџ смо могли да се ослонимо, херој на коџа смо могли увек да рачунамо, а пре свеџа хвала шито си био наш шатиѧ, син, муж, брати. (2120, 14.I).

– али и афективно пројектовање²⁰ покојникове личности:

(...) Био си наша ружа, наш златник, пулољак наш нерасцветали. Био си осмех, суза среће у нашим очима, био си каи росе и први зрак сунца. А сада? Сада си тишина, велики бол у нашим срцима. (2134, 29.IV), Пролеће без шебе није тако лепо као пре. Нема ше да уживаш у швом лепо расцветалом воћу, олисталој виновој лози и осталим и осталим пролећним лепошима и радостима. (...) Твој лик и дело и врлине које су ше красиле памтићемо док је нас. Нема више твојих вредности руку, коџ су се посла лашиле, све су позлаћиле. (2133, 15.IV).

Овакво афективно пројектовање има дубљу симболичку вредност.²¹ Покојнику се истовремено јемчи да ће се бринути о његовом загробном животу. Евоцирају се и славе управо оне вредности од којих зависи интегритет заједнице па међу врлинама које красе умрлог преваг имају моралне вредности потврђене у односу према породици и заједници, док су у други план потиснуте покојникове интелектуалне, стваралачке, психолошке и физичке вредности, мада и оне некад могу бити експлициране:

У своју породицу си уградио свој животи, љубав и честитости, давао подршку у најтежим тренуцима. (2131, 1.IV), Недостјаје нам твоја љубав и разумевање. (2124, 11.II), Тешко је живети са усломенама, не чути твој глас и не видети твоје насмејано лице и лепе плаве очи. (2121, 21.I), Оставила си нам непоновљиве лекције о вредностима поштења, о невероватном оптимизму којим си само Ти могла да победиш све недаће које су Те снаиле у животи. Дичимо се Тобом и Твојим животињим пушем. (2122, 28.I), Драги брати, имао си добру душу, велико срце али твоје срце је брзо прејукло тако да си себи пресудио, а сад почивај у миру. (2126, 25.II), Драги оче, хвала ти за помоћ, љубав и пажњу коју си нам подарио. (2126, 25.II), Драги наш шатиѧ, био си и остајеш заувек наш песник, хумориста и наша легенда. (2122, 28.I), Привилегија је била живети са тако добрим, честитим и хуманим оцем, суђуџом и деком. (2126, 25.II).

²⁰ Тома (1980б: 235) истиче да осим оних читауља у којима је дато обавештење о смрти постоје и оне које имају изразити афективни тон, а неке попримају и религиозну димензију.

²¹ „Кићење покојника највећим врлинама део је религијског проседеа, такозваног обреда прелаза, којим се овде покојник припрема за вечност и у њу преводи, обреда у који спадају и такве радње као што су купање и пресвлачење мртвих. Овај у похвали добија неку врсту разрешења од својих обавеза према свету живих и препоруку за оностраност.“ (Чоловић 1982: 129)

Свакако да се ово најпре односи на схватање које у српској традиционалној култури постоји везано за човечију душу.²² На нивоу конкретних обреда, то је мало другачије јер они представљају директно сучељавање људи са смрћу у смислу, оно што она представља (гроб, леш, погреб и сл.), при чему се јавља „odbijanje da se veruje u smrt drugoga“, што представља „dodavanje elementa opovrgavanja našoj vlastitoj zebnji od smrti“ (Тома 1980б: 97). Новинске читуље стога само су један одклон и начин да се човек заштити и да свему приђе здраворазумски: стављена на папир и припремљена за штампу, читуља не представља више симболички део онога што смрт покрене. Испуштена из дискурса смрти, читуља постаје текст који даје ослобађање и самим тим што је у извесном смилу чин дужности – да се о мртвима поново проговори. Ово је утолико карактеристично за најбројнији тип читуља – помене, чија функција и јесте присећање покојникове личности. Отуд не чуди чињеница што се у поменима који се односе на смртна исходишта од којих је прошло више времена јавља толико елемената афективности, кроз употребу писама, цитата, песама и сл. мотива тужбаличког садржаја. Не треба заборавити да погреб, „i to u svim poznatim razboritim društvima, izražava istovremeno krizu i njeno prevazilaženje, s jedne strane, razbor i strepnju, a nadu i utehu s druge“ (Тома 1980б: 350).

4. Закључна разматрања: читуље као слика идентитета

Новинске читуље у савременој публицистици представљају драгоцену културну баштину. Популаризоване као што су то некада чинили традиционалнији модели вербализовања свих обредних радњи везаних за табуизиране представе смрти, оне данас постају предметом све већег интересевоња не само етнолога, антрополога и културолога, већ и лингвиста. У овом је раду било покушаја да се опишу неке од њихових лингвокултуролошких особености па су анализом тзв. „приче о мртвима“ показане три ствари: најпре порекло читуља и њихов однос са оралном културом, потом језичке карактеристике као импулси идеолошког, маркирајући читуље као жанр, и коначно, конфигурисање идеолошког у овим текстовима које недвосмислено указује на посебну антрополошку свест модерног човека о смрти, одређујући читуље као слику човековог идентитета.

На плану порекла читуља, увиђа се да долази до престилизације/„преквалификавања“ из оралне културе у жанр новинарства. Читуље тако постају гласило модерног човека за изражавање осећајности и доживљаја поводом смрти, превазилазећи старе усмене жанрове који имају ко-

22 Исп. ентолошко тумачење односа душе и тела у: Бандић 1991: 246–247.

дификовану и системски одређену структуру везану за контактни обред. Друкчије речено, тзв. „жива реч“, или „говор о смрти“, постаје кодификована варијанта приче: трансформисана, модернизована и институционализована у односу на праву живу реч са тужбаличким тоном која у неким културама и даље егзистира.

У покушавају пренебрегавања танатолошког, модерни човек користи текстуалне форме које имају висок степен институционализације у погледу саме употребе језичких механизма и текстуалних маркера. Важна карактеристика која се данас читује у овим текстовима, поред клишеизираниости и извесна оригиналност и слобода у комбиновању елемената, унеколико оповргава чињеницу да су читуље чисто компилаторног типа, или плагијати. Упркос великом броју стилстички немаркираних јединица, корпус показује да читуље итекако могу имати маркиране стилеме и да је могућ слободан избор механизма. Међу честим стилским операцијама честа је тропизација, са еуфемизацијом и фразеологизацијом, употреба перифрастичких конструкција, употреба писма, различитог лица, атрибуције и речи са афективним тоном. Модерни човек, иако растрзан између религијског са једне стране, и митског (и/ или паганског) – са друге, поетизује смрт и њене сегменте (леш, гроб, начин умирања). И сама смрт, хиперонимски постављена, често се концептуализује, посредством различитих митских и религијских схватања, као путовање, сан, одмор итд. Друкчије речено, крајњи домет когниције модерног човека одражава се у свету рајског и срећнијег живота, па је сама смрт само прелаз из овог живота у неки бољи.

Ако новинске читуље раније нису служиле изражавању личних осећања и ставова, него, напротив, саображавању друштвено санкционисаној конвенцији, подвођења личног и психолошког под друштвено и обичајно, данас се учитава сложенија ситуација која би можда захтевала нека дубља етнолошка и културолошка истраживања. Ипак, читуљама из овог корпуса не пренебрегава се чињеница смрти: тужбалички карактер, интимност, фамилијарност и сл. ограничени су на план емоције у самом дискурсу одређене структуре, што сугерише да се план фикције и реалности никада не мешају, већ јасно одвајају. То значи да се, по речима И. Чоловића (1982: 127), у овим текстовима остварује двострука реторичка негација смрти и живота: мртви „живе“, а живи „умиру“. Односно, покојници остају у оностраном свету, а ожалошћени у свету живих оплакујући их.

Долази се до закључка да читуље говоре много о човеку као субјекту: одражавајући антрополошку свест о смрти упркос модернизацији друштва, читуље тако постају слика човековог идентитета. Наиме, оства-

рујући саму двоструку реторичку негацију смрти и живота, човек врши кодификацију и институционализацију веровања у загробни живот. Друкчије речено, ако се схвати да је смрт друштвено-културна стварност/ датост (в. Тома 1980а: 75), идеолошко које се разазнаје у овим текстовима кључни је чинилац оваквог конфигурисања значења смрти у тексту. Јер, акценат сада више није на оном о коме се пише, већ на онима који о њему/ њој пишу, с обзиром на то да мртви постају предмет текста, а произвођачи дискурса јесу људи: они читуље пишу, али и читају, уносећи своју инстанцу и плетући читаву мрежу различитих значења.

ЛИТЕРАТУРА

- Бандић 1980: D. Bandić, *Tabu u tradicionalnoj kulturi Srba*, Beograd: XX vek 1980.
- Бандић 1991: Д. Бандић, *Народна религија Срба у 100 њојмова*, Beograd.
- Батај 2009: Ž. Bataj, *Erotizam*, Službeni glasnik: Beograd.
- Виноградов 1971: V. V. Vinogradov, *Stilistika i poetika*, Sarajevo: Zavod za izdavanje udžbenika.
- Гиро 1975: P. Giro, *Semiologija*, Beograd: BIGZ.
- Зечевић 1982: С Зечевић, *Култи мртвих код Срба*, Beograd : Етнографски музеј.
- Катнић Бакаршић (1999): M. Katnić-Bakaršić, *Lingvistička stilistika*. Prague, Budapest: Open Society Institute, Center for Publishing Development Electronic Publishing Program.
- Младенов 1980: М. Младенов, *Новинарска стилистика*, Beograd: Научна књига.
- Мосес, Марели 2004: R. A. Moses, G.D. Marelli, *Obituaries and the Discursive Construction of Dying and Living. Proceedings of the Eleventh Annual Symposium about Language and Society*, Austin April 11-13.
- Рихтман Аугуштин 1978: D. Rihtman Auguštin, *Novinske osmrtnice, Narodna umjetnost*, 15, 116–173.
- Савић 1998: С. Савић, „Дискурсне особине читуља“, *Зборник Матице српске за филологију и лингвистику*, 41/2, 141–152.
- Силић 2006: J. Silić, *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*, Zagreb: Disput.
- Симић 2000: Р. Симић, *Стилистика српског језика*, Beograd: НДПСЈ.
- Симић 2001: Р. Симић, *Општа стилистика*, Beograd: НДПСЈ/ ЈАСЕН.
- Старк 2004: N. Starck, *Writes of passage: a comparative study of newspaper obituary practice in Australia, Britain and the United States* (PhD thesis), Flinders University.
- Тодоровић 2014: С. Тодоровић, Утицај језичко-стилских процеса у творењу језичко-идеолошких особености фразеолошких перифраза у језику новинарства, *Литер*, 53, 33–48.
- Тодуа 2013: L. Todua, *Broadsheet – barometer and paragon of sociolinguistics changes, Journal of Education*, 2/1, 63–67.
- Тома 1980а: L. V. Toma, *Antropologija smrti*, 1, Prosveta: Beograd.
- Тома 1980б: L. V. Toma, *Antropologija smrti*, 2, Prosveta: Beograd.
- Тошовић 2002: Б. Тошовић, *Функционални стилови*, Beograd: Београдска књига.
- Фернандез 2006: E. Fernandez, *The language of Death: Euphemism and Conceptual Metaphorization in Victorian Obituaries*, *SKY Journal of Linguistics* 19, 101–130.
- Чоловић 1982: И. Чоловић, *Дивља књижевност*, Beograd: Полит.

LINGUO-IDEOLOGICAL STORY OF THE DEAD: LINGUO-CULTURAL CHARACTERISTICS OF NEWSPAPER OBITUARIES

Summary

This paper examines “the story of the dead”: in what way and why people construct their stories of the dead, writing their newspaper obituaries by using different linguo-ideological means. Apart from the examination of the origin of obituaries and their relationship with oral culture, which demonstrates that they constitute a “pre-stylized” genre of the modern individual, and on the basis of linguistic and textual markers as triggers of the ideological aspects in these texts, the conclusion reached is that obituaries speak volumes about an individual as subject: by reflecting the anthropological consciousness about death in spite of social modernization, obituaries become the image of a person’s identity. Namely, by achieving a double rhetorical negation of death and life (the dead “live on”, and the living “are dying”), a certain codification and institutionalization of the belief in the afterlife is performed. In other words, if it is taken that death is a socio-cultural reality/given, the ideological aspect which is perceived in these texts becomes the key factor of such configuration of the textual signification of death. Emphasis is no longer on the one being written about, but on the ones who write about him/her, given that the dead become the object of the text, and the generators of discourse are us: who write and read the obituaries.

Key words: obituaries, death, journalism, journalistic style, language, ideology, stylistics, genre, text

Stefan D. Todorović

Биљана ЗЛАТКОВИЋ^{1*}

ЗВУЧНА И ЗНАЧЕЊСКА СНАГА РЕЧИ КОЈЕ УЛАЗЕ У САСТАВ НАЗИВА КАФАНА У СРБИЈИ

Рад представља анализу назива кафана у Србији са циљем да се утврди којом се идеологијом руководе власници кафана приликом давања назива, као и са циљем да се утврди обим и врста утицаја енглеског језика у домену назива кафана. Истраживање је показало да је утицај енглеског језика присутан, и израженији у великим градовима. Поред избора лексике, утицај енглеског се огледа и на нивоу ортографије. Страна реч боље „продаје“ робу је мишљење којим се руководе власници, као и употреба лексема које код потрошача имају већи емоционални набој: Србија, именица *кућа*, владарске и племићке титуле, придеви – *сѿар* и *злашан*, заменице *мој* и *наш*.

Кључне речи: идеологија, кафане, називи, енглески, српски

Увод

Реч се може разложити по вертикали на више компоненти, заправо слојева: „У речи ми разликујемо: вањску форму, тј. артикулисани звук; садржај који се објективира помоћу звука; и унутрашњу форму, или најближе етимолошко значење, посреднички моменат преко којег се изражава садржај“ (Симић 2000: 29). Али не само етимолошко, већ и друга споредна значења речи, којих има више врста, важна су за исправно дешифровање садржаја.

Има доста времена од како нам лингвисти говоре да реч, као и сваки вербални знак, представља јединицу са две стране: једну страну представља њен материјални вид, то јест њен звук, а другу њен духовни вид, то јест

¹ bika2603@gmail.com

смисао (Јакобсон 1986: 22). У свакој речи и уопштено говорећи у сваком вербалном знаку звук и смисао, или другачије речено, означитељ и означено представљају нераскидиву целину. Роман Јакобсон у првом предавању описује стање у коме се лингвистика налазила крајем 19. века, критикује погледе младограматичара по чијем мишљењу звук и значење спадају у потпуно одвојена подручја, и доказује да није могуће одвојити звук од смисла, или језичка средства од њихових циљева. У сваком језичком знаку сједињени су звук и значење, или другим речима, означитељ и означено.

Де Сосир (1969: 83-84) сматра да лингвистички знак не спаја ствар са именом, већ појам са акустичком сликом, која није материјалан звук, чисто физичка ствар, већ психички отисак тог звука, представа коју нам о њему даје сведочанство наших чула. На једној страни звук мора бити ехо смислу, а на другој језички знак на неки скривен начин увек налази могућност да нас усмери ка одређеној идеји.

Веза између означитеља и означеног или другим речима, веза између низа фонема и значења је, насупрот Сосировој тези, нужна, али једина нужна веза међу њима јесте здруживање које почива на непосредном судству, дакле на спољашњем односу, док је здруживање које почива на сличности само необавезно (Јакобсон 1986: 97).

Сви облици дискурса, знаковних система и означавајућих пракси – од филма и телевизије до фикције и језика природних наука – производе одређене учинке, уобличавају наше свесно и несвесно, па су тесно повезани са одражавањем или трансформисањем постојећих система моћи. Језик је друштвена пракса, инструмент и за манипулацију и контролу и за хуманистички израз људског бића.

Кафана

Кафана, механа, бирцус, биртија вековима је уживала висок статус и стога не чуди да је била једна од најзначајнијих друштвених институција.

Прва кафана у Европи отворена је баш у Србији, и то читав век пре него у Лондону, Марсеју, Бечу и Лајпцигу. Прве кафане настале су на истоку, а на наше просторе ову „институцију“ доносе Османлијски освајачи. Сасвим је сигурно да су Турци током времена поред места за одмор – ханова и караван-сараја, оснивали и прве кафане. Након што је Београд предат Сулејману Величанственом, већ наредне године отворена је и прва кафана у Србији. Данас нема писаних трагова о томе где се тачно налазила та кафана, ко је био власник и како је изгледала.

За разлику од данашњих, у тим првим кафанама није се пило ништа друго до црне кафе. Традиција испијања црне кафе стара је вековима, а као завештање остала је од времена турске владавине на овим просторима. Током векова кафана је променила начин живота у вароши, те се у кафане одлазило не само због јела и пића, већ оне постају стециште свих важнијих дешавања. О значају кафане сведоче и историјски подаци да је управо на таквим местима приказан први филм, одржане су прве представе, први сајам књига.

Кафане почињу масовно да се отварају од 1830. године. Имена су добијале на различите начине. Идеологија приликом давања назива кафанама је видљива од самог почетка.

Називи кафана

При оснивању нове компаније, једна од најзначајнијих одлука која се поставља пред предузетником је давање назива компанији, јер ће се у будућности идентификовати тим именом, на тај начин ће се разликовати од конкуренције и управо је то разлог зашто називи привредних друштава „морају искористити звучну и значењску снагу речи од којих се састоје“. На једној страни је тежња пошилиоца ка оптималном учинку, а на другој страни учинак његове речи код примаоца – тај се однос испољава у вештини одабира грађе и способности обликовања исказа. Распоред речи је углавном слободан, уз две врсте ограничења. Први тип ограничења тиче се садржаја, а други је у вези са сврхом говора, са његовим интенцијама.

Прве кафане су добијале имена према својим газдама или власницима зграде у којој су отворене, према месту на коме су, или према некаквој ознаци-предмету који се издвајао у њиховој близини. Других имена и називања није било.

Данас је ситуација много другачија. Иако стручњаци истичу да назив фирме не може пресудно утицати на поверење потрошача, власници кафана у Србији просто се утркују у оригиналности имена. Током времена мењала се и идеологија давања назива кафанама.

„Патриотизам“ у називима кафана

У семантици велику улогу има и „колективно искуство“: веровање, традиција, или уопште: нешто што се може назвати „духовним амбијентом“ у којем се дешава спознаја – и комуникација о њој. Патриотизам је најистакнутији вид љубави према домовини, емоционална повезаност са

властитом нацијом. То је концепт чије знање обухвата различита позитивна осећања и ставове чији су субјекти сопствени народ, језик, држава, историја и култура. Он подразумева развијену националну свест и оформљен национални идентитет.

Патриотизам се одражава кроз осећај поноса према достигнућима и култури своје домовине, настојању да се очува њен карактер и идентитет, односно идентификација са осталим припадницима заједнице. У називима српских кафана присутане су скоро све важније историјске личности које су битне за српску културу и традицију.

Период националног ослобођења са собом носи називе као што су:

Херцеговина, Сарајево, Европа, Кафана Балканика, Кафана СФРЈ, Ресторан зрб, Москва, Краљевић Марко, Обилић, Цар Душан, Душанов конак, Велика Србија, Троглав, Видовдан, Цар Лазар, Србија, Грб, Стишара Србија, Национална кућа мерак, Српска кућа, Српска круна...

Марко Краљевић је омиљен јунак у поезији свих балканских народа: изузетно снажан и храбар; правичан, нежан и племенит; сналажљив и духовит, а понекад и суров; заштитник народа и сиротиње; борац против тираније и врсни мегданција; представник народног бунта и ослободилачких тежњи; епски и историјски лик.

Душан Силни: први српски цар, знатно је проширио границе српске државе према југу, српску цркву је са ранга архиепископије уздигао на ранг патријаршије, али је и једини владар из династије Немањића који није био проглашен за свеца после смрти.

Историјски догађај – Косовска битка је променила историју српског народа. Цар Лазар и Милош Обилић: косовски јунаци, симболи јунаштва, храбрости, човечности и правичности, изабрали су царство небеско и тиме стекли славу.

Доминантне именице и придеви у називима кафана

Власници кафана настоје да називе прилагоде масовном адресату, његовим погледима и стремљењима, да успоставе с њим фамилијарну комуникацију и пријатељску везу. Обично је недовољно човека убеђивати на темељу разума. Морају се побудити и његова осећања. Преко њих се много брже делује и постиже планирано, па је тако именица **кућа** – као симбол породичног живота и сигурности честа у називима српских кафана:

Кафана друџа кућа, Кафана моја друџа кућа, Кафана као код куће, Сшара кућа, Српска кућа, Бајлелорова кућа, Ловачка кућа, Луда кућа, Жуша кућа, Етно кућа динар, El Toro Steak House...

Најраније научене и најчешће употребљаване речи брже и уз мањи губитак енергије изазивају идеје, него њихови касније усвојени синоними.

Кафане у свом називу немају саму именицу кућа, већ и многе синониме: дом, брвнара, замак, колиба, двор, дворац, гнездо, огњиште, чардак, вила.

Дом ловаца, Ресшоран домаће кухиње наш дом, Етно брвнара ѓрош, Замак, Дишина колиба, Двор Александар, Кафана бели двори, Аџиа Етно Dvorac, Гнездо, Огњиште, Kastel kej, Castello, Етно ресшоран чардак...

Доминантни називи су они који у свом саставу имају следеће именице, или придеве изведене од њих: **цар, краљ, кнеџиња, принц, вишез, вожд, фараон, вођа, кайешан**. Познате су кафане:

Царева ћурија, Царски лов, Царски рошшил, Кушак код цара, Ресшоран цар, Руски цар, Цар Душан, Душанов конак, Грчки краљ, Краљевски врш, Краљичин вагон, Ресшоран домаће кухиње кнеџиња, Принц, Кафана вишез, Вожд, Фараон, Fišer, Don Quijote, Donna Klara, Код кайешана...

Сви ови називи упућују на разноврсност, квалитет и обиље хране.

Придев **злашан** који има више значења: начињен од злата; или има у себи злата; који је као злато, боје злата; блистав, сјајан; прекрасан, диван; врло користан, ваљан; који је на највећем успону, срећан, благословен; мио, драг, добар... чест је у називима кафана као и драго камење, али и новчане валуте:

Злашна круна, Злашан њек, Злашна долина, Злашна варош, Злашни бор, Злашно буре, Злашно брдо, Чарда злашно звонце, Брод ресшоран злашна рибица, Конашнште злашни кошилић, Perper Gold, Злашник, Кафана Дукаш, Дукаш, Дукаш плус, Етно брвнара ѓрош, Етно кућа динар, Драгуљ, Влашки драгуљ, Криштал, Криштална ноћ, Бисер...

Све то указује да је новац у савременом друштву централни мотив, чиме се руководе и власници кафана.

Именице **сан, одмор, ноћ, зора**:

Млинарув сан, Чобанов одмор, Одмор на Дрини, Чукарички сан, Друмски рај, Идила плус, Кафана мрак, Лишовачка ноћ, Моравска ноћ, Власинска ноћ, Оаза, Зелена оаза, Ресшоран оаза мира, Озон, Свануће, Зора, Јушро, Сунце, Кафана шролеће...

Придев *стир*:

Стара кућа, Стири зрад, Стири Бајо, Стири бунар, Стири Космај, Стиро здање, Етно ресиоран стира срјска кућа...

Називи треба да укажу на дугу традицију постојања саме кафане, чиме код посетилаца ствара поверење и увереност у квалитет.

Такође, и присвојне заменице *мој* и *наш* изазивају осећај да је нешто само наше, и да припада само нама: *Мој, Мој завичај, Мој силав, Кафана она моја, Кафана она моја на води, Кафана мала моја, Моја друга кућа, Наш дом...*

Називи који изазивају доста пажње су: *Она, а не нека друга, Мала маца, Она, Кафаница слајки зрех, Кафана мало би ше шако, Њума-њума...*

Присутни су и називи: *Шанса, Последња шанса, Алтернатива, Има дана, Иду дани, Panta rei, Кафана сипај, не пипај, Боље овде него прекојуша, Боље шу него шам.*

Необична и занимљива имена: *Кланица, Последњи зрош, Кафана код банкротша, Јоца банкротш, Код срјске наде, Развод брака, Код лажног сведока, Баш, баш, Биће скоро пројаси светиша, На крају светиша, Фолиранши, Анесиезија, Парасиос, Мајчина, Дворска луда, Моћ зовора, Кафана ај да пробамо, Кафана прича о нама, Кафана код мене, Немам ве де, Е овој га нигде нема...*

Већ је познато за називање кафане називима других институција: *Библиотека, Библиотека код Милушина, Читаоница.*

Из већ наведених примера, као и из многих других, може се уочити присуство нестандартне лексике. То су жаргонизми, дијалектизми и остале језичке јединице разговорног језика.

Страна реч боље „продаје“ робу од домаће

Приметно је да ћирилице готово и да нема на натписима изнад улаза у угоститељске објекте, али зато национални идентитет „бране стране речи“. Не само енглеског језика већ и италијанског, француског, грчког, шпанског...: *El Hispano, Bella Vista, Bella Italia, Bella Napoli, Bellissima, Bonitas, Dolce Vita, Mamma mia, Mammias, Me gustas, Bali paradiso, Bar latino, Castello, Capriolo, Le Moliere, Ipanema, Kallispera, Largos, Milagro...*

Енглески језик има све већи утицај на називе привредних друштава и оглашавање у Србији, за шта најнепосредније доказе можемо добити уколико избројимо рекламе, називе и обавештења на енглеском језику током шетње било којом прометнијом улицом у Србији. Имајући у виду

статус енглеског језика као глобалног језика данашњице, постоји све већи број истраживања његовог утицаја на друге језике у домену пословне комуникације.

Употреба англицизма јесте понекад претерана, а понекад оправдана због посебне ефективности или конотације коју са собом носи.

У случају одсуства домаће речи оправдано је користити туђице, то је пракса већине европских језика. Јер, према речима Вука Стефановића Караџића, некад је боље узети страну реч, него правити на силу лошу домаћу. Англицизми се често пишу у оригиналном, тј. изворном облику, али се понекад њихов изговор прилагођава српском језику, чак добија и падежне наставке.

Англицизми су преплавили језик назива српских кафана. Најчешћи разлог њиховог продирања свакако је општа распрострањеност енглеског језика у свету, па и његов статус као универзалног средства споразумевања међу припадницима различитих говорних заједница.

Према речима Јелене Јовановић (2010: 314-322), последњих година у јавној употреби српског језика – англицизми су изазвали бројне „језичке инфекције“. Све то је условљено одређеним друштвеним променама: велико сиромаштво и глад за бољим, смањено интересовање за очување српске традиције и културе итд.

Страна реч боље „продаје“ робу од домаће је идеологија којом се воде власници кафана и ресторана у Србији.

Наш народ, погођен разним ратовима и сиромаштвом, добио је комплекс ниже вредности, а проблем решава употребом енглеских речи како би себи обезбедио виши статус. Дакле, употреба енглеских позајмљеница постала је статусни симбол, а корен зла лежи у нашој малограђанштини и нижој свести, јер мислимо да ћемо испасти паметнији ако употребимо страну реч. Наш језик има довољно језичког потенцијала да одређене енглеске речи замени домаћим.

Енглески језик симболизује одређени начин живота, мишљења и понашања. Англицизми лакше постижу циљ, зато што написани у оригиналу одмах привлаче пажњу, као и због симболичког значења које тај језик има у нашој свести. Употребљавајући англицизме, аутор назива остварује лаку и брзу комуникацију са потенцијалним потрошачима и што је најбитније постиже жељени циљ.

Примери који то потврђују су следећи: Jet Set, Hunter, Indian Palace, Joy of the heart, Little Bay, Little Italy, Living, New York – New York, Mythologia, Perper Gold, Orient Express, Bled, Blue Wave, Burrito, Caruso, Castello, Collection Lounge Bar, Colonial Sun, Contact, Danubius, Dorian Gray, El Toro Steakhouse, Grand,

Green City, Gaston, Кафана IN, Fensi, Baby blue, Boss, Easy, Poseydon hall, Pink Panther, Perper, Diwali, Canoe, Restoran Wok to walk, Oktopus, Whatever at the corner, Sunset, Food & coffe mall, Dream team, Chicken Tikka, Patan duck, Fish & zeleniš...

Млада особа данас мора знати страни – енглески језик. Приморана је да га научи, и све чешће користи. Основна функција англицизама је иста – привлаче пажњу и замагљују поглед. Користе се како би онеобичили назив и учинили га што привлачнијим тј. занимљивијим одређеној социјалној групацији: дефинисаној полно, старосно или професионално.

Доминација енглеског језика је највидљивија у називима клубова, сплавова и кафића:

Klub Mr. Stefan Braun, Teatro, Cinema, Vanilla, Plastic, Klub time out, Hill, InBox, Julian Loft, Klub Bitef Art Cafe, Brooklyn, Mistique, Blue diamond, Anderground, Atom live, Klub Babys, Barock, Klub Brankow, Bullet, Crazy horse, Gun, Hyde, Hypnotic, Positive, Optimist, Beach club just vanilla, Wait & stay, Excellent, Shine, Sky, Riverside klubovi; Splav Freestyler, River, Blaywatch, Blek Panter, Sound, Hot mess, Bollywood, Crash, Best, Prestige, Splav fashion cafe, Love Story, New Laguna, Caffe Queen, Kafić Sity club, Cafe club brown, Kafe vanilla woman, Cafe & bar MoloTV, Ikki bar & japanese house, QP Lounge & restaurant.

Везник и, као што примећујемо, потиснула је замена из енглеског – &.

Масовна употреба англицизма отвара пут новом проблему – све мањем коришћењу ћирилице, српског националног писма. Јављају се готово суманути аргументи за протеривање ћирилице из Србије. Лепе јој се разноврсне етикете: да је комунистичка, да је сељачка, компликована итд, иако је код нас у употреби већ дванаест векова. Приметићемо да је већина назива кафана у нашој земљи исписана латиницом.

Уставом из 2006. године ћирилица је проглашена за службено писмо у Србији. Међутим, потребно је јачати свест српског народа о ћирилици као темељном националном симболу. Познато је да су многи владари у различитим епохама покушавали да забране Србима употребу ћирилице. Српску ћирилицу су забрањивали Марија Терезија, Франц Јозеф, Иван Мажуранић, Анте Павелић, као и многи други освајачи. У време Првог светског рата ћирилица је била званично забрањена у Хрватској, БиХ, Црној Гори и Србији од стране Аустроугарске. Краљ Александар I Карађорђевић је у време шестојануарске диктатуре предвидео и укидање ћирилице у интересу југословенства, али га је у томе спречио професор Александар Белић. Сада је ситуација знатно другачија, јер сада не постоје забране употребе ћирилице, већ народ или појединци, несвесно или свесно, угрожавају сопствено писмо.

Постоји извештан несклад између жеље да будемо посебни, први међу осталима, и уклапања у стереотипе, колективне мисаоне обрасце, тј. понашање онако како намеће мода. Језик реагује на све што се одиграва у животу друштва, па самим тим мора бити отворен према језичкој пракси.

Српском народу треба указати да је ћирилица драгуљ у ризници светске културне баштине с особиним да сваком гласу одговара један знак, по чему је он особен међу језицима европских и других народа, и да чување тако велике цивилизацијске тековине обједињује српски народ развијајући у њему национално самопоштовање и самопоздање.

Закључак

Наслови исуњени емоционалним и експресивним елементима, или страним речима (англицизмима) имају главни циљ да привуку пажњу потрошача и да створе прагматички простор за наметање одговарајуће слике света. Наравно, не треба ићи ка потпуном заустављању употребе нестандардне и несрпске лексике, али треба је ограничити и свести на неку прихватљиву меру. Идеолошко злостављање језика нужно га функционално онеспособљава и семантички знатно угрожава.

Без обзира што језик надживљава сваку идеологију, треба са nelaгодом реаговати на идеологизацију, претерану урбанизацију језика и одбацивање тзв. лингвистичке „простоте“ зарад наопако схваћеног култивисања језика и језичке културе.

ИЗВОРИ

www.yellowpages.rs
www.011info.com
www.navidiku.rs
www.mojakafana.com
www.ekapija.com

ЛИТЕРАТУРА

Банковић 2012: Марко Банковић „Утицај енглеског језика на давање назива привредним субјектима у Републици Србији“, *Савремена истраживања језика и књижевности* III /1, Крагујевац: ФИЛУМ.
 Бахтин 1980: Михаил Бахтин, *Марксизам и филозофија језика*, Београд: Нолит.
 Бугарски 1996: Ранко Бугарски, *Језик у друштву*, Београд.
 Голубовић 2007: Видоје Голубовић, *Механе и кафане старој Београда*, Београд:

Службени гласник.

Драгићевић 2007: Рајна Драгићевић, *Лексикологија српског језика*, Београд: Завод за уџбенике.

Јакобсон 1986: Роман Јакобсон, *Шест предавања о звуку и значењу*, Нови Сад: Књижевна заједница Новог Сада.

Јовановић 2010: Јелена Јовановић, *Лингвистика и стилистика новинског умећа*, Београд: Јасен.

Клајн, И., Шипка, М. 2008: *Велики речник стираних речи и израза*, Нови Сад: Прометеј.

Кликовац 2008: Душка Кликовац, *Језик и моћ*, Београд: XX век.

РМС 1967-1976: *Речник српскохрватског књижевног језика*, Нови Сад – Загреб: Матица српска – Матица хрватска.

Симић 2000: Радоје Симић, *Стилистика српског језика*, Београд: Филолошки факултет.

Сосир 1969: Фернинанд де Сосир, *Општа лингвистика*, Београд: Нолит.

ACUSTIC AND SEMANTIC POWER OF WORDS IN NAMES OF SERBIAN KAFANAS

Summary

This paper takes up the analysis of the names of *kafanas* (Serbian bars) in Serbia with the aim to determine the ideology used by *kafanas*' owners in naming their establishments, and to determine the scope and type of influence of the English language concerning *kafanas*' names. Research has shown the influence of the English language to be present and more expressed in big cities. Apart from having impact with lexical choices, the influence of English is also mirrored at the level of orthography. The opinion of the *kafanas*' owners is that a foreign word "sells" their goods better and that so does the use of lexemes containing higher emotional intensity among the consumers: Serbia, the noun *house*, rulers' and nobles' titles, adjectives – *old* and *gold(en)*, pronouns *my* and *our*.

Key words: ideology, kafanas, names, English, Serbian

Biljana Zlatković

Милица М. КОЧОВИЋ¹

Крађујевац

ИДЕОЛОШКИ АСПЕКТИ У РЕКЛАМАМА ПРОИЗВОДА ЗА НЕГУ И ЛЕПОТУ ЖЕНА

У овом раду ћемо анализирати језик реклама производа за негу и лепоту жена и његову идеологију, са аспекта критичке анализе дискурса, на основу тродимензионалног модела који је поставио Ферклаф. Анализа ће се највећим делом заснивати на употреби језика у овим рекламама и на стратегије које су коришћене за манипулацију купаца. Квалитативна анализа се заснива на рекламама у часописима, за производе бренда *Нивеа*, *Мејбелин*, *Гарниер* и *Лореал*. Анализа је показала да се у рекламама користе разна средства и технике за манипулисање, приликом чега је језик најбитније оруђе. Одабрали смо часописе, управо зато што имају велики утицај на читаоце и представљају сву комплексност медијског дискурса, који нам приказује различите идеолошке процесе.

Кључне речи: идеологија, језик, дискурс, нивеа, лореал, мејбелин, гарниер, реклама

Увод

Ворен Бергер тврди да се широм света годишње потроши више од 400 милијарди долара на рекламе, а да просечни гледалац одгледа преко 40.000 реклама годишње (Бергер 2001:10). Недавна студија спроведена од стране С. Ропер тима је показала и то да гледаоци данас заправо и воле да гледају рекламе, као и то да рекламе утичу на наш живот више него што бисмо признали – од тога који ћемо аутомобил возити, који ћемо омекшивач користити, преко тога којој ћемо банци веровати и на који парфем ћемо мирисати.

¹ milicak@hotmail.com

Рекламирање се током година развило, поставши средство манипулације и извор података који користи слабости нашег друштва као своје мане, а све у циљу финансијске добити (Калман 2010: 3).

Избор језика у рекламама је свакако битан фактор, узимајућу у обзир да је његов циљ да убеди потрошача да изабере управо тај производ у „мору“ других сличних производа. Осим лингвистике, многе друге академске дисциплине попут маркетинга, економије, психологије и политике проучавају рекламе, због њиховог свеукупног утицаја на друштво. Рекламе су уско повезане са разним друштвеним питањима која су тренутно актуелна – глобализација, заштита животне средине, култура и слично, што утиче на језик који се користи у рекламама, а управо тај језик нам пружа увид у културне идеологије, друштвене вредности тренутног система.

Јака конкуренција која влада међу произвођачима утиче на то да се приликом рекламирања користе свакакве технике убеђивања, попут „проблема који може бити решен само употребом њиховог производа“. Ово је једна од типичних одлика реклама козметичких препарата, шминке и производа за негу жена. Рекламе за жене су највећим делом универзалне, сконцентрисане су око типичних женских страхова – кожа, коса, тело, да ли сам довољно лепа, да ли се уклапам у идеал лепоте. Можемо тврдити да у језику реклама имамо својеврсну полну поделу, мушкарци – моћ, жене – естетика и страхови. Исто тако, тврдња да је језик реклама идеолошки унифициран, није далеко од истине. Уколико пажљиво анализирамо рекламе и њихову структуру, видећемо да се већина реклама заснива на низу симбола разумљивим циљној групи рекламе. Наравно, иза тих симбола се крију поруке и идеолошке тврдње које за циљ имају манипулацију циљним групама, у нашем случају – женама.

Кук тврди (Кук 2001) да рекламе информишу, убеђују, подсећају, утичу и мењају мишљење и обликују ставове. Он овим жели да каже да рекламе не утичу само на продавање производа већ и на промену друштва и људе да купују оно што им заиста и не треба или не желе. На овај начин, рекламе такође информишу купце и упозоравају. Стога, рекламе помажу да се изгради извесна свест, да се обликују ставови и да се преобликује идентитет.

Женски магацини обилују рекламама који утичу на размишљање жена, кроз слику и слоган оне утичу на њихову свест, тврдећи да оне имају моћ да досегну идеал лепоте који се пропагира на овај начин, као и то да оне то заслужују. Овај тип лепоте је постао прави религиозни императив за сваку одраслу особу женског пола, и тиме је притисак на жене утолико

већи да по сваку цену морају да досегну тај идеал, а препарати брендова попут Нивее, Гарниера, Мејбелина и Лореала су ту да им помогну.

„Идеална“ жена је приказана кроз стереотипе реклама, кроз њихове визуелне и текстуалне аспекте – слика и језик. Управо ће и то бити предмет наше анализе, слика, као визуелно средство убеђивања и језик, као инструмент друштвене моћи, идеологије и манипулације.

Наша анализа ће обухватити следећа питања:

- Који су лингвистички аспекти у рекламама производа за негу и лепоту?
- Које су идеолошке поруке у овим рекламама?
- Које се дискурзивне технике користе у овим рекламама, за потребе манипулације женама?

Мит о Нарцису у рекламама производа за негу и лепоту жена

Мит о Нарцису се може препознати, на најразличитије начине, у рекламама производа за лепоту и негу жена. Нарцис је, легенда каже, био младић који је ишао да посматра сопствену лепоту која се огледа у језеру. Толико је био опчињен самим собом да је једног дана пао у воду и утопио се. Ово продужење себе самог, у облику огледала, је толико отупело његова чула, док и сам није постао слуга свог одраза у огледалу.

Аналогија са нашом темом је и више него очигледна. Оно што омогућава рекламама овог типа да буду толико утицајне и исплативе је управо ропство жена свом одразу у огледалу, а производи које смо ми анализирали помажу женама да у огледалу виде оно што желе да виде, или бар да им се више или мање допада то што виде. Нарцис је у овом погледу био и остаће свеприсутан. Одроз у огледалу ће увек бити изузетно важан женама, вредан жртвовања и одрицања. Бар ће тако бити све док огледало показује спољашњи изглед, уместо унутрашњег. Када ће огледало показати ко смо заиста изнутра, уместо споља? Одговор на ово питање отвара много компликованије теме, али истовремено и зауставља опште „лудило“ које све више узима маха у савременом добу. Резултати наше анализе указују на један од многобројних аспеката овог проблема.

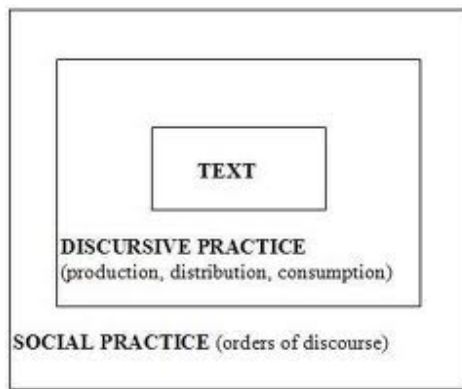
Методологија анализе и теоријски оквир

Што се тиче теоријског оквира, у овој анализи је коришћена критичка анализа дискурса, имајући у виду то да су рекламе део медијског дискурса, који подразумева како језик, тако и друштвене процесе. Због тога

је овај оквир коришћен да би се показала веза између природе друштвене праксе и језичких особина оваквих „текстова“.

Сprovedена је квалитативна студија, а прегледане су све рекламе брендова Нивеа, Мејбелин, Гарниер и Лореал, у женским магазинима *Joy*, *Лейоша* и *Здравље*, *Costmopolitan* и *Grazia*. Анализа података је базирана на Ферклафовом оквиру критичке анализе дискурса (Ферклаф 2001). Ферклаф сматра да се језичка анализа одвија кроз три димензије, односно три комуникативна догађаја – текстуални (анализа текста се фокусира на формалне карактеристике текста, попут вокабулара, граматике, кохезије и структуре); затим дискурсна пракса (анализа усмерена на употребу и дистрибуцију дискурса који је предмет проучавања) и друштвено-културна пракса (бави се друштвеним и културним дешавањима). Ферклафов модел, дакле, подразумева концепт дискурса као текста (микро ниво), дискурсне праксе (средњи ниво) и друштвено-културне праксе (макро ниво). Овај модел (оквир) подразумева проучавање не само текстуалне форме, већ и на који начин текст користи одговарајућем друштвеном контексту, односно дискурсној заједници.

Његов циљ је да истражи везу између језика, идеологије и моћи, што је и наш циљ у овом раду, а све да бисмо открили како рекламе убеђују жене да купе ове производе.



Слика 1. Ферклафов тродимензионални модел (2001)

Укупно је прегледано 25 реклама, из 4 различита часописа.

Резултати анализе и дискусија

Анализу ћемо представити са три различита аспекта, на основу Ферклафовог горе поменутог модела.

Текстуална анализа

У овом делу ћемо анализирати рекламне слогане познатих козметичких брендова, који су део наше грађе, као и остале лингвистичке аспекте саме рекламе. Слогани који следе се могу чути на телевизији, на крају сваке рекламе датог бренда, али се увек налазе и на визуелним рекламама, у нашем случају, у часописима. Овде ћемо посебну пажњу посветити вокабулару, синтакси и реторичким средствима у овим слоганима.

У нашој анализи смо приметили велику учесталост директног обраћања. Разлози су, свакако, како идеолошке, тако и практичне природе. Наиме, насупрот номинализацији, декомпоновању и сличним техникама за постизање безличности, директно обраћање има за циљ постизање односа блискости. Употреба другог лица и присвојних заменица иде у прилог интимизирању са потрошачима и поменутих намерама. Ако се неком обраћамо лично, као индивидуи, а не као делу широких народних маса, то значи да га вреднујемо и, на изванредан начин, поштујемо. Ово Ферклаф назива *синтептичком персонализацијом* (Ферклаф 1989: 62). На основу 25 реклама које су прегледане, директно обраћање је коришћено у 14. Неки од примера су:

- *Јер ти то заслужујеш* (Лореал 2014)
- *Брини о себи* (Гарниер 2014)
- *Савладај сваку стресну ситуацију уз додатну заштитицу* (Нивеа 2014)
- *Осећаше се као поново рођени* (Нивеа 2014)
- *Омогућаше кожи да поново дише* (Нивеа 2013)

Поред директног обраћања, рекламни слогани и рекламе уопште користе императив у великој мери, што и није необично, имајући у виду да је њихов задатак да убеди потрошаче да купе одређен производ или да предузму одређене мере. Императив је забележен у готово 70% реклама из нашег корпуса. Следе примери императива које смо издвојили из наше анализе:

- *Брини о себи* (Гарниер)
- *Пружити својој кожи нов, блистав изглед!* (Нивеа)
- *Осећаше се као поново рођени* (Нивеа)
- *Истакните Ваше преливице до краја* (Лореал)
- *Омогућаше кожи да поново дише* (Нивеа)

Што се тиче вокабулара, уопште, речи су средство оглашивачима да изразе своја идеолошка мишљења о људима или догађајима. Стога, у рекламама је доминантна употреба придева, имајући у виду то да они изражавају позитивно или негативно значење. Афективна значења изражена придевима утичу на купца, формирајући његов став о датом производу. Рекламе у нашој анализи су садржале придеве и са позитивном и са негативном конотацијом. Позитивна конотација, односно придеви са позитивним знаћењем су у 98% случајева били везани за особине производа, док су се придеви са негативним значењем односили на проблеме који су постојали пре употребе производа, или на проблеме које жене имају зато што не користе одређени производ. Следе придеви коришћени у нашим рекламама:

Позитивни придеви:

блистава, лејршаве, изванредан, освежавајући, савршено, баршунасти, нежни, лагани, природно, невероватно, глатко, хидрирана, иновативна, ефикасна, хидратантна, револуционарна, оштимални, здрава, гламурозни, изражене, инспиративни, магични, неодољиви, дијамантски, јединствена, идеална, интензивна, свеж, најбоља, храњљиви, меки.

Негативни придеви:

Сува (кожа), оштећена, нежељени, исцрпљујуће, досадни.

Придеви са позитивним значењем илуструју позитивност производа, његове добре особине. Ово се „убацује“ у ум читаоца, попут, како Кук тврди „фузије која прожима производ пожељним особинама“ (Кук 2001: 108). Придеви са позитивним значењем се користе да нагласе одређене особине и вредности, за идеалну жену. Укратко, употреба придева са емотивним значењем има задатак да стимулише машту, снове и жеље.

Што се тиче формалности, већина речи која се користе у рекламама представља комбинацију формалних и неформалних речи. Једно од битних средстава за изражавање идеолошких значења у лингвистичком смислу је свакако граматика. Глаголи, времена, модали, актив, пасив, заменице, номинализација – све то има битну улогу у репрезентовању „реалности“. У рекламама је честа употреба понављања употребом синонима или једноставно понављањем истих речи, да би се нагласила и интензивирала сама порука рекламе. У нашем корпусу, чести су синоними попут *нежни, меки и баршунасти*, као и *јединствена, револуционарна и иновативна*.

Реченице у рекламама су углавном једноставне, просте и декларативне. Од времена, најчешћа је употреба презенте, осим у случајевима када се наглашавају добре стране производа и њихово дејство, где се користи будуће време.

Честа је и употреба стилских фигура и поетских средстава, попут алитерације (чешћа је у рекламама на енглеском језику) и разних цинглова који се лако памте и „улазе у уши“, а тиме и потрошачи запамте рекламу, бренд и производ, као и поруку коју реклама шаље. Рекламни слогани су посебно лаки за памћење и тиме се аутоматски запамти и производ који је представљен њима. Неки од привлачних слогана који су се нашли у нашем корпусу су:

- *Јер Ви ћо заслужујете* (Лореал)
- *Можда је рођена с тим. Можда је то Мејбелин.* (Мејбелин)
- *Брини о себи* (Гарниер)
- *Лейоша је задовољство* (Нивеа)
- *Поново волиће своју кожу* (Нивеа)

Наша анализа је показала да су бројке веома заступљене у овим рекламама, посебно у рекламама за шампоне и маскаре. Бројчани подаци указују на прецизност, тачност, и потрошач аутоматски поверује у информације које су праћене бројкама, зато што звуче проверено и недвосмислено. Неки од наших примера са бројчаним подацима су:

- *Јача косу 100%* (Гарниер)
- *Ефикасност већ након 5 саати* (Гарниер)
- *Садржи 15% активног кисеоника* (Нивеа)
- *Коса је мека на додир, 8 од 10 жена је пошврдило* (Нивеа)
- *Хидрира дуже од 24 саата* (Нивеа)
- *За 7 дана кожа је поново видно зашешнуша, глатка и чврста. 15ст мање за 15 дана* (Гарниер)
- *360 степени пошинуо гламурозних шрејавица* (Лореал)

Све ове рекламе утичу на психу код жена, конструишући слику идеалне лепоте, идеалне жене. У неким рекламама, сами производи имају одређене особине које би жене волеле да имају, попут „заводљивих, густих трепавица“, „неодољивог волумена“ и сл. Ове рекламе стварају лажни утисак код жена да ће, уколико користе ове производе и саме бити неоодољиве и заводљиве. На овај начин медији обмањују потрошаче. Рекламе овако утичу на жене, обликују њихово понашање, стварајући заблуде и илузије.

Анализа дискурсне праксе

Анализа медијског дискурса подразумева интердисциплинарни приступ, односно скуп више метода анализе и техника анализе. У нашој анализи, примећено је да оглашивачи користе различите стратегије за „привлачење“ купаца.

Пре свега, имамо нереалне представе и тврдње попут :

- *Магични ефекти бб креме* (Гарниер)
- *Оловка која уклања све несавршености за 5 сајти* (Гарниер)
- *Ваша коса најзад има свој еликсир сјаја* (Лореал)
- Једна од техника је и коришћење тврдњи које су претеране, попут:
- *Дијамантски сјај и волумен* (Нивеа)
- *Крема против бора која се супротивља претримању ласером* (Лореал)

Наравно, ту је и подршка од стране познатих личности, које користе дати производ. Ово је техника која се често користи и која свакако има учинка, имајући у виду да ће жене одабрати одређени производ, попут шампона на пример, ако га рекламира позната личност са идеалном косом. Неки од многобројних примера су:

- Адријана Лима за Мејбелин руже
- Клаудија Шифер за Лореал капи за косу
- Пенелопе Круз за Лореал фарбе за косу
- Летиција Каста за Гарниер шампон

Многе рекламе имају и научни доказ или спроведену клиничку студију која доказује учинковитост одређеног производа:

- *Наука која стоји иза свега: 87% жена је приметило промену квалитета коже, за 4 недеље боре су смањене, кожи је враћена јуноћа, контуре лица изгледају преобликовано* (Лореал)
- *Пошврћена ефикасност: против бубуљица након 5 сајти: 89%, против флека за 2 дана: 76%* (Гарниер)²
- *Клинички тестирано на кожи склоној акнама, несавршености на кожи су осушене за 97% код учесника теста* (Гарниер)

У рекламама се често користи језик који садржи инсинуације да управо тај производ или компанија из које потиче има моћ да се превазиђе

² Наравно, ретко ко види микроскопски ситна слова на дну ове рекламе, која кажу да је „тестирано на 37 жена, по принципу самопроцене“, а не клиничком студијом.

непривлачност и досегне лепота. Они показују својим читаоцима да управо они имају нешто што други немају, неке „иновативне формуле“, „јединствене технике“, „трепавице као никада до сада“ и слично. Рекламе инсинуирају да жене које желе да буду лепе треба да имају велике, драматичне, густе трепавице, пуне волумена, без тамних кругова око очију, без подочњака, са нежном кожом и дугом и бујном косом. Ако погледамо само рекламе у часописима за жене, видећемо да ови производи и њихови слогани позивају жене у свет маште и нереалности, где употребом ружа добијамо изглед као са црвеног тепиха, а маскарном добијамо гламурозне очи и бистар поглед. Употреба позитивног само-представљања је евидентна када се у рекламама тврди да одређен производ пружа само корист, и да је тај производ бољи него сви остали.

Анализа друштвене (социо-културне) праксе

Овај део анализе има задатак да објасни друштвене струје које имају утицај на рекламе, у нашем случају, на рекламе за козметику и шминку. Наиме, митови о лепоти датирају далеко у прошлост, када су жене користиле различите традиционалне производе да би поправиле или нагласиле свој изглед, од глине, биљака и цвећа, преко разног камења и блата. Данас, друштво посматра лепоту и привлачан физички изглед као нешто пожељно и вредно дивљења, за жене посебно. Козметика и шминка се данас користи да би жене постигле идеал лепоте и привлачног изгледа. Проблеми који муче савремену жену су, између осталог, како доћи до глатке коже, витког тела, дугих трепавица и бујне косе. На тај начин је козметичка индустрија постала једна од водећих. Жене су данас опседнуте својим изгледом, да су спремне да иду у крајности да би постигле идеал лепоте који намеће савремено друштво, што омогућава производима за негу да имају одређену моћ над њима. Тако, у рекламама се користе многе технике за манипулацију, које представљају одраз друштва у коме живимо.

На пример, интертекстуалност у овим рекламама се појављује када оглашивачи користе речи из неког другог дискурса, да би привукли купце, попут података из неке научне области, као нпр. „регенеративни липиди“, „периокуларне борџе“ и „фрагментирана хијалуронска киселина“.

Рекламе утичу и на стварање и преобликовање идентитета. Поменуте рекламе утичу на то да се жене осећају тако да ако желе да буду у друштву великог броја привлачних жена, а не изоловане, оне морају да конзумирају производ који се рекламира. Само са тим производом, оне ће бити попут познате певачице или глумице која га рекламира. Морамо

напоменути и то да слике привлачних модела у овим рекламама утичу негативно на самопоуздање код жена, што наравно може да се промени, употребом маскаре или креме коју одређен модел рекламира. Другим речима, рекламе стварају осећај незадовољства код жена, као стратегију за куповину њиховог производа, који ће побољшати њихов изглед и утицати на осећај задовољства.

Студија која је недавно спроведена (Трамп 2011) је показала да рекламе за козметику и шминку утичу на то како жене виде себе. Претпоставка је да се овим рекламама не продаје само одређени препарат, већ и стил живота који иде уз њега, бар у подсвести жена. Коначно, рекламе не служе само да продају производ, већ и да наметну стандарде лепоте, привлачности и културних вредности³.

Закључак

На основу података које смо анализирали, можемо да закључимо да се у рекламама користе разноврсна лингвистичка средства којима се привлаче потенцијални купци, попут директног обраћања, императива, придева са позитивном конотацијом и слогана који се лако памте. Вокабулар који се користи у овим рекламама је идеолошки обојен; носи у себи извесне идеолошке претпоставке о томе шта значи бити леп – имати кожу без бора, крупне очи, гламурозне трепавице, косу „дијамантског сјаја и волумена“.

Употребом техничких израза, научних чињеница и осталим методама интертекстуалности, оглашивачи додатно привлаче купце. Ове речи помажу привлачењу купаца ка производу, дају важност препарату који се рекламира, а тиме му дају и моћ. На овај начин, рекламе са научним подацима имају одређен ауторитет, њихови производи су проверени и бољи од других.

У анализиралим рекламама, производи који се рекламирају представљају решење за све женске проблеме, са кремама које имају „магични ефекат“ и дезодорансима који нам омогућавају да „поново волимо своју кожу“. Модели и познате личности беспрекорног изгледа који красе странице часописа рекламирајући ове производе такође представљају једну од техника за манипулацију женама. Оне представљају идеологију моћи – поред физичког изгледа, оне су успешне и познате, највећи део жена би волео да изгледа попут њих, а тиме оне имају извесну моћ над

³ Рекламе производа *Dove* не подлежу овим тврдњама, зато што су једне од ретких које промовишу жене свих раса, и у којима можемо видети жене са мањком или вишком килограма, густом и танком косом, високе и ниске и слично. Овај бренд, међутим, није део наше анализе, тако да се нећемо освртати на то.

другима. Уколико оне рекламирају одређени производ, већа је шанса да ће имати више купаца, него да се рекламира без њих. Позитивно самопредстављање је такође техника за привлачење купаца, 80% производа из наше анализе директно и јасно наглашава у својој реклами које су то предности коришћења њиховог производа.

Можемо да закључимо да је најочигледнија тема у рекламама из наше анализе идеалан физички изглед жене. У медијима, женско тело је представљено као „проблем“, коме је потребна „поправка“. Жене ће бити ближе овом идеалу ако немају боре, имају пуна уста, сјајну косу, дуге трепавице и глатку кожу, а све то могу постићи ако користе производе поменутих брендова. Бар они тако тврде у својим рекламама. Рекламе овог типа имају моћ да промовишу стандарде лепоте, а тиме и моћ да утичу на велики број људи, првенствено особа женског пола. Стога, није лако игнорисати природу ових реклама и њихову моћ убеђивања. Оне обликују идеју о томе шта значи бити жена у савременом друштву.

Глобализација је утицала на све аспекте савременог доба, па тако и на слику о лепоти и идеалном изгледу жене. Када нам се константно приказују слике витког тела, дуге косе и беспрекорне коже, ови параметри постају нормални, и управо они који се не уклапају у њих, постају маргинализовани. Није тајна да физички изглед жене у многим областима људске делатности има утицаја, и да је, нажалост, увек предмет осуђивања и процењивања, свесно или несвесно. Све ово говори у прилог томе да се рекламе које промовишу овакву слику не могу игнорисати.

Рекламе које смо ми анализирали не манипулишу женама да купе само одређени производ, манипулишу њима и да купе одређен стил живота који се њиме пропагира. Производи за негу и лепоту су представљени као синоним бољег начина живота. Језик је објект идеје (Лиотар 1990: 61), оно што се замисли се управо кроз језик и исказе, тако да је закључак да је језик моћно средство за обликовање људи неминован, и да се мора водити рачуна у чијим рукама се та моћ налази.

ЛИТЕРАТУРА

- Брегер 2001: W. Berger, *Advertising Today*, Lancashire, United Kingdom: Phaidon Press.
 Ван Дијк 1993: T. A. Van Dijk, Principles of Critical Discourse Analysis, *Discourse & Society*, 4(2), 249-83.
 Вахид 2012: H. Vahid, The Power Behind Images: Advertisement Discourse in Focus, *International Journal of Linguistics*.
 Вилијамсон 1978: J. Williamson, *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*, London: Marion Boyars.

- Калман 2010: R. Kalmane, *Advertising: Using Words as Tools for Selling*, First Edition, United Kingdom: Lulu Enterprises.
- Кук 2001: G. Cook, *The Discourse of Advertising*, Second Edition, London: Routledge.
- Лиотар 1990: J.F. Lyotard, *Postmoderna protumačena djeci: pisma 1982-1985*, Zagreb: Avgust Cesarec.
- Трамп 2011: D. Trampe, *The Self-Activation Effect of Advertisements: Ads Can Affect Whether and How Consumers Think About the Self*, *The Journal of Consumer Research*.
- Ферклаф 1989: N. Fairclough, *Language and Power*, Harlow: Longman.
- Ферклаф 1996: N. Fairclough, *Critical Analysis of Media Discourse*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Ферклаф 2001: N. Fairclough, *Language and Power*, Harlow: Longman.

IDEOLOGICAL ASPECTS OF ADVERTISING CARE AND BEAUTY PRODUCTS FOR WOMEN

Summary

This paper will analyze the language of advertising care and beauty products for women and its ideology, from the aspect of critical discourse analysis, and based on Fairclough's three-dimensional model. The analysis will mostly be based on the use of language in this type of advertising and on the strategies used for the manipulation of potential buyers. The qualitative analysis will include magazine advertisements for the products of the following brands: Nivea, Maybelline, Garnier, and L'Oreal. The analysis showed that the advertisements employ diverse manipulative means and techniques, with language as their principal weapon. The rationale behind the choice of magazines is that they have a great influence on readers and present all the complexities of media discourse, which demonstrate different ideological processes.

Key words: ideology, language, discourse, Nivea, L'Oreal, Maybelline, Garnier, advertisement

Milica M. Kočović

Снежана М. ЗЕЧЕВИЋ¹

*Универзитет у Приштини са привременим
седиштем у К. Мишровици
Филозофски факултет
Катедра за енглески језик и књижевност*

КУЛТУРНО-ИДЕОЛОШКА МОЋ ЈЕЗИКА У РЕКЛАМНИМ ОГЛАСИМА У ЧАСОПИСИМА НАМЕЊЕНИМ ЖЕНАМА

Овај рад представља лексичку анализу рекламних огласа намењених женама са циљем истицања персуазивне и манипулативне функције језика. За потребе истраживања прикупљено је 118 примера из неколико часописа за жене. Претпоставља се да одређене врсте речи које су заступљене у рекламним огласима, попут глагола, именица и придева, у различитим комбинацијама показују манипулативно дејство. Такође се очекује и изражена персуазивна функција језика рекламних огласа док се анализом намере оглашивача тј. пошиљаоца поруке разматра идеолошки аспект језика. Резултати истичу значај овог комуникационог средства као медијатора између потенцијалних потрошача и производа са циљем ширења и наметања популарне културе која је саставни део глобалног друштва и свакодневног живота људи.

Кључне речи. рекламни огласи намењени женама, идеолошки аспект језика, манипулација, убеђивање, култура.

Уводни део

Живот данашњег друштва је у потпуности подређен савременим схватањима и концепцијама популарне културе. Комуникација, једно од

¹ snezzanaz@yahoo.com

најважнијих својстава људи, као и посредни и непосредни начини њене реализације разликују се од некадашњих у погледу медијатора и њихове доступности пошљаоцима и примаоцима порука. Представе о начину и циљевима функционисања комуникације као друштвеног процеса су културолошки променљиве. Међутим, оно што је заједничко свим учесницима јесте заправо разумевање садржине поруке и њен утицај на примаоца.

Рекламирање, као један од глобалних феномена данашњице, представља неизоставно комуникационо средство које утиче на ставове људи о производима, компанијама, називима брендова и различитим понуђеним стилевима живота. Постоји више начина приступа потенцијалним потрошачима/примаоцима порука почев од штампаних медија, преко звука радија, комбинације звука и слике телевизијских станица, до Интернета. Оглашивачи се путем реклама обраћају људима представљањем заједничких вредности и позивајући их на прилагођавање популарној култури којој већина тежи како би се асимиловали са друштвом у којем живе.

Утицај реклама се може сагледати са више аспеката почев од економског, психолошког преко лингвистичког, културног и многих других. Имајући у виду чињеницу да је култура саставни део свакодневног живота људи, она се идентитетом неког појединца и подразумева. Својим чланством у оквиру једног друштвеног система, свака особа је носилац обележја тог система и културе коју представља. Стога се нечији идентитет гради у складу са захтевима и правилима групе којој припада. Посредством рекламних огласа и наметнутих вредности врши се утицај на читаоце-примаоце поруке тако што прихватају оно што им се нуди и донекле доводе у опасност губитак сопственог идентитета желећи да се поистовете са новим, бољим, понуђеним тј. наметнутим друштвеним вредностима. Последица оваквог начина живота је одбацивање сопствене јединствености и начина поимања ствари ради поистовећивања са већином како би се пратила и подржала такозвана популарна култура. Језик рекламних огласа је толико моћан и утицајан да манипулише потрошачима при чему их наводи на куповину односно прихватање понуђених производа. Његова манипулативна и убеђивачка функција се огледа у разноликој инвентивности и креативности пошљаоца порука тј. ствараоца рекламних огласа, који, поигравајући се многобројним језичким средствима, привлаче потрошаче и постижу жељени ефекат. Приликом сагледавања културолошког аспекта рекламних огласа неопходно је поменути и њихову идеолошку страну која се такође намеће потрошачима и утиче на њихово виђење света.

О рекламама

Реч *реклама* изведена је од француске речи *réclamer* што значи *гозивати* и латинске речи *clamare* што значи *звати*, *узвикивати* (Čolović 1988: 102). Најранији начини оглашавања од којих су потекле и данашње рекламе су још из времена краљевских добошара и сеоских телала. Уколико би краљ или сеоски намесник хтео нешто да нареди или прогласи, тада би слао на трг човека снажног гласа, а пре читања текста чула би се песма или ударање у добош, што значи да су први облици рекламних порука били усмени. Касније су Египћани 3200 година пре н.е, затим Грци и Римљани исписивали поруке на таблама и папирусу (Васић, 1995), док су се у Африци, Азији и Америци осликавали зидови у рекламне сврхе (Радовић-Јовановић 2011: 392). Међутим, у 19. и 20. веку, некадашњи начин рекламирања бива претворен у једну потпуно нову мултидисциплинарну делатност која се из дана у дан све више развијала и усавршавала. Тако су се са појавом телевизора појавиле прве телевизијске рекламе, а касније појавом других средстава масовне комуникације, рекламе су као глобални феномен достигле улогу неизоставних пратилаца савременог човека.

Одувек је било позитивних и негативних коментара везаних за рекламирање. Неки су мишљења да су рекламе одраз друштва (Nickel 1993:14, према Половина, 2010), други да су одраз унутрашњег немира нашег доба и сл. Без обзира на садржину тих коментара, једна чињеница је сигурна, а то је постојање међусобног утицаја реклама и друштва. Оне се формирају у односу на потребе друштва, а оно се мења под утицајем реклама. Другим речима, произвођачи су принуђени да путем реклама опонашају развојне тенденције друштва уколико желе да њихови производи буду прихваћени (Никел 1993: 15, према Половина, 2010). Пошто су рекламе свуда око нас, њихов утицај је неминован. Оне једноставно опчине или обману човека доводећи га у стање са најмањим могућностима за пружање отпора и тиме стварају погодан терен за трошење који је у ствари психолошка предиспозиција савременог човека. Рекламом се донекле пружа могућност за остварење жеља, а оне су део животног стандарда који милиони људи сматрају нормалним. Данашњи потрошач је изгубио своју индивидуалност тако што више није усмерен сопственим циљевима већ другима (Риесман 1965: 138-139).

Културно-идеолошки утицај рекламних огласа

Познато је да рекламе имају огромну моћ утицаја на начин понашања односно деловања људи. Пошто је у овом раду реч о штампаним изворима тј. часописима намењеним женама, долазе до изражаја идеолошка обележја језика рекламних огласа која су у ствари део културе једног народа. Питање моћи је доминантна тема приликом испитивања односа културе и идеологије, а у постмодернизму језик се сматра друштвеним инструментом како за манипулацију и контролу тако и за хуманистички израз људског бића (Хачион 1996: 296-365). Језиком рекламних огласа намењених женама се преносе поруке којима се њима постављају неки нови стандарди, циљеви, стварају нове жеље за бољим, савременијим и лепшим животом. Креативношћу стваралаца реклама понуда се представља тако да привлачи потенцијалне потрошаче обавијајући производ у неко неодољиво, чаробно рухо чија ће им употреба променити живот и погледе на свет. Моћ утицаја језика је толика да потрошачи одустају од својих дотадашњих веровања и подређују неке аспекте живота понуђеним вредностима уклапајући се у нове културне обрасце. Све се ово збива са циљем прихватања у друштву за чијом припадношћу људи непрестано теже. Овде се заправо истиче та свеприсутна идеологија која конструише, а и сама бива конструисана помоћу начина на који играмо нашу улогу у друштвеном тоталитету. Како се она појављује као природна, уобичајена и здраворазумска, наша свест о нама самима је углавном некритичка, јер је позната и очигледна. Постмодернизам објашњава присуство идеологије тако што говори о нашем преусмеравању од афирмације ствари какве јесу на афирмацију ствари какве би требало да буду истичући уочавање везе између идеологије и постојећих односа моћи (Хачион, 1996: 296-365). Чињеница је да целокупна друштвена пракса и постоји захваљујући идеологији под којом се подразумевају начини на које је оно што говоримо и у шта верујемо повезано са структуром и односима моћи у друштву у коме живимо (Хачион 1996: 296-365).

Циљ настанка рекламних огласа је пре свега стварање или одржавање имиџа производа и подстицање на куповину истог, а затим обликовање мишљења прималаца порука тако да могу имати информативну, забавну, социјалну и многе друге функције. Половина (2010: 48) истиче да данашње рекламе имају две тенденције – приказују просечно социјално окружење са којим већина људи може да се идентификује, или приказују људе из виших социјалних кругова који би требало да подстакну примаче порука на достизање узора. Наиме, рекламе представљају искривље-

ни приказ вредности и образаца друштвеног понашања, и са одређеном намером преувеличавају и стварају новог идеалног човека. Уколико се у неким рекламним огласима представи и просечан човек, обично је паметнији од прималаца порука зато што је уочио добре стране датих производа. Све ово се може потврдити изјавом Сперија (*Спери* 1993: 155-156, према Половина, 2010) који говори о двострукој функцији реклама, а то је подстицање или убеђивање прималаца порука да купе производ, а исто тако и преношење одређених културних вредности на саме производе.

Манипулативно-персуазивна функција дискурса рекламних огласа

Пошто су рекламни огласи део маркетинга, њихов основни принцип функционисања је такозвано *AIDA* правило (*Attention, Interest, Desire, Action*). *Attention* подразумева пажњу коју текст или слика рекламе треба да привуку, *Interest* интересовање које реклама побуђује, *Desire* подразумева жељу за датим производом и *Action* деловање потрошача односно прималаца поруке (Википедија, 2014). Да би рекламни оглас ефикасно деловао потребно је да његова структура буде пажљиво осмишљена, а текст занимљиво написан. Овакав ефекат је могуће постићи захваљујући флексибилности језика односно употребљених речи које се смештају у дати контекст и на тај начин представљају одређена значења. Дискурс је иначе нестабилан, јер своју форму и значење добија у зависности од онога ко говори, његове позиције моћи и институционалног контекста у који је том приликом говорник смештен (Хачион 1996: 296-365).

Анализирани примери који су коришћени у овом раду преузети су из неколико часописа намењених женским особама различитог доба старости и интересовања. Без обзира на време њиховог појављивања на тржишту као и периодичност објављивања, постоји неколико заједничких обележја којима се одликују сви женски часописи, а то су пре свега припадност лаком жанру, високи тираж, неинформативност, неактуелност, конзервативизам, естетизам, а посебно привлачност за рекламу (Тодоровић-Узелац 1987: 5). Оно што карактерише рекламне огласе који се појављују како у часописима тако и у осталим медијима масовне комуникације, јесу две основне функције – убеђивање и информисање. Поред информативне природе рекламних огласа, њихова персуазивна функција нарочито долази до изражаја због жеље пошиљаоца поруке да наведе читаоце, слушаоце или гледаоце да прихвате одређена мишљења и делују у складу са њима. То нам само говори да рекламни огласи имају циљ

да створе тржиште, док је информисање у другом плану. Упозоравање и обавештавање о својству новог производа бива замењено наговором и побуђивањем жеље како би се изазвала потреба за поседовањем одређеног предмета (Тенић 1974: 122). Иако се језик рекламних огласа разликује стилски и граматички од уобичајене употребе дискурса, не сме се сматрати обликом који одступа од других језичких варијетета само због свог јединственог – индивидуалног стила (Лич 1963: 257). Наизглед једноставан, језик о којем говоримо у овом раду је на посебан начин структуриран због чега га Лич (1963: 257) сматра поткњижевним жанром наглашавајући изузетну креативност стваралаца рекламних огласа који неочекиваним иновативним стратегијама експлоатишу језик у оквиру предвидљивих лингвистичких образаца и техника. На овај начин реторички елементи огласа заводе читаоце вршећи психолошке и социолошке утицаје на њих тако да они запамте текст огласа и својим понашањем подлегну манипулативним и управљачким својствима уобичајених језичких образаца коришћених на неки нов начин.

Дискурзивне праксе рекламирања су директно повезане са културом и друштвом. Ферклаф (Ферклаф, 1992) каже да оне доприносе друштву онаквом какво јесте (друштвеним идентитетима, друштвеним односима, системима знања и веровања), а такође и његовом трансформисању. Дискурзивна пракса као што је персуазивно рекламирање мења и манипулише примаоце у друштву или култури како би се променило понашање или трансформисало и друштво. Исто се може рећи за семиотику где вербални и невербални знаци стварају значење што води стварању друштвених односа, система знања, а самим тим и културног идентитета. Манипулисањем индивидуалних знакова и њихових комбинација изводи се персуазивна функција у рекламама (у тексту и контексту) на основу чега се мења понашање прималаца. Тако су и жене које читају рекламне огласе жртве манипулације дискурса која је усмерена на оне когнитивне и друштвене карактеристике прималаца које га чине рањивијим и мање отпорним на манипулацију (Ван Дијк 2006: 376). Неочекиване комбинације речи то јест одговарајући избор лексике у рекламним огласима чини припаднице лепшег пола немоћним да одоле тврдњама које представљају њихове неоспорне потребе.

Манипулативна функција језика посебно долази до изражаја када се говори о критичкој анализи дискурса, јер сама манипулација представља комуникативну и интерактивну активност у којој се врши контрола над другима против њихове воље (Ван Дијк 2006: 360). Тако се текстом и сликом рекламних огласа као медијаторима комуникације између про-

извођача и потрошача остварује манипулација, а касније и персуазивна функција језика. Силашки (2009: 927) пореди манипулацију и убеђивање објашњавајући да је манипулација за разлику од убеђивања процес у коме су примаоци поруке жртве манипулације због пасивне улоге и немогућности увиђања праве намере пошљаоца. Такође истиче да је манипулација друштвени, дискурсно-семиотички и когнитивни феномен зато што манипулише мишљењем прималаца порука тако да лексика рекламних огласа заправо сврстава ову врсту дискурса не само у убеђивачки већ и у манипулативни.

Корпус истраживања и циљеви рада

Да би се схватила значења реклама, Вилијамсон (Вилијамсон, 1972) је рекао да прво треба открити како су она представљена. Стога је циљ овог рада разматрање избора лексике то јест глагола, именица и придева који су употребљени у рекламним огласима намењеним женама, затим њихових значења у комбинацији са другим речима као и културно-идеолошких својстава језика. Поред тога потребно је истакнути и функције рекламног огласа, а то су убеђивање и информисање, како би се схватила моћ језика са циљем остваривања комуникативних намера и реализације одређених задатака реклама. Такође ће се показати и улога текста рекламних огласа као средства манипулисања и управљања понашањем потрошача.

Пошто жена у друштву у којем живимо има више улога, часописи намењени њој су оријентисани ка њеној материнској, естетској и улози домаћице (Силашки 2009: 927). Стога су примери узети из часописа намењених женама различитог старосног доба, нивоа образовања, различитих интересовања и друштвеног статуса. Часопис *Lepota i zdravlje* (бр.163) излази једном месечно и бави се модом, лепотом, здрављем и стилем живота жена. Часопис *Joy* (бр. 139, 140) такође излази једном месечно, а намењен је отприлике двадесетогодишњим припадницама женске популације. Бави се актуелним модним трендовима, мушко-женским односима, негом тела и душе. *Blic žena* (бр. 509, 510) излази једном недељно и даје *праве савете за праву жену*, а ту је и *Gloria* (бр. 585) са сличном садржином. Оба часописа се баве модом, здрављем, породицом, исхраном и познатим личностима. *Bravo girl* (бр. 93) је часопис намењен тинејџеркама који се бави модом, љубављу, саветима за тинејџерке и познатим личностима и на крају часопис *Mama & Beba* (бр. 4) који пише о родитељству.

У раду ће се првенствено разматрати избор лексике у рекламним огласима женских часописа као и сврха неких употребљених комбинација

речи. На основу анализираних значења биће приказана манипулативно-персуазивна функција језика са циљем истицања његове културно-идеолошке моћи.

Придеви

Неки од најчешће коришћених придева у рекламним огласима наведених женских часописа су следећи: *нов, природан, здрав, проверен, модеран, идеалан, врхунски, јединствен, беспрекоран, ефикасан, корисан, нежан и лековити*. И пре почетка анализе се могло претпоставити да ће *нов* бити један од заступљенијих придева. Тена Мартинић (1974: 124) каже да реч НОВО постаје фетиш, неки знак за промену и обнављање. Скоро уз сваки рекламни оглас овај придев је био у комбинацији са неком речју указујући на нове производе и услуге произвађача које су у складу са захтевима тржишта тако да су *нов* и *модеран* супротни оном што је *застарело* или *демоде* (McCracken 1993: 61). Ради задовољења једне од основних потреба човека – информативности, у нашем случају читатељке купују женске часописе у којима се информишу о најновијим актуелним производима у свету. На овај начин оне прате светске трендове, прихватају козметичке или модне иновације, не остајући верне својим ставовима и навикама, већ то бесомучно тражење новог истиче осећање пролазности у којем појединац не оставља никакв траг иза себе (Martinić 1974: 124). Читатељке бивају подложне концепту новог (*најновији хити у свету, нови изглед, најновији метод, нова свежина*, и др.) и верују у његов ефекат, стварање потпуно новог, лепшег и бољег осећаја, ако не барем неке благо измењене варијанте већ постојећег, који ће променити њихов дотадашњи живот и унети неку нову ноту радости и задовољства. Чак се у једном огласу појављује и колокација *нови must have ... уређај за негу њега*. Познати жаргон, англицизам *must have* је врло често заступљен у данашњој комуникацији. Његовом употребом произвођачи наглашавају неизоставну потребу за препаратом који нуде, јер се њиме олакшава живот једне савремене успешне и неговане жене која не може да губи време у козметичком салону са педикир третманом својих стопала. Нови начин живота, где влада парола време је новац, намеће друге навике тако да је некадашњи облик неге пета досадан и мукотрпан, а овај уређај ће променити свет. *Must have* у рекламном огласу мења потпуну концепцију производа, јер свака жена треба да мисли глобално, а делује локално што значи да су читатељке *приморане* на куповину овог уређаја, јер је без њега незамисливо и немогуће

бити у тренду, а истовремено и припадник популарне културе понашања која им се нуди.

Следећи врло фреквентан придев је *природан* који указује на састав производа од природних материја, одбацујући могућност постојања неких вештачких супстанци штетних по здравље и изглед људи (*100 % природан лек, природна заштитна, природни препарати, на природан начин, природна метода уклањања масних наслага* итд.). Уколико се читатељке буду определиле за неки од ових производа постићи ће и добити сасвим природан изглед, природан волумен косе, природну пуноћу усана што нас доводи у недоумицу - како су то до сада изгледале жене? Да ли њихови досадашњи третмани и нега о себи нису били довољно природни или су у потпуности били неприродни? Или је можда дошло до промене схватања својства природности? Да ли је дошло до промене друштвених вредности и начина поимања лепоте уопште? Овде се може уочити потпуна манипулација читалаца рекламним огласом где се указује на потребу тежње за природним која ће се постићи или побољшати применом понуђених производа. Силашки (2009: 933) објашњава феномен *природног* тако што каже да се његово значење изједначава са *пожељним* и *престижним* због чега је тако често у употреби. Такође додаје јасну поруку придева *природан* којим оглашивачи поручују женама да њихов изглед није у складу са културолошким очекивањима друштва па је зато неопходно употребом рекламираног производа постићи нови природнији изглед који је у складу са савременим прописаним идеалом лепоте.

Све технологије које се користе за добијање неких препарата су *безбедне, проверене, сигурне, познате, иновативне*, а понекад се наводе и земље њиховог порекла (*француска/немачка технологија...*). На овај начин аутори рекламних огласа повећавају самопоуздање читатељки, уверавају их у квалитет и проверени резултат производа/услуга. Тако манипулативна функција језика поново долази до изражаја, донекле обмањујући потрошача, а персуазивна својства језика убеђују читатељке наводећи загарантоване ефекте попут *савршене коже, магичног мириса, невероватног сјаја косе, свилених препавица лејших од правих* итд. Нова линија козметичких препарата једног произвођача нуди *заводљиве нијансе лејње шминке за вреле лејње дане*. Међутим, поставља се питање да ли се начин завођења мушкарца не само у врелим летњим данима већ и иначе променио? Да ли се заиста nanoшењем ових нових нијанси сенки може завести жељена особа? Сам рекламни оглас представља промену система вредности у друштву и нове потребне атрибуте које жена мора да има како би својим очима успешније завела мушкарца и била сигурнија

у свој спољашњи изглед. Веровање у ову поруку аутора рекламног огласа наводи читатељке да сумњају у сопствени шарм и спонтаност, а обратe више пажње на технику привлачења жељене особе физичким изгледом, а мање оним што оне заиста јесу.

Употребљени придеви просто заводе сва чула и разум жена стварајући чаробне слике идеалних атрибута које ново друштво намеће. Непрестана жеља за улепшавањем и редовном негом са циљем постизања савршенства чини жене лаким жртвама рекламних огласа, јер оне често не могу да им одоле. Незадовољне досадашњим изгледом, а са намером да буду прихваћене од стране друштва у којем живе, већина жена бива опчињена разноликошћу придева којима се аутори рекламних огласа поигравају.

Именице

Најфреквентније именице коришћене у рекламним огласима неколико часописа су: *жена, производ, нега, кожа, тело, прејараш, коса, лице, понуда, животи, осећај, дан, година, састојак, заштитица, резултат, формула, решење и промена*. Сврха употребе ових именица је пре свега указивање на врсту производа који се нуди читатељкама као и његових основних карактеристика. Поред тога ставови произвођача о значају своје понуде за лепоту, здравље и негу дама долазе до изражаја. Углавном се препарати за мршављење и затезање коже представљају са временским роком за постизање жељених ефеката употребом именица *дан, година, тренутак: традиција дуља 20 година, губљење килограма за само 30 дана, 11 година са вама и вашим поверењем* итд. Тиме се манипулише женама тако што све оне имају циљ да преко ноћи постану савршене, витке и затегнуте (ово се нарочито односи на препарате за мршављење, елиминцију целулита и нестанак бора). Састав производа се у рекламним огласима обично представља као *јединствена/беспрекорна формула* или *савршена комбинација састојака*. На основу овакве презентације структуре препарата оглашивачи убеђују читатељке да је идеал лепоте достижан применом добитне комбинације или формуле савршенства. Поред тога читатељкама се наводе резултати и промене настале употребом понуђеног производа као и *100% заштитица* и *пријатан осећај* за пружање максималног уживања и безбедности. Све што је у понуди је представљено као нови хит у свету, нешто што свака савремена жена треба одмах да има како би се идентификовала са групом односно културом којој припада и коју представља. Поигравајући се језиком и различитим поређењима, аутори рекламних огласа на врло интересантан начин описују појмове на које утиче дејство

производа: *парфем – оружје за завођење, животи је писта, ефекат гела за посветљивање косе је попут пољупца сунца у коси, вишка линија постаје ваш заштитни знак, мини коморанце – моја тајна* итд. Потенцијални купци бивају опчињени језиком аутора, а ефекат производа толико улепшан да жене просто не могу одолети његовим чарима. Желећи да постају део нове димензије у коју ће им улазак омогућити управо употреба ових производа, оглашивачи манипулишу читатељкама метафорично представљајући завођење као рат за који им је потребан парфем – оружје. Живот се посматра као модна писта на којој су жене заправо топ модели или манекенке. Аутор рекламних огласа им саопштава да ће се једино куповином и употребом његовог производа осећати сигурно и бити примећене и прихваћене у друштву. Златни сјај и нијансе косе попут пољупца сунца су хит лета, а како би даме постале популарне и идентификовале се са већином, морају прихватити стандардне изгледе младих атрактивних девојака и отклонити све недостатке.

Неки од најчешћих рекламних огласа су препарати за смањење телесне тежине и губитак килограма и масних наслага. Овај проблем је болна тачка свих жена којима се углавном нуде *природни производи*, захваљујући одређеним састојцима познатијим *као сунђери за масли*. Виткост се у данашњем друштву посматра као престижан квалитет ради чијег остварења многе жене стварају себи још веће проблеме оболевајући од анорексије или булимije. Нека истраживања показују да женски часописи имају скоро петнаест пута више рекламних огласа и чланака везаних за смањење телесне тежине у односу на часописе намењене мушкарцима (Jacobson & Laurie 1995: 4, према Силашки, 2009). Стога се може поставити питање – да ли углавном или само жене имају проблем са вишком килограма? Зашто се ублажавање или нестанак овог проблема код њих захтева пре свега ради лепоте и виткости, а тек онда због здравља? Зашто само жене морају бити витке како би биле привлачне и друштвено афирмисане? Како каже Надежда Силашки (2009: 936), изгледа да је постојање апетита код жена један од главних узрока поремећаја друштвеног живота. Такође додаје да решавањем проблема физичког изгледа, нарочито младе девојке које због недовољне зрелости, самопоуздања и несигурности су подложне утицају оваквих рекламних огласа, заборављају много важније личне проблеме са којима се суочавају у животу попут школовања, недостатка радних места и сл.

Врло интересантан пример рекламног огласа који је пронађен приликом истраживања је следећи: *Prvi* gel za postepeno posvetljivanje kose / Postanite i vi #sunista zahvaljujući efektu poljupca sunca u kosi*. Прва ствар

која привлачи пажњу читатељкама јесте звездица која се не односи на фусноту у тексту већ је знак уз реч *први* како би се нагласило да је заиста реч о првом откривеном феномену односно препарату за постепено посветљивање косе. Поред тога оглашивач користи један од најпопуларнијих начина презентовања поруке, притом прилично звучан, упадљив и лак за памћење, тако да читатељкама одмах скреће пажњу на сам производ. Ради се заправо о форми именице у виду *швиша* односно кратке поруке која се шаље приликом остваривања комуникације на друштвеној мрежи *Twitter* и микроблоговању (*Macmillan English Dictionary*, 2014). Твитови могу да садрже ознаке (енгл. *tags*) које су састављене од појма са префиксом # као што је овај пример именице *#sunista* познатији у жаргону друштвених медија као *hashtag*². Основна функција овог појма јесте прављење организоване листе резултата, односно њиме се означавају кључне речи или теме унутар твита које су предмет нечијег интересовања. Из наведеног следи да се претраживањем жељеног *hashtag*-а на неком блогу или друштвеној мрежи лако може доћи до свих твитова у којима се тај *hashtag* јавља. На сам помен речи *hashtag* већина људи данас прво помисли на друштвене мреже попут *Twitter*-а, *Tumblr*-а, *Pinterest*-а, *Instagram*-а, *YouTube*-а, *Gawker*-а, и *Google Plus*-а. Недавно је и *Facebook* убацио *hashtag*-ове у свој код што значи да су ови интернет повезивачи ту како би остали у некој ближој будућности, а схватање њиховог значаја је у томе што познавање начина њихове употребе може бити велика предност у животу како са личног тако и са професионалног аспекта. Многе корпорације и мање компаније су одговорне за стварање неких од најпопуларнијих *hashtag*-ова са циљем промовисања производа и услуга. Врло често неке од тих компанија и прате *hashtag*-ове конкурентских фирми да би испратиле шта привлачи интересовање потенцијалних муштерија (*Wikipedia*, 2014). Стога оглашивач производа из наведеног примера жели да покаже како ће све модерне читатељке које су учеснице друштвених медија или неких блогова препознати овај производ као право решење за добијање популарних омбре фризура (са тамнијим кореном и светлијим крајевима власи). Овај начин моделовања косе је тренутно актуелни светски хит који имају скоро све најпознатије филмске, музичке звезде као и оне из области моде. Иначе сама реч *sunista* је англицизам - изведеница која је настала од енглеске речи *sun* односно *the Sun* што значи Сунце и суфикса – *исти(a)*. У питању је особа која ће коришћењем овог гела за посветљи-

² *Hashtag* је реч са симболом # испред ње која се посебно користи у друштвеним медијима и при микроблоговању како би се идентификовали или потражили одређени предмети/теме интересовања чланова блога или неке друштвене мреже. <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/hashtag>

вање на својој коси постићи тренутно популарни ефекат омбре фризура са тако топлим и пријатним нијансама боја које оглашивачи пореде са пољупцем сунца у коси. Све читатељке које прате најсавременије друштвене трендове и желе да се поистовете са познатим светским дивама, а да се истовремено издигну из масе којој већина просечних читатељки припада, ће радо купити овај производ. Употребом савремених жаргона у језику, попут актуелних појмова који се користе у комуникацији на друштвеним медијима, аутори рекламних огласа су текст учинили примамљивим и убедили читатељке да се идентификују са групом *#sunista*.

Поред овог примера пронађен је још један необичан рекламни оглас врло занимљивог и актуелног садржаја за производ који се недавно појавио на тржишту: *Моје очи су totalno manga – nova Miss Manga maskara od...* Манга³ је пре свега јапанска реч за стрипове и карикатуре, а изван Јапана се користи као назив за јапанске стрипове. Манге су од 2006. године постале тржиште које доноси милијарде долара, а сам жанр је развијен од мешавине јапанског уметничког правца укијо-е и страних стилова цртања (Wikipedia, 2014). Истражујући предмете интересовања људи као и најактуелније ствари на тржишту, уопштено говорећи, произвођач је искористио популарност манга стрипова и најупечатљивијих физичких особина ликова. Употребивши манга изглед јунакиња из стрипа, желео је да покаже читатељкама како невероватан ефекат крупних очију оивичених раскошним трепавицама се може постићи применом овог производа. Имајући у виду потребе и жеље глобалног друштва у коме живимо, оглашивач је био инспирисан новим трендовима тако да је представио маску која ће испунити сан сваке девојке чинећи њене очи *улиџра-крупним*. Са намером убеђивања читатељки, оглашивач истовремено и манипулише њима поистовећујући их са манга девојкама, то јест називајући их *Госпођица Манга*. Њихове очи ће бити сличне очима манга девојака, ако буду користиле ову маску, у супротном неће бити примећене нити ће имати ту заводничку манга моћ за којом тренутно цео свет тежи. Овакав начин презентовања маске чини њен ефекат више као производ идеје, а мање стварне физичке реалности. Међутим, заводнички језик аутора рекламних огласа проналази пут до вечито несигурних и незадовољних жена које стално теже неком идеалу лепоте и у стању су да испро-

³ Данашња манга је настала када је Др Осаму Тезука, иначе познат као отац манге засноване на причи, постао популаран. Студирајући медицину, 1945. године је гледао ратни пропагандни анимиран филм *Mototarou Uminokaihei* на чији је стил утицала *Фанџазија* Волта Дизнија. Инспирисан овим филмом, Тезука је одлучио да постане стрип цртач. Његови манга ликови су препознатљиви по дизнијевским фацијалним експресијама код којих су очи, уста, обрве и нос ликова повремено превише изражени, што их је чинило упечатљивим, а његов рад изузетно популарним. <http://sr.wikipedia.org/sr/Manga>

бају милион понуђених препарата како би изгледале као јунакиње манги и Дизнијевих цртаних филмова. Персуазивно-манипулативна моћ језика са истицањем стања глобалног друштва и потребом за наметањем нових телесних атрибута је још једном дошла до изражаја. Ово су примери апела на мотив идентификације којим се појединци подстичу на постајање дела групе или потврђивања припадности групи (Васић 1995: 72).

Глаголи

Глаголи у анализираним рекламним огласима су углавном употребљени у четири глаголска облика – презенту, перфекту, футуру и императиву. Највише њих је пронађено у презенту и императиву. Неки од глагола у презенту су *имати*, *деловати*, *сречити*, *штити*, *помоћи*, *бринути*, *неговати* и *заслужити*. Избор глагола у презенту нам јасно указује на функције производа и његову делотворност, јер кажу *бринемо о вама*, *...јер ви то заслужујете*, затим да њихов производ *...штити вашу кожу*, *сречава насртајање бора*, *...поможе у шопингу масних наслада* итд. Све ово нам говори да применом њихових препарата читатељке не морају да брину, јер се постиже ефекат који ће у садашњости неговати њихова тела, а *оне то заслужују*. Не обраћајући се никоме посебно, оглашавачи наглашавају да све жене заслужују савршен третман за постизање беспрекорног изгледа.

Неколико најфреквентнијих глагола у перфекту су *имати*, *пробати*, *проћи* и *бити*. Њима се углавном представљају тегобе или непријатности које су корисници имали пре примене рекламираног производа, и то врло често у облику исповести о некадашњем стању или изгледу: *...сте имали изражен целулит*, *...пробали много производа...*, *...боре су нестале...* итд.

Када је реч о футуру, најзаступљенији глаголи су: *учинити*, *задовољити*, *враћити*, *ослободити* и *осећати*. Употребом глагола у овом глаголском облику, читатељкама се прогнозира сјајна будућност и невероватна промена након примене рекламираног производа. Њима се даје обећање да ће нестати све бригае, ублажити постојећи симптоми, решити проблеми са чистоћом, са вишком килограма: *...осећаћете се добро*, *...задовољиће све ваше жеље*, *...магични мирис амбера и оријенталног цвећа очараће Вашу чула*, *...ваши судови ће сијати...*, *...ослободиће се масних наслада*, итд. Аутори рекламних огласа убеђују читатељке у чудесне моћи производа наводећи све могуће ужитке који се њима постижу и задовољавају како потребе жене као домаћице и мајке, тако и као заводнице. Рекламни

огласи обећавају циљној групи проверене ефекте и сигуран спас од свакодневних брига и проблема.

Друга већа група глагола је употребљена у императиву, а то су: *одлучији, бији, осећаји, појражији, користији, испробаји, неговати, мислији, проверији*. Овим глаголским обликом се читатељкама саветује да купе дати производ, али сам глагол *купији* се ретко јавља, замењен је еуфемизмима попут *користији, пробати, појражији*. Надежда Силашки каже (2009: 931-932) да оглашивачи ретко позивају на куповину производа већ углавном траже неки суптилнији начин за привлачење купаца. Ово објашњава чињеницом да су се тврде технике убеђивања које подразумевају навођење потрошача на непосредну куповину временом изгубиле, а да су меке технике, које су индиректне и инсистирају на промовисању имиџа компаније, усмерене на успостављање лојалности одређеној робној марки или на подсећање потрошача о постојању неког већ етаблираног производа (О'Донел, Тод 1991: 105). Уместо наредбеног звука императива данас његова употреба у неким рекламним огласима изгледа овако: *...уживајте у мирисној ноћи, ...искуси чари пошћуног ојушћања док се шушираш, ...испробајте нови, окујајте и душу и тело* итд. Такође су запажене и неке колокације глагола "бити" у императиву које истичу како треба да изгледа жена по мери оглашивача: *будите своји, будите и останите леи, будите краљица йлаже*, али ипак *будите другачији*. Ера у којој живимо намеће стандарде, пропорције, атрибуте које свака жена треба да има како би била прихваћена у друштву. Међутим, и поред те слике типичне жене, која прати светске трендове како би се идентификовала са већином водећих атрактивних и познатих личности, оглашивачи им ипак препоручују производ и говоре да буду другачије, јединствене итд. Како је то могуће? Куповином производа постати део глобалне заједнице, али остати свој и бити другачији? Слепо верујући у бајковите речи оглашивача којима илуструју чудесне моћи производа, а уједно тражећи и излаз за бег од сурове реалности, читатељке су једноставно растрзане између онога што треба да буду и што заправо јесу. А произвођачи и поред огромног светског тржишта чији су део, обећавају да ће примена њихових производа допринети вечитој изградњи никада у потпуности формираног идентитета жене, учиниће их задовољним, испунити све жеље, притом отклонити стрепње и дати савете за решење свих заплета које ова бајка од живота ствара. Овакав расплет догађаја о значају примене понуђеног производа је на сликовит начин представљен делом једног рекламног огласа који каже: *...Омогућиће вам улазак у сасвим другу димензију кроз коју ће вас водити чаробна рука врхунских шерайеуша...*

уз тихе звуке оријентиса, оијајајући мирис јасмина и шрејерави одсјај свећа, ошиснућеће се на пути пошпуне рејенерације и релаксације....

Закључак

Анализа примера је показала начин употребе једног дела лексике глагола, именица и придева са циљем остваривања две функције рекламних огласа – убеђивања и манипулације. Представљене су различите структуре порука намењених читатељкама женских часописа којима долазе до изражаја флексибилност и моћ деловања језика. Приликом рекламирања оглашивачи се не ослањају само на денотативна значења речи, већ и на конатативна то јест сугестивна значења и различите асоцијације. Њихова намера је приказ начина виђења жена које су њихови потенцијални потрошачи, стереотипа који су саставни део имица произвођача као и слике вредности једног друштва. Поред тога може се уочити да у овом случају штампани медији утичу на слику коју читатељке имају о себи, на њихово самопоуздање и на слику о људима који живе у њиховом окружењу. Идеолошка компонента структуре ових порука је врло изражена, и неизоставни је део културе једне заједнице. Стога се посредством садржине порука оглашивача женама намећу нови системи вредности и узори којима се могу прилагодити како би се идентификовале са групом и културом која им се нуди.

Крајњи закључак је да језик рекламних огласа може много да открије о друштву и психологији његових припадника зато што је реклама проминентни тип дискурса у скоро свим модерним друштвима (Cook, 1992). Манипулативно-персуазивним језиком женама се намећу ставови и мишљења о томе шта друштво подржава или одбацује, који су његови приоритети и ко их заправо поставља. А рекламни оглас је моћно средство за промену слике друштва, саветујући људе шта треба, а шта не треба да буду како би сви постали део популарног глобалног села, али и поред тога задржали различитост која их чини јединственим.

ИЗВОРИ

- Блиц жена 2014: *Blic žena* (бр. 509, 510)
 Браво грл 2014: *Bravo girl* (бр. 93)
 Глорија 2014: *Gloria* (бр. 585)

Џој 2014: *Joy* (бр. 139, 140)
 Лепота и здравље 2014: *Lepota i zdravlje* (бр.163)
 Мама & Беба 2014: *Mama & Beba* (бр. 4)

ЛИТЕРАТУРА

- Чанд, Чодхери 2012: Chand Piar & Chaudhary Shivani. Advertising discourse: Studying creation and perception of meaning, in: *International Journal of English and Literature*, vol. 3(2), 40-49. http://www.academicjournals.org/article/article1379513124_Chand%20and%20Chaudhary.pdf. 23.08.2014.
- Кук 1992: G. Cook, *The discourse of advertising*, London: Routledge.
- Чоловић 1988: I. Čolović, *Vreme znakova*, Novi Sad: Književna zajednica Novog Sada.
- Ферклаф 1992: N. Fairclough, *Discourse and Social Change*, Cambridge: Polity Press.
- Хачион 1996: L. Hačion, *Poetika postmodernizma* (preveli Vladimir Gvozden i Ljubica Stanković), Novi Sad: Svetovi.
- Џејкобсен, Лори 1995: Jacobsen Michael F. & Laurie Anne Mazur, Sexism and Sexuality in Advertising. In: M. F. Jacobson & L. A. Mazur (Eds.) *Marketing Madness: A Survival Guide for a Consumer Society*, Boulder, CO: Westview Press, 74-87. <http://thefoodframe.files.wordpress.com/2013/02/jacobsen.pdf>. 23.08.2014.
- Келнер 1995: D. Kellner, Cultural Studies, Multiculturalism and Media Culture. in: G. Dines and J.M. Humez (ed.), *Gender, Race and Class in Media. A Text Reader*. Thousand Oaks: Sage, 9-20.
- Лич 1966: G. Leech, *English in Advertising. A Linguistic Study of Advertising in Great Britain*, London: Longman.
- Мекмилан 2014: Macmillan English Dictionary for Advanced Learners, <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/hashtag>. 20.08.2014.
- Мартинић 1974: Т. Martinić, Ideologija reklame, у: R. Vukadinović (ured.), *Politička misao: časopis za političke znanosti*, God.11/ br.3, Zagreb: Fakultet političkih nauka: Centar za aktualni politički studij. 118-125.
- МекКрекен 1993: E. McCracken, *Decoding Women's Magazines*, Macmillan: London.
- Никел 1993: V. Nickel, *Nackte Tatsachen: Das Frauenbild in der Werbung*, Bonn: Zentralband der deutschen Werbewirtschaft.
- О'Донел, Тод 1991: W. R. O'Donnell & L. Todd, *Variety in Contemporary English*, London and New York: Routledge.
- Половина 2010: N. Polovina, Dualizam reklama u (društvenoj) komunikaciji, у: B. Čubrović (ured.) *Philologia-naučno-stručni časopis za jezik, književnost i kulturu*, God. VIII/br.8, Beograd: Svetlo, 47-54.
- Радовић-Јовановић 2011: Radović-Jovanović Jelena, Diskurs televizijskih reklama u: N. Tomović (ured.), *Komunikacija i kultura* online, God.II/br.2, Beograd: FOKUS-Forum za interkulturnu komunikaciju, 392-400, <http://www.komunikacijaikultura.org/KK2/KK2RadovicJovanovic.pdf>. 23.08.2014.
- Риесман 1965: Д. Риесман, *Усамљена гомила*, Нолит Београд.
- Силашки 2009: Силашки Надежда, Како деловати речима – избор лексике у рекламним огласима у часописима за жене. у: В. Милтојевић (уред.) *Теме-часопис за друштвене науке*, Год.33 (бр.3), Ниш: Универзитет у Нишу, 925-938, <http://teme.junis.ni.ac.rs/teme3-2009/teme%203-2009-11.pdf>. 23.08.2014.

- Спори 1993: Н. Spörri, *Werbung und Topik: Textanalyse und Diskurskritik*, Bern: Peter Lang.
- Тодоровић-Узелац 1987: Н. Тодоровић-Узелац, *Женска шtamпа и култура женствености*, Београд: Научна Књига.
- Ван Дијк 2006: Т. van Dijk, *Discourse and manipulation*, in: Т. van Dijk (ed.) *Discourse and Society*, Vol. 17(3), 359-383.
- Васић 1995: В. Васић, *Новински рекламни оglas – студија из контекстуалне лингвистике*, Нови Сад: ЛДИ.
- Википедија 2014: Wikipedia: <https://en.wikipedia.org/wiki/AIDA>. 23.08.2014.
- Википедија 2014: Wikipedia: <http://sr.wikipedia.org/sr/Hashtag>. 25.08.2014.
- Википедија 2014: Wikipedia: <http://sr.wikipedia.org/sr/Manga>. 25.08.2014.
- Вилијамсон 1972: J. Williamson, *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*, London: Boyars.

CULTURAL AND IDEOLOGICAL POWER OF LANGUAGE IN ADVERTISEMENTS IN WOMEN'S MAGAZINES

Summary

This paper presents a lexical analysis of advertisements for women with the aim of emphasizing persuasive and manipulative function of language. For the requirements of the research 118 examples were taken from women's magazines. It is assumed that certain word classes in these advertisements such as verbs, adjectives and nouns express manipulative function in various combinations of words. Moreover it is expected that language used in the advertisements functions persuasively while the analysis of the author's messages considers the ideological aspect of language. The results point out the importance of this communicative means as a mediator between possible buyers and products with the aim of spreading popular culture that is a consistent part of global society and everyday life of people.

Key words: advertisements for women, ideological aspect of language, manipulation, persuasion, culture.

Snežana M. Zečević



Лена Љ. ТИЦА¹

*Универзитет у Краљевцу
Факултет техничких наука у Чачку
Катедра за педагошко-техничке науке*

ПОСТМОДЕРНИ ФЛЕРТ СА ИСТОРИЈОМ И ИДЕОЛОГИЈОМ У *ИСТОРИЈИ СВЕТА У 10½* ПОГЛАВЉА ЏУЛИЈАНА БАРНСА

Овај рад за предмет истраживања узима роман *Историја света у 10 ½ поглавља* британског аутора Џулијана Барнса који се, полазећи од идеје о неухватљивој природи историје сагледане кроз постмодернистичку перспективу, фокусира на недокучивост прошлости, маргинализацију, дискурс и идеолошку условљеност тотализујућих представа Историје. Позивајући се на постмодерне теоретичаре попут Линде Хачн, Терија Иглтона и Хејдена Вајта, према којима историја не може бити писана без идеолошке и наратолошке анализе, овај рад има за циљ да истражи комплексну везу између књижевности и историје преиспитивањем појмова наративности и идеологије у овом роману. Барнс денунцира идеолошку позадину саме Историје, као и религије и уметности, нудећи нам заузврат мноштво историја сагледаних из различитих, углавном маргинализованих позиција. Одупирући се идеји тотализујуће Историје као унилинеарне и прогресивне, Барнс, међутим, своје историје (метафорички представљене у форми пловидбе и бродолома) заснива на ентропијском моделу, разоткривајући патњу и насиље као непремостиве детерминанте које намећу разноврсни центри моћи, чиме се долази до закључка да је немогуће савладати идеолошку заснованост људског живота.

Кључне речи: Историја, идеологија, ентропија, бродолом, постмодернизам

¹ lena.tica@ftn.kg.ac.rs

Увод

Објављивањем романа *Историја светиа у 10 ½ поглавља* (1989) Џулијан Барнс заузима значајно место у дебати између постмодернизма и модернизма, између „постструктуралистичких лингвиста и традиционалних реалистичких теорија језика“ (Сесто 2001: 31), приклонивши се, без икакве сумње, првима. У роману, Барнс проблематизује конвенције реализма тако што користи лепезу постмодернистичких наративних стратегија, попут интертекстуалних пародија, уплитања аутора, мешања различитих жанрова, али и тако што бира теме које се налазе у жаришту постмодернистичке мисли. У складу са настојањем да се о историјском мисли критички, контекстуално и идеолошки, овај роман се експлицитно усредсређује на (не)докучивост прошлости, дискурс, маргинализацију и борбу против датости система и тотализујуће представе Историје. Управо полазећи од идеје о неухватљивој природи историје сагледане кроз постмодернистичку перспективу, по којој историја не може бити писана без идеолошке и институционалне анализе, укључујући и анализу самог чина писања (Хачион 1996: 161), овај рад има за циљ да истражи комплексну везу између књижевности и историје, фикције и реалности, преиспитивањем појмова наративности и идеологије у овом Барнсовом роману.

За постмодернизам, Историја (са наглашеним, великим И) је „телеолошка работа, то јест, она се заснива на уверењу да се свет сврховито креће ка неком предодређеном циљу који је иманентан у сваком тренутку и који одређује динамику његовог неумитног развитка“ (Иглтон 1997: 64). Решен да се ухвати у коштац са оваквим виђењем Историје као целисходне, сврховите и унилинеарне, постмодернизам нам нуди идеју о историјама, изазивајући наративну појединачност и јединство, „у име вишеструкости и различитости“ (Хачион 1996: 158). Постмодернистичка историја је „увесељавајуће многострука и незакључена, скупина прекретница и дисконтинуитета које само теоретичарско насиље може да искује у једну обједињену нарацију“ (Иглтон 1997: 65). Овакво мноштво и променљивост предочени су у самом наслову Барнсовог романа у коме на енглеском језику уместо одређеног члана 'the' стоји неодређени 'a', чиме Барнс значајно саопштава да је ово само једна од могућих верзија историје. Неконвенционално изложена у само 10½ поглавља, Барнс Историја, сагледана из најнеобичнијих углова, потенцира мањкавости званичног тумачења историје и доводи у питање оптимистичке основе на којима почива традиционално тумачење историје као прогресивне. Онда где историчари виде напредак, Барнс, денунцирајући идеолошку позади-

ну како саме Историје, тако и религије и уметности, не види ништа друго до насиље и деструкцију. С обзиром да он своје виђење историје заснива на ентропијском моделу, историјска путања се у роману назауостављиво креће у правцу који не оставља простор оптимизму.

Постмодерно проблематизовање историјског

Постмодернистичка уметност заузима провокативан став у поступку критичког преиспитивања историјске стварности. Ови уметници ће на име пригрлити историју, али само како би успут приказали све мане њене наводне објективности. Као резултат постструктуралистичких открића о природи језика (која основу налазе у Лиотаровом скептицизму према ономе што он назива 'метанаративом'), као и новој свести о друштвеном, религиозном, етничком и културном плуралитету, историчари су децентрирани, ускраћен им је привилегован положај центра историјског знања (Хачион 1996: 102-103), с обзиром да су увек препуштени на милост и немилост језика чије границе не могу прескочити. Ако са Деридом постајемо свесни да сама знаковност структуре чини нашу елементарну перцепцију ове стварности и другости, онда се истовремено увиђа да сваки знак процесуира унутар одређеног идеолошког хоризонта. Самим тим, насупрот традиционалном концепту историографије као процеса прикупљања емпиријске документације и историографа као неког ко напушта своју субјективност у потрази за објективним приказом прошлости, Хејден Вајт седамдесетих година 20. века отвара питање наративности у приказу прошлости, а историја се сада сагледава као прича чије причање захтева перспективу и идеолошку позицију онога ко прича. Тиме се линија која разграничава фикцију и реалност све више губи, јер механизми којима се руководе писци историје, нису тако различити од оних које употребљавају писци књижевности. Историограф није ништа друго до романописац који на располагању има реалне чињенице, али му је за њихово повезивање у причу потребно „поетско умеће“ и он се не либи да у помоћ призове своју имагинацију (в. Вајт 1978: 125), не би ли оформио тотализујућу шему објашњења прошлих догађаја. У *Поетици Постмодернизма* Линда Хачн сугерише да, пошто су и историја и фикција дискурси, обе успостављају системе значења помоћу којих стварамо смисао прошлости, односно: „значење и облик нису у догађајима, већ у системима који те прошле 'догађаје' претварају у садашње историјске 'чињенице'“ (Хачион 1996: 157). Ово ефектно отвара дијалог између прошлости и садашњости, у смислу да се прошлости не може приступити директно или објективно јер се она је-

дино може разумети кроз наративне стратегије и идеологије писца, пошто језик увек и неминовно употребљавамо „у контексту политичко-дискурзивних околности“ (Хачион 1996: 296).

Постмодернистички романи које Линда Хачн означава термином „историографска метафикција“ комбинују фиктивну рефлексивност и историјску нарацију, а усмерени су на ревизију историје, али изнутра. Пошто су и историја и књижевност људске творевине, подложне су преиспитивању и редефинисању, стога и романи који припадају историографској метафикцији теже да историју сагледају изнова, при чему тај поглед увек стреми да буде критички осврт, „иронични дијалог с прошлошћу уметности и друштва“ (Хачион 1996: 18-20). Уз свест о сопственој дискурзивној форми, ови романи, проблематизујући историјско знање и идеологију, настоје да истакну „импликације наративног и представљачког у нашим стратегијама производње значења у нашој култури“ (Хачион 1996: 304).

Као својеврсна историографска метафикција и Барнсва *Историја свешта* настоји да деконструише појам објективне истине и глобалне унифициране историје (мета-историје) постављајући у први план идеју да се историјском знању може приступити само преко нарација и текстуалних трагова који су увек идеолошки обојени друштвени конструкти. Утилизујући различите и често супротстављене наративне технике и жанрове, разноврсне регистре, наративне гласове у првом, другом и трећем лицу, мушке и женске позиције, Барнс заправо нуди један амалгам прича чији су ликови и они историјски познати и они фиктивни, не би ли збунио читаоце, не би ли их навео да доведу у питање сопствена тумачења историје (и, по правилу, тумачења других). Очигледна је Барнсва потреба да прошлост сагледа из другог угла, односно, из више углова, пошто, у оквирима историографске метафикције не постоји једна истина, једна дефиниција, већ их има онолико колико и оних који те дефиниције дају (Хачион 1989: 15). „Не истина, већ чија истина“ (Сесто, 2001: 8) је лајтмотив *Историје*, и у тим оквирима, Барнс у свом делу пружа увид у само неке од могућих верзија историје. Стављајући у први план традиционално маргинализоване или раније нелегитимне приче, попут оне која припада дрвоморцу, роман стреми да доведе у питање процес којим се мноштво појединачних перспектива преводи у јединствену колективну историју.

На питање да ли се може доћи до историје каква се заиста догодила, у свом наводно „личном“ излагању, у полупоглављу, Барнс недвосмислено износи свој став: „Историја није оно што се догодило. Историја је само оно што нам историчари причају“ (Барнс 1996: 239). Настојање да се допре до праве историје не може стога пружити дефинитиван одго-

вор: „Сви ми знамо да је објективна истина недоступна, да када се неки догађај одвије добијамо мноштво субјективних истина које оцењујемо, а потом из њих испредамо историју, некакву верзију онога што се 'заиста' догодило“ (Барнс 1996: 243). Он свесно преплиће машту и историју, тежећи да истражи и, истовремено, реформулише историју. У једном интервијуу Барнс објашњава:

Већи део онога што је записано у вези са историјским догађајима, животи-ма људи који су живели у одређеним историјским периодима и догађајима везаним за њих је нестало, тако да оно што ми сматрамо историјским записом је само сићушни део целокупне историјске грађе. Стога је необјективност неминовна... ако покушате да напишете мало обимнију историју, онда морате да измишљате и замишљате. (Гинери 2009: 53)

Овакав поступак Барнс у роману назива „фабулацијом“ (Барнс 1996: 116): „Замислимо причу која ће покрити чињенице које не знамо или не можемо да прихватимо; задржимо неколико истинитих чињеница и око њих испредамо нову причу [...] ми то називамо историјом“ (Барнс 1996: 239). Дакле, фабулацији прибегавамо да бисмо повезали догађаје и обезбедили стабилност тамо где је нема. Према Сесту (2001: 69–70) „увођењем [овог] термина [Барнс] причу подиже на метафикцијски ниво, будући да 'фабулација' постаје метафора управо за оно што сâм Барнс чини у роману: држи се неколицине чињеница и око њих испреда нову причу“.

„Бродолом“ или ентропијски модел историје

Поштујући постмодернистички захтев за контекстуализацијом дискурса, већ од првог поглавља Барнс се опредељује за тезу која је у апсолутној супротности са традиционалном историјском заоставштином. Он јасно доводи у питање оптимизам на који се наслања традиционална историја, пошто, како Бакстон (2000: 59) сугерише, тамо где историчари виде такозвани „низ победничких похода човечанства“, напредак од дивљаштва до хуманитета, Барнс види само смрт и насиље који су, како изгледа, неизбежни током читаве људске историје: „Хиљаду четристо деведесет друге, пређе Колумбо преко морске пруге. И шта онда? Сви су постали паметнији? Људи престадоше да граде нова гета да би се бавили старим прогањањима?“ (Барнс 1996: 238). У овој Историји, људски живот није ништа друго до пловидба на броду без кормилара, путовање на коме невини страдају, а преживели успевају да се укрцају на брод који плута океаном безнађа. Своје Историјско путовање Барнс започиње препотоп-

ским временом, догађајима везаним за Нојеву барку, а завршава у нашој ближој будућности. Људску историју он метафорички представља у форми пловидбе, бурне и застрашујуће, која се извесно завршава бродоломом. Његове барке тако „бесциљно плутају океанима времена“ (Бакстон 2000: 60), без смисла и крајњег одређишта.

Иако, како Хачн тврди (1996: 352-353), постмодерно није нужно трансформативно и радикално, оно има простора да буде инхерентно субверзивно јер, најпре успоставља, а затим подрива преовлађујућу идеологију путем иронијског контекстуализовања и демистификовања сопствених (и туђих) означавајућих пракси. Барнс се стога у уводном поглављу бави преиспитивањем предања Старог Завета и доминантне хришћанске идеологије, али из крајње необичне перспективе. Централно место овог поглавља заузима јеврејско-хришћански мит о Ноју и његовој барци, којој се Барнс враћа неколико пута у роману (Адамс 1989) и којим се читалац уводи у читав низ кошмарних прича које искључиво воде катастрофи и хаосу. У оквиру постмодернистичког настојања да се историја изнутра децентрализује, Барнс помера тежиште приповедања, па догађаје посматрамо из угла, за званичну историју безначајног дрвоморца, који се на Арку укрцао као нежељени путник. Избор дрвоморца за наратора није нимало случајан, његова прича изједа званичну верзију историје, као што и он сам изједа дрвену Арку. Његова верзија је посебно значајна с обзиром да он проговара са маргине, и наводно је ослобођен сваке „политичке позадине“ (Барнс 1996: 14), па, самим тим, и интереса који би утицали на „објективност“ приповедања:

Ваша врста има своју много пута понављану верзију, која још може да очара и скептике; животиње, пак, имају своју збирку сентименталних измишљотина. И боље да не таласају. *Одабране су, издржале су, преживеле су: природно да ће улетити непријатне епизоде, да ће им неке ствари, баш згодно, ишчилети из сећања.* Ја, међутим таквих обавеза немам. Мене нису одабрали. [...] Ја сам био слепи путник; и ја сам преживео; побегао сам... и од тада ми добро иде... Кад се сетим Путовања немам никакав осећај обавезе... У моју причу можете се поуздати. (Барнс 1996: 12; мој курзив)

Дрвоморац је, заправо, оличење оне прошлости која је остала затрпана испод гомиле фиктивне историје. Он је глас преварених и угњетених, глас који нико није желео да чује. Барнс не пропушта да се кроз ову иронизовану верзију подсмехне и савременом друштву, јер, по дрвоморцу, позване на „такмичење парова – комбинацију бирања мис, квиза и избора идеалног брачног пара“ (Барнс 1996: 15) животиње су завршиле на броду на коме су биле безочно угњетаване и истребљиване. Приповедач

при том демистификује и идеолошку тежњу за натурализацијом онога што је заправо људска творевина с обзиром да је такозвана „природна селекција“ по дрвоморцу еуфемизам за страشان немар. Дрвоморац ускраћује идеализовану представу Ноја као оца човечанства и заштитника животиња, пошто га назива тиранином и агресором, незналицом, па и ноторном пијаницом: он је изгубио читаву једну флоту („петина свих врста на земљи потонула је са Варадијем“ (Барнс 1996: 21)), а успело му је и да лично, са својом породицом, без сентименталности, истреби барем још толико. Критеријуми за изостављање са Арке животињама нису били, барем у почетку, најјаснији. Барнсов „слепи путник“ користи терминологију модерног доба да укаже да политика никако није творевина новијег времена: „Ништа нисмо знали о *политичкој позадници*. Божји гнев према бићима која беше сам створио за нас је био новост; упетљали смо се у то хтели – не хтели. Ми стварно ни за шта нисмо били криви [...] а ипак су последице биле једнако озбиљне и по нас“ (Барнс 1996: 14; мој курзив).

Разврставањем животиња на „чисте“ и „нечисте“ заувек је изгубљен принцип једнакости међу животињама „Ви сте имали пад, а и ми смо. Само што су нас гурнули. [...] Ноје – односно Нојев Бог – одредио је да постоје две класе животиња: чисте и нечисте“ (Барнс 1996: 18). Овде Барнс уводи мотив који ће бити у основи свих прича у роману – раздвајање „чистих“ од „нечистих“, као и тему односа између тлачитеља и потлачених, а глас дрвоморца биће глас свих оних који су кроз историју обележени као „нечисти“ и „неодабрани“. Усредсређујући се најпре на религију, као једну од доминантних идеологија, Барнс овим поглављем сугерише да је управо Библија била та која је поставила темеље предрасудама, класним разликама и расној дискриминацији, и дала им благослов. Религији се додаје и естетска категорија, с обзиром да, од сада па надаље, посебно место добијају они естетски „подобни“:

Почео нам се указивати јасан образац, који је започињао са базилиском. [...] биће вам јасно да он није био међу најпривлачнијим зверкама на Арци. После базилиске на ред је дошао грифон; после грифона сфинга; после сфинге хипогриф. [...] Схватате ли шта им је свима било заједничко? Све су то били мешанци. (Барнс 1996: 23)

Епизода са гавраном такође говори у прилог ове хипотезе: „Гавран је увек тврдио да је он пронашао маслиново дрво; да је он донео један његов лист на Арку, али је Ноје одлучио да је 'прикладније' да објави како га је открила грлица“ (Барнс 1996: 33). Због неатрактивног изгледа гавран није био пожељни гласник тако важног историјског догађаја, па је избор пао на естетски подобнију голубицу. Нојевим увођењем естетике као реле-

вантне категорије биће, такође, постављени и темељи фашизма, којима ће се Барнс посветити касније, у поглављу „Три једноставне приче“, где, у освит Другог светског рата, на броду *Сенџ Луис*, затичемо мноштво јевреја који не успевају да допру до сигурног уточишта.

Кроз речи дрвоморца Барнс закључује да Историја подржава интересе победника. Традиционално учење ослања се на наслеђе „одабраних“, и, стога, она ће засигурно бити лишена оних мање пријатних детаља („лакше је гурати даље ако не примећујете непријатне ствари“ (Барнс 1996: 36)), што опет води до затварања очију пред стварношћу и прекрајања мање лепих догађаја („А ако не можете да нађете кривца, онда тврдите да проблем и није прави проблем. Измените правила, померите стативе“ (Барнс 1996: 37)). Иза „Слепог путника“ јасно се назире Барнсова намера да се удаљи од конформистичког обрасца коме се историчари приклањају у писању историје. У поглављима која следе исте или сличне форме сасвим неочекивано провејавају кроз догађаје у различитим временским раздобљима и географским локацијама, чиме нам Барнс све јасније предочава своје поимање историје. Бакстонова (2000: 66) пореди његово виђење са несрећном пловидбом: „Било да су директно у вези са Нојевом пловидбом, било да су метафорички представљени као животни бродови, Барнсове лађе су увек на неки начин 'аркаичне': Титаник и Сент Луис из 'Три једноставне приче'; чамац који носи усамљеног преживелог путника ('Преживела'); сплав на коме плове бродоломници 'Медузе' ('Бродолом'), Света Еуфимија, са путницима-таоцима.“ Ови бродови су заправо унапред осуђени на пропаст. Не очекује се да путања којом плове води спасењу, шта год то значило у оквирима овог романа. Ако њихову пловидбу посматрамо паралелно оној под Нојевом командом, бродолом је неизбежан.

Оквир другог поглавља „Посетиоци“ као и Барнсов наративни стил не могу се, макар на први поглед, повезати са дрвоморцем и његовом „историјом“. Међутим, Барнсово ново крстарење само је варијација на тему уведена на почетку, уз елементе ироније и фарсе. У двадесетом веку поново смо на броду, а радња се сада своди на отмицу путничког брода *Свети Еуфимија*, где се питање „ко ће преживети?“ намеће као главно. На броду су већ само „одабрани“ – они који себи могу да приуште скупо путовање. Преклапање са библијском причом увиђамо онда „када арапски отмичари сваког сата почну са убијањем по двоје путника примећујући политику раздвајања талаца на 'чисте' и 'нечисте', и убијајући најпре припаднике националности за које сматрају да су најдоговорније за палестинске неприлике“ (Фини 1999: 42). Сви су, Барнс закључује, ухваћени у историјски круг убијања, остављени на милост и немилост хировима историје. Неки

преживе захваљујући својој сналажљивости, као дрвоморци који су се на Арку укрцали непримећено, у овнујском рогу, док други, попут Хјуза, протагонисте „Посетиоца“, мање часно преживе као саучесници у убијању других.

Кет Ферис у поглављу насловљеном „Преживела“ такође креће на још једно „аркаично“ путовање. Сусрећемо се са савременом верзијом Потопа, пошто су размере нуклеарне катастрофе која се помиње скоро идентичне препотопској катаклизми. Кет је једна од жртава нуклеарног рата, и, попут Ноја, отискује се на море у чамцу са две мачке. Њен циљ је да дође до места на коме поново може да изгради свој лепо, искрени и неискварени свет. Међутим, оно до чега долазимо јесте једна поларизована егзистенција – реална, ако тако називамо „објективну“ стварност, и имагинарна, она у њеној свести. У „реалном“ свету, који она приписује кошмарима које су последица тровања нуклеарном радијацијом, Кет је ништа друго до нервни болесник који пати од последица њеног раскида са Грегом, мушкарцем који представља отеловљење обесвешћеног модерног света без душе, садржине и циља. Кет је, такође, једна од оних ретких који су опседнути историјом и људским варваризмом кроз историју, али и неосетљивошћу људи према историји. Она исувише примећује „шавове“ на стварности, и одлучно одбија да затвори очи пред таквом стварношћу. Модерни свет схвата само као „победу тираније“ (Бакстон 2000: 75): „Гледам историју света, за коју они не схватају да се ближи крају, и не видим то што они виде. Видим само старе везе, оне на које више и не обраћамо пажњу, јер тако је лакше“ (Барнс 1996: 123). Није нам тешко да схватимо истинитост закључака насталих у Кетиној свести, али Барнс нас ипак оставља у недоумици да ли је она заиста сама и срећна на пустом острву са своје две мачке и њиховим мачићима, или смо, заправо, све време само у свести болесника који прибегава „фабулацији“ јер пати од „синдрома сталне жртве“. Тешко је тачно утврдити шта се заиста догодило, преживела јесте, али питање таквог статуса у оквирима овог романа никада није коначно.

У поглављу које коначно симболично насловљава „Бродолом“, дајући метафорички печат својој апокалиптичној визији историје, Барнс својим бродовима – Аркама – додаје и сплав „Медуза“. У средишту овог поглавља је слика Теодора Жерикоа „Сплав Медуза“, односно историјски догађај приказан на њој. Према Вирилију (1993: 61-63) Жерикоова слика израња из заборава онда када се појављује фотографија, а уметност постаје усредсређена на масе, када слика постаје информација, усвајањем „хладнокрвне перцепције“ својствене лекару или хирургу. Пошто је Жерико

одлучио да наслика новији сензационални догађај, значајно је запитати се зашто је одабрао баш трагедију *Медузе*. Вирилио скреће пажњу да је име потопљеног брода било управо име митолошке Горгоне, а видети Горгону „значи погледати смрти у очи“ (Вирилио 1993: 62). Стога не чуди што је код Барнса „Сплав Медуза“ алегоријска представа људске историје, и то оне историје која почива на песимистичким основама. Иако Барнс најпре успоставља визију неколицине бродоломника који „на сплаву дозивају сићушни брод на хоризонту“, што би потом водило спасењу, оно што следи јесте подривање ове могућности као „неумерене склоности [људи] ка срећним завршецима“ (Барнс 1996: 132). Слика сада открива нову димензију – сићушни брод на хоризонту не иде бродоломницима у сусрет, већ се од њих, сасвим сигурно, полако удаљава. Приморани смо да са запрепашћењем схватимо да покрети фигура на слици, у којима смо само тренутак раније видели наду у спасење, постају израз очајања лишени сваке наде: „Погледајте је још једном: погледајте силовити водоскок који творе та мишићава леђа тежећи да дохвате ону трунку, спасилачки брод. Сав тај напор – чему? [...] Сви смо изгубљени на пучини, бацани од наде до очајања, дозивамо нешто што нам можда никад неће притећи у помоћ“ (Барнс 1996: 138-139).

Иако је мали број морнара са сплава „Медуза“ заиста преживео, Жерикоова слика се, како Бакстон (2000: 79) наглашава, на овом месту „ослободила сидра историје“ не да би разоткрила неко појединачно путовање, већ једно „универзално историјско путовање“. Тиме Барнсово увођење уметности у овом поглављу игра двоструку улогу: она најпре служи да афирмише премису о ентропијском моделу историје, а потом, мање песимистички, у улози посредника између живота и историје, уметност се разматра као могућност која нам можда може помоћи да боље „протумачимо и разумемо страхоте историје“ (Рубинсон 2000: 169). Ова могућност, међутим, у конзумеристичком свету какав данас јесте, не успева да обезбеди адекватно склониште од катастрофе јер је и сама жртва институционализованих, академских и централизујућих дискурзивних пракси. У свом „узгредном“, полупоглављу, Барнс одустаје од уметности и зато што је она подложна пропадању (слика ће се излизати, а оквир ће, пак, изјести дрвоморци или неко други), а и зато што је она комодификована роба, „није свима доступна, а када је доступна није увек надахњујућа и добродошла“ (Барнс 1996: 242).

И религија је, попут уметности, одбачена као алат за превазилажење идеолошког детерминизма, пошто је и она сама идеолошки пребојена. Религија је „слабуњава свакидашња, или неизлечиво луда, или просто

пословна – браќајући добротворство са добротворним прилозима“ (Барнс 1996: 249). Штавише, она је схваћена као есенцијализујућа тотализација коју стварају центри моћи у различитим епохама. Док је у поглављу „Верски ратови“ рана модернистичка хришћанска црква представљена истовремено и као смешна и као бескрупулозна у свом суђењу дрвоморцима, евангелизам деветнаестог века (у поглављу „Планина“) је окрутан и безосећајан, а двадесетог века (поглавља „Пројекат Арарат“ и „Узводно!“) и лицемеран и лакрдијашки. Док су мисионари горди и крајње површни, религија и тероризам дубоко су испреплетани (в. Пејтмен 2002: 47).

И у осталим причама катастрофа је неминовна, спас неухватљив, а позивањем на конвенционалне бинарне опозиције на којима су утемељени многи системи вредности – чисте и нечисте; свето и не-свето; изабрани и проклетни – Барнс нам указује на вредности чија је природа условљена контекстом и идеологијом, јер селекција између њих није унапред дата, већ је чист конструкт. Која год да је група на власти покушаће да учврсти свој положај тако што ће оне „другачије“ означити као непријатеље и као објекте мржње. При томе, разлози за означавање ових других нечистим су поприлично произвољни (естетика, религија, раса). Барнс, попут типичног постмодернисте, показује изразити скептицизам када су у питању једноставне бинарне опозиције. То највише долази до изражаја када у последњем поглављу „Сан“ он укида и поништава постојање две раније чврсто успостављене групе, чистих и нечистих. У рају, који није нимало налик конвенционалном виђењу раја, протагониста има прилику да упознаје разне познате личности, између осталог и Хитлера. Када се запита зашто Хитлер није у паклу, открива да пакао не постоји, да је то била само „неопходна пропаганда“. Путовање које кроз сан протагониста проживљава јесте излет у рај, али рај који је толико бесмислен да је неуспех путовања неизбежан. Овде описани рај је типична слика постмодерног света, пројекција тежњи материјалистичког друштва 20. века оличених у конформизму, егоцентризму и хедонизму. Тај рај је заправо илузија која се може одржати само док човек измишља објекат својих жеља, и тако свакако коначан. Када протагониста „Сна“ упита свог водича кроз рај шта је то што становници раја добијају, она одговара: „Продужетак живота. Али... побољшаног, разуме се.“ (Барнс 1996: 228) Они имају могућност да без ограничења упражњавају све оно што пожелеле: секс, голф, шопинг, дружење са славним личностима – односно, стремљења посрнулог материјалног света постмодерне. Како векови пролазе, све ове активности разоткривају се у својој тривијалности. Такав рај за резултат има бесконачну лакоћу, која је колико савршена толико и безначајна, и самим тим бесмислена, закључиће на

крају Барнсов „рајанин“. И упркос томе што имају могућност да бескрајно испуњавају све жеље, житељи оваквог раја се досађују до те мере да се радије одлучују да умру по други пут. Протагониста „Сна“ стога закључује „да је Рај веома добра замисао, могло би се рећи и савршена, али није за нас. Не док смо овакви“ (Барнс 1996: 304).

Уточиште од идеологије?

Пошто је денунцирао религију, па чак и уметност, као опресивне (прва) и конзумеристичке (потоња) идеологије, Барнс ће нам, истина узгредно, у полупоглављу, понудити – љубав. Љубав је код Барнса једина која може пружити утеху и можда додирнути оно недосањано, изван кошмара будности. Можда, јер и љубав је, попут историје, плурална, несигурна, недовршена и, често, несрећна. Она је „израслина, нешто чудовишно, закаснили додаток дневном реду“ (Барнс 1996: 233), али, парадоксално, она је суштински важна и једина способна да анулира ентропију и хаос савременог света и историје: „Љубав неће изменити историју света [...], али ће учинити нешто много важније: научиће нас да се супротставимо историји, да не обраћамо пажњу на њено шепурење подигнута носа“ (Барнс 1996: 237). Она је за њега једина која може успоставити везу са истином, па „морамо у њу веровати, или смо пропали. Можда је нећемо добити, или ћемо је добити и открити да нас чини несрећним; па ипак, морамо у њу веровати. Ако то не чинимо, онда се просто предајемо историји света и некој туђој истини“ (Барнс 1996: 243).

Међутим, само место које у роману заузимају ови Барнсови ставови није ни у ком случају привилеговано у односу на остала поглавља. Његово полупоглавље смештено је између осмог и деветог поглавља, дакле, ни на крају ни на почетку, а носи наслов „Узгред“, као да ни писац сам није у потпуности уверен у његов значај. Последњим, кошмарним поглављем он ипак ставља печат на своју мрачну, како сам каже, „ентропијску“ визију људске историје којој се, с обзиром на осећање којем се и сами невољно предајемо, мало шта може замерити. Та историја је као „кошмар из кога покушавамо да се пробудимо; али сањати да смо се пробудили, то је још страшнија ноћна мора“ (Иглтон 1997: 90), а то су заправо и речи којима Барнс завршава свој роман: „Сањао сам да сам се пробудио. То је најстарији сан од свих и ја сам га управо сањао“ (Барнс 1996: 304).

Закључак

У таквом кошмарном свету, Кет је (можда) преживела, дрвоморац је преживео, али у оквирима овог романа, питање о предности таквог статуса не добија потврдан одговор. Шта, уопште, значи „преживети“? У Барнсовој Историји, људска историја је само пловидба на броду без кормилара која ће се свакако завршити бродоломом. На том путовању невини, они који остају изван оквира владајућих идеологија, страдају, а преживели остају као посада која ће своје нестајање само одложити на још неко време, док се не појаве неке нове Историјске идеологије.

Ако Иглтон (1997: 71-75) замера постмодернизму то што су сумњичави према идеји историјског континуитета (која их можда асоцира на лажно-хомогенизујуће начине размишљања и са собом носи „одвратно надмену импликацију напретка“) Барнс би се засигурно сложио да у историји света постоји нешто што преовладава од самог почетка до данас – неминовна патња која нас држи у једном непобитном детерминизму. Иако недостатак наративне кохезије напуштене у корист многострукости у овом роману одлучно одбија да се повинује тоталитаризму који Историја носи са собом као императив, ипак не можемо да се одупремо утамничењу у коме је патња непремостива детерминанта и у коме као да одређене трансцендалне и трансцендентне инстанце задају производњу нас самих, нашег понашања и нашег постојања унутар једног друштва, света, епохе. Слободног простора у таквом свету као да уопште нема, нити могућности да се патња избегне, пошто се фукоовски центри моћи репродукују унутар сваке епистеме, уводећи изнова категорије на основу којих раздвајају Барнсове „чисте“ од „нечистих“. У таквом детерминизму, где ентропија постаје тотализујућа метафора, а борба против идеологија нова идеологија, остаје врло мало простора за оптимизам.

ЛИТЕРАТУРА

- Адамс 1989: R. Adams, *Balancing Act*, Review of *A History of the World in 10½ Chapters* by Julian Barnes, New York: New York Review of Books, 7.
- Бакстон 2000: J. Buxton, *Julian Barnes's Theses on History (in 10 ½ Chapters)*, Wisconsin: JSTOR Contemporary Literature Vol. 41, N° 1, 56–86.
- Барнс 1996: Dž. Barns, *Istorija sveta u 10 ½ poglavlja*, Prevod sa engleskog: Ivana Đorđević i Srdan Vujica, Beograd: Geopoetika.
- Бajt 1978: H. White, *Tropics of Discourse: Essays in Cultural Criticism*, Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Вирилио 1993: П. Вирилио, *Машине визије*, 1988, превела Фрида Филиповић, Нови Сад: Светови.

- Гинери 2009: V. Guignery, *Conversations with Julian Barnes*, Jackson: The University Press of Mississippi.
- Иглтон 1997: T. Iglton, *Iluzije postmodernizma*, preveo sa engleskog Vladimir Tasić, Novi Sad: Svetovi.
- Пејтмен 2002: M. Pateman, *Julian Barnes*, Devon: Northcote House Publishers Ltd.
- Рубинсон 2000: G. J. Rubinson, *History's Genres: Julian Barnes's A History of the World in 10 ½ Chapters*, Wisconsin: JSTOR, *Modern Language Studies*, Vol. 30, N° 2, 159–179.
- Сесто 2001: B. Sesto, *Language, History and Metanarrative in the Fiction of Julian Barnes*, New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Фини 2006: B. Finney, *English Fiction Since 1984: Narrating a Nation*. Hampshire and New York: Palgrave Macmillan, 34–53.
- Хачион 1996: L. Hačion, *Poetika Postmodernizma; Istorija, Teorija, Fikcija*, Prevod sa engleskog: Vladimir Gvozden i Ljubica Stanković, Novi Sad: Svetovi.

POSTMODERN FLIRTATION WITH HISTORY AND IDEOLOGY IN JULIAN BARNES' *A HISTORY OF THE WORLD IN 10½ CHAPTERS*

Summary

This paper takes up as its object of analysis the novel *A History of the World in 10½ Chapters*, by Julian Barnes, the British author, who, coming from the idea about the fleeting nature of history seen through a postmodernist perspective, focuses on the ungraspable past, marginalization, discourse, and the ideological dependability of the images of totalization and History. Via referencing postmodern theoreticians, such as Linda Hutcheon, Terry Eagleton, and Hayden White, in whose frameworks history cannot be written without ideological and narratological analyses, this paper aims to explore the complex relationship between literature and history by reexamining the terms narrativity and ideology in this novel. Barnes denounces the ideological background of History, as well as of religion and art, offering us, in return, a multitude of histories viewed from different, mostly marginalized positions. By rejecting the idea of one totalizing History as unilinear and progressive, Barnes, however, bases his histories (metaphorically presents in the forms of sailing and shipwreck) upon the entropic model, uncovering suffering and violence as insurmountable determinants, which are imposed by diverse centers of power. The conclusion reached concerns the impossibility of overcoming the ideological basis of human existence.

Key words: History, ideology, entropy, shipwreck, post-modernism

Lena Lj. Tica

Јелица А. ВЕЉОВИЋ¹

*Универзитет у Крагујевцу
Филолошко-уметнички факултет
Одсек за филологију
Катедра за хиспанистику*

АМЕРИКАНИСТИЧКА ИДЕОЛОГИЈА ХОСЕА МАРТИЈА И СТВАРАЊЕ ХИСПАНОАМЕРИЧКОГ ИДЕНТИТЕТА²

Овај рад има за циљ преиспитивање американистичке идеологије у делима кубанског писца и активисте Хосеа Мартија. Како је американизам био уметнички, а опет и друштвено-политички поступак освешћавања народа деколонизованог континента – Јужне Америке –, тако је читава хиспаноамеричка књижевност која је струјала у овом смеру обојена снажном активистичком идеологијом формирања нације/нација и идентитета хиспаноамеричког универзалног човека. Ипак, у делима Хосеа Мартија, као и у делима његових наследника, јасно нам се читава парадоксалност американистичке идеологије и њој сврсисходних текстова. Дуалност вредности које се прописују у духу американизма у овде разматраним делима хиспаноамеричког Апостола Хосеа Мартија указаће и на опасност њеног деловања, и открити је као нови начин поробљавања ослобођеног Другог.

Кључне речи: Марти, американизам, идеологија, Хиспанска Америка, идентитет

Посматрајући савремену хиспаноамеричку културу као хибридни историјски производ, постављени смо пред својеврсни дадаистички колаж сачињен од трагова култура Других, европоцентричног колонизо-

¹ jelica.veljovic@filoloski.rs

² Рад је резултат истраживања на пројекту 178018: *Друштвене кризе и савремена српска књижевност и култура: национални, регионални, европски и глобални оквир* Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

вања истих, хиџазамских историјских тренутака, и језичког разноречја покопаног под центрипеталном снагом шпанског језика. У оваквом дискурзивном раму наилазимо на међусобно супротстављене елементе у оквиру целокупне хиспаноамеричке заједнице, ако о њој под означитељем у једнини можемо говорити. Веродостојније би стога било дискутовати на тачкама преламања свих елемената наслеђа прехиспанских, тј. преколумбовских култура, а затим и култура колонијалног периода и модерних тенденција које су долазиле од културних елита Европе, као што су Француска и Велика Британија, с једне стране, али и суседних Сједињених Америчких Држава, с друге стране. Креативни циљ дискусије, која је и у стварности окупљала хиспаноамеричке политичаре и уметнике, лежао би у преплитању ових културолошких знакова ради добијања синтезе, илити својеврсног етничког и културолошког мешања четири заступљене расе на хиспаноамеричком континенту, које многобројни аутори означавају термином *mestizaje*³ (Рохас Микс 1997: 31). Управо ће овако прожети будући идентитет целог континента и служити позиционирању новоформираних земаља и народа Хиспанске Америке, у периоду колонизације називане Новим светом.

Целокупно стварање културе хиспаноамеричког континента најизраженије је било крајем 19. и почетком 20. века, који се књижевноисторијски подударају са романтизмом и са почетком модернизма, који је на континенту Јужне Америке имао далеко јачи утицај и шири спектар од уметничког правца – представљао је преиспитивање духа великих нација Хиспанске Америке у целости, будући да је донео промену, не само у начину писања и одабиру тема, већ у разумевању бића хиспаноамеричког човека, његовог начина размишљања и живљења (Овиједо 1997: 219). Овој промени допринела је егзистенцијална криза у којој су се тада налазиле готово све земље Јужне Америке, услед тешког историјског тренутка раздвојености народа у класном и расном смислу. Стога је постављање темеља америчке културе засноване на јединствености наслеђа, историје и геополитичких особености континента био друштвени, али и политички циљ модернистичких писаца.

Први међу песницима који наговештава, а касније и афирмише стварање хиспаноамеричке свести као јединствене јесте кубански књижевник Хосе Марти (*José Martí*) (Овиједо 1997: 230). Овај аутентични

³ Дата реч је термин на шпанском језику, заступљена друштвено од доба шпанских колонија на тлу Хиспанске Америке, означава укрштање различитих раса при чему настаје нова укрштена раса људи – местици (*mestizo*) – мешанци беле и америндијанске црвене расе. Многи писци, попут Карлоса Фуентеса и Лесаме Лиме, ће користити управо овај термин у покушају одређивања идентитета Хиспанске Америке.

глас Америке („auténtica voz de América“), како га назива Белини (1997: 251), својим милитантним активизмом у Ратовима за независност Кубе, и стиховима обојеним идеологијом американизма, стоји у темељима мита о хиспаноамеричком писцу, за којег је према речима Перуанца Варгас Љосе, књижевност увек ватра.⁴ Уколико књижевност као ватра упућује на метафоричко тумачење књижевности као друштвено-политичке борбе, утолико у делима хиспаноамеричких писаца овог реда, а пре свега у Мартијевом делу, можемо да се бавимо идеологемама као материјалом који конституише културу, а који у себи садржи себи својствен подтекст као „доњи простор текстовно неизреченог“ (Џејмсон 1984: 55).

Американистички апостол хиспаноамеричких народа

Мартијев књижевни опус нас упућује на једног модернистичког лиричара, праћеног неопходношћу политичке борбе зарад афирмисања панамеричког духа братства, обрађујући теме везане за будућност Америке и патњу њених народа (Белини 1997: 654). Ипак, треба истаћи да његово дело није имало естетичку сврху као своју једину крајност, већ прецизну идеолошку индоктринацију, која је јаснија уколико погледамо његово прозно дело. Изражене хуманистичке жеље везане су за социјалне правде, слободу и једнакост свих етничких, расних и класних друштвених заједница, које неки означавају и као етички карактер Хосе Мартијевог књижевног рада (Овиједо 1999: 249). Ипак, можемо дозволити себи уопштавање и рећи да се етичко-естетичке идеје овог кубанског модернисте сливају у калуп једне идеологије – идеологије американизма, којом Марти жели да подстакне свест својих савременика и народа о самоспознаји националног идентитета и потреби политичког и спиритуалног јединства свих народа хиспаноамеричког континента (Павловић-Самуровић 1993: 582), а све зарад конституисања јединственог идентитета јужне америчке хемисфере која ће одолети империјализму северне. Зато Хосеа Мартија и јесу називали Апостолом његови сународници Кубанци, али и остали народи Хиспанске Америке, који путује и осветљава американистички пут Отаџбине онима који га следе (Мартинес Гомес 2006: 284). Сам Хосе Марти ће назвати свој друштвено-политички активизам апостолством у писму Валеру Пухолу, директору часописа *Напредак* (*El progreso*), 27. новембра, 1877. године: „Волим говорницу, и то ватрено, не као место изражавања бескорисне елоквентности, већ као неку врсту апостолства, упорног, скромног

4 Приликом примања награде Ромуло Гаљегос (*Rómulo Gallegos*) у Венецуели 1967. године, Варгас Љоса је одржао сада већ прослављени говор „Књижевност је ватра“ (*La literatura es fuego*) говорећи о неизбежности ангажованог писања у хиспаноамеричкој књижевности са панамеричког аспекта.

и пуног љубави, где број седих које крунишу главу није мера за количину љубави која покреће срце.⁵ (Марти 1991б: 109).

На почетку треба разграничити различита дефинисања појма американизам (*el americanismo*), који се сагледавао кроз лингвистичке, историјске, друштвено-политичке, културолошке и уметничке фацете. Павловић-Самуровић (1993: 157) истиче два оквира дефинисања:

1) американизмом се означавају речи и изрази у шпанском језику које се говоре у хиспаноамеричким земљама, а које обухватају како речи америндијанских језика, тако и архаичне речи из шпанског језика са Иберијског полуострва и других страних (европских) језика;

2) књижевно-културни покрет створен на политичким поставкама борбе за независност хиспаноамеричких колонија, које су садржале идеју о њиховом духовном ослобађању од утицаја метрополе као центра колонијалне моћи. Управо ова дефиниција је она коју ћемо даље користити у раду, и којом ћемо се водити у везивању Хосе Мартијевог идеолошки обојеног уметничког креда.

Као пантеистичка идеологија која свепрожима прошлост, садашњост и будућност хиспаноамеричких земаља, американизам јесте покрет стварања националне свести и идентитарних ознака свих хиспаноамеричких земаља. Као такав, подразумева приступање историјским, друштвеним, географским и културолошким карактеристикама свих народа хиспаноамеричког континента без осврта на расну или класну припадност, а све зарад њихове конвергенције. Американизам који се отелотворује у књижевном изразу садржан је у представама суштине хиспаноамеричког човека, који се издиже на један општи ниво, сложености његове друштвено-политичке средине, и традиционалних вредности и обичаја који чине наслеђе свих народа, а који стоје насупрот империјалистичким ставовима. Како би кубанско-доминикански писац Гарсија Годој (1917: 17) то изложио, будући и сам оформљен у светлу американизма, књижевни американизам остаје веран утисцима актуелности са циљем одражавања и исцртавања „наше америчке душе“.

Треба додати да стварање свести о наднационалном – хиспаноамеричком – јединству у себи јесте имплицитно садржавао развој национализма који би уједно тежио надоградњи и одржавању свих елемената који се односе на сваку од република као јединствени и заокружени национални ентитет, како би се омогућило даље стварање кохерентне културолошке заједнице свих народа-нација. Стубови носачи хиспаноамеричке

5 “Amo la tribuna, la amo ardientemente, no como expresión presuntuosa de una locuacidad inútil, sino como una especie de apostolado, tenaz, humilde y amoroso, donde la cantidad de canas que coronan la cabeza no es la medida de la cantidad de amor que mueve el corazón.”

културолошке заједнице су, према Годоју, а у складу са његовим претходницима Мартијем и Родоом: крв, језик и историја, који служе за идентификацију свих хиспаноамеричких народа (1917: 22), а који ће као такви постати везивне нити Мартијевих текстова.

На Међународној американистичкој конференцији у Вашингтону, 19. децембра 1889. године, у говору „Мајка Америка“, Марти је озваничио галоп крајњег ослобођења Јужне Америке: „Истовремено се слободнима изјашњавају сви народи Америке. Уздиже се Боливар са својом звезданом војском. На коња, Америко цела!“⁶ (Марти 1991а: 138). Мартијев изражени активизам симболично сажет овим дискурзивним фрагментом води поимању књижевности као још једног средства у служби домовини, али и као модуса остварења пројекта Симона Болиvara, Великог ослободиоца, који је у својим списима есејистичке и кореспондентске форме⁷ покрећу потрагу за уједињењем америчких народа у јединствену хиспаноамеричку домовину изнад националних граница. Борбену линију коју је заузео Боливар почетком XIX века, хиспаноамерички писци и идеолози у процесу идентификације са американистичком идеологијом, доприносе њеној фигурацији у оквирима књижевности, а поред Мартија стајали су Андрес Бељо, Хосе Енрике Родо и Доминго Фаустино Сармијенто, некадашњи председник Аргентине (Серна 2011: 2020). Многима од наведених аутора Америка је била водећа књижевна тема, која је изједна изражавала понос и забринутост кроз индијанистичке⁸ тенденције и ставове, доводећи до крајности мифификацију Јужне Америке и њених специфичности (Хавијер Моралес 1999: 1026). Управо на овом месту се можемо осврнути на американизам као пројекцију једног могућег и жељеног света, и на књижевност обојену њиме као на пројекцију једне геополитичке свести која се објављује кроз естетски, академски, социолошки, економски и историјски текст, и која је произведена кроз дијалектику различитих врста моћи, како је то приметио Едвард Саид у свом *Оријентализму* (1978: 12).

6 “Libres se declaran los pueblos todos de América a la vez. Surge Bolívar, con su cohorte de astros. ¡A caballo, América entera!”

7 Види: Симон Боливар, „Писмо са Јамајке, намењено господину који се занимао за републиканизам у Јужној Америци“, 1815. године. (Simón Bolívar, “Carta de Jamaica dirigida a un caballero que tomaba gran interés en la causa republicana en la América del Sur”), у коме Боливар говори о деколонизацији као скидању ланаца, цепању вела и прогледавању народа Хиспанске Америке, уједно упозоравајући на претензије нових светских сила да поробе хиспаноамеричке земље .

8 „Индијанизам (*el indianismo*) је ток хиспаноамеричке књижевности настао у време романтизма са циљем да рехабилитује живот, обичаје, митове, и ишчезле цивилизације индијанског живља.“ (Павловић-Самуровић 1993: 177). Овај књижевни покрет, са тенденцијама идеализовања прошлости Индијанаца, треба разликовати од индихенизма (*el indigenismo*) који, узимајући књижевно-социјални смер, одражава њихову непосредну друштвену стварност.

Парадокси једне идеологије

Чини се да је дотична митификација Хиспанске Америке као ентитета била неизбежна и програмирана ради стварања свести о заједништву и потенцијалних снага које би се супротставиле империјализму САД-а. Оваква тежња се јасно очитава кроз Мартијеве есеје „Гватемала“ (*Guatemala*) из 1878. године, „Наша Америка“ (*Nuestra América*) из 1891. године. Идеје надиндивидуалног јединства у Домовини представљене су и у индијанистичкој драми „Домовина и слобода“ (*La patria y libertad*) из 1877. године. Ово драмско дело је као епопеју слободе поетизовао Чилеанац Пабло Неруда у својој епској поеми „Општа песма“ (*Canto general*) из 1950. године (Серна 2011: 209).

Гватемала

Писање есеја „Гватемала“ започето је 1877. године приликом Мартијевог боравка у Гватемали, након затвора у Сан Ласару, депортације у Шпанију и књижевно-академског развоја у Мексику. У овај есеј Марти је преточио американистички ентузијазам пред колосалним витализмом америчке природе, коју доживљава као предуслов конституисања духовне величине Хиспанске Америке, која се овиме индијанистички и детерминистички заснива на човековој вези с природом. Место развоја аутентичног хиспаноамеричког књижевног израза је такође позиционирано у Мартијевој импресији природним ресурсима „земље-Мајке“, чиме се предиспозиције величине хиспаноамеричке књижевности везују за геополитичке и агрикултурне симболе: земљу, воду, Сунце, вулкане, кафу. Хармонија којој Марти тежи у својим утопијским погледима на природу и стварност Гватемале да се објаснити краусистичком филозофијом, као својеврсним хармонијским рационализмом актуелним већ половином XIX века, којем је Марти био изложен за време студија у Шпанији (Толедо Санде 2007: 230). На овај начин се и краусизам у оквирима идеологије американизма може разумети као пропагатор идеје о писцу идеологу и едукатору, који позитивистичко разумевање науке посматра као још један предуслов модернизације континента.

Реформистичке идеје са аспекта духа и заједнице Марти преноси на привреду, инфраструктуру и индустрију, што се такође осликава у Мартијевој есеју „Гватемала“ (Хавијер Моралес 1999: 1035) американистичким описима пејзажа и природних ресурса, помешаних са упливима њених разноликих етничких припадника, али и производа америчке земље

који се симболички везују за исту. Пример који би поткрепио ову тврдњу је реалистички наративни исечак о узгоју кафе на вулканском поднебљу Гватемале, али и величању исте називајући је великодушним даром Америке (Марти 1991б: 137). Уз кафу, Марти помиње многа друга природна богатства (дрво, необрађивану земљу, биљке), позивајући на експлоатацију истих, и то не само оне којима према националној припадности и деколонизаторској борби земља припада, већ и стране улагаче капиталисте. Услед оваквог наративног преламања, Бекман (2008: 20) увиђа амбивалентност Мартијевог дискурса који пропагира анти-империјализам и меркантилизам, уз консолидовање хиспаноамеричког духа путем економско-привредног развоја, налазећи у Мартијевим есејима представљачке стратегије савременог доба – стратегије *адвертајзинга*. Простор за дискусију и поделу мишљења остаје услед питања: Да ли се ради о дијалектичкој условљености економије и духа? Или можда о (не)свесној условљености политике и текста, будући да Марти управо у овом периоду јавно подржава либералистички пројекат Хуста Руфина Бариоса који се заправо сводио на експропријацију земље од аутохтоног становништва – Индијанаца (Бланко 2010: 5). Стога можемо рећи да есеј „Гватемала“ упада у оштре идеолошке контрадикције, а за разлику од његовог наредног есеја „Наша Америка“, не садржи ни ауторова будућа упозорења на империјалистичке претензије страних сила, дајући место ослобођеном становнику Гватемале једино у оквиру стратегије економског пројекта индустријализације „мајке-Земље“.

Наша Америка

„Наша Америка“ је политички есеј, објављен као чланак у мексичком часопису *El partido liberal* 1891.године, непосредно пред Мартијево учешће у борбама за независност Кубе, у којима ће и погинути. Овај есеј добија форму манифеста хиспаноамеричког интегритета и уједињења држава Хиспанске Америке, који се почео разматрати као засебна идеологија: „*nuestro-americanismo*“ („наш-американизам“). На самом почетку, Марти изражава неопходност буђења народа Америке пред претњом империјализма метафорички представљеног хегемонистичком чизмом гиганта, који „носи седам миља у чизмама, и који исту ту чизму може да стави на човека“ (Марти 1991а: 15)⁹. Ово је јасна политичка мисао одбране самосталности континента као уводне потврде американизма пред налетом неоколонијализма. Американистички дух изнова бива ојачан пред-

⁹ „...los gigantes que llevan siete leguas en las botas y le pueden poner la bota encima...“.

ставом култа земље-Мајке као централне референце идентитета америчких народа, потврђујући скопчаност национализма и американизма на коју је упутио Гарсија Годој (1917: 19): „Американизам и национализам су природно у блиској вези“¹⁰. У овом, дакле, националистички обојеном дискурсу, оптужују се сви издајници земље-Мајке, политичари, интелектуалци, земљопоседници, који за Мартија чине систем уништења аутентичности хиспаноамеричког тла и паразите који се хране телом болесне земље-Мајке: „Они рођени у Америци... одричу се... болесне мајке, и остављају је саму у леглу болести! Стога, ко је човек? Онај који остаје уз мајку лечећи је од болести, или онај што... живи користећи њена богатства у исквареним земљама...“ (Марти 1991а: 16)¹¹. Уколико поставимо овај есеј уз претходно описани – „Гватемала“ – упутили бисмо се ка опозитности Мартијеве идеологије кроз време као јасној и транспарентној, а исто тако и према амбивалентним вредностима које проистичу из дијакхронијског ишчитавања апостоловог просветитељског опуса.

Марти у наставку есеја програмски предлаже прилагођавање свих друштвених облика власти и институција, па и живота и самог размишљања, облицима америчког бића, ма колика унутрашња различитост да је у питању. Као најважније истиче стварање аутентичног прогреса на основу аутентичног америчког постојања, заобилазећи непосредно транспонованање европских или северноамеричких начина руковођења (Овиједо 1997: 251). Управо ово јесте имплементирање американизма у све аспекте друштва, које треба да да резултате међу будућим генерацијама, којима је овај есеј упућен у облику просветитељске индоктринације и пропагирања слободе америчког човека из „канци тигра“, како Марти поново метафорички представља све нове форме некадашње колонијалистичке власти: „Тигар чека, иза сваког дрвета, склупчан иза сваког ћошка“ (Марти 1991а: 19)¹². Са оваквим циљем Марти гради новог човека произашлог из творнице американистичке идеологије, ког сагледавамо као хиџазамски сплет варварства и цивилизације, природе и културе, и свих маргинализованих народа и друштвених стратума – креолца и Индијанца, белца и црнца, речима: „Паметно би било... сјединити... мараму и тогу; ослободити урођеника, градећи довољно места црнцу...“ (Марти, 1991а: 20)¹³. Марти ће се позвати на јединство различитих расних група

10 “Americanismo y nacionalismo tienen naturalmente muy estrechas e íntimas vinculaciones”.

11 “¡Estos nacidos en América... reniegan... de la madre enferma, y la dejan sola en el lecho de las enfermedades! Pues, ¿quién es el hombre? ¿el que se queda con la madre, a curarle de la enfermedad, o el que... vive en su sustento en las tierras podridas...”.

12 “El tigre espera, detrás de cada árbol, acurrucado en cada esquina”.

13 “El genio hubiera estado... en hermanar... la vincha y la toga; en desestancar al indio; en ir haciendo lado al negro suficiente...”.

у једно домовинско заједништво – надрасно, надкласно, надверско – и у свом есеју „Моја раса“ (*Mi raza*) из 1893. године, као и у прослављеном говору у част Венецуеле у Удружењу хиспаноамеричке књижевности 1892. године, говорећи о наслеђеној мисији свих народа Хиспанске Америке да споје у један лик све синове и кћи америчке душе, будући да се војне чизме још увек нису одложиле (1991б: 294).

Домовина и слобода

У драмском делу „Домовина и слобода“ Марти изражава бригу за Другог, и говори у његово име, јер и он је тај који треба да конституише настајуће јединствено тело Хиспанске Америке. То је Индијанац – аутохтони становник хиспаноамеричког континента. Ипак, како је Марти заговарао либералистичку политику Руфина Бариоса која је допринела економској маргинализацији Другог, ово дело можемо да читамо као покушај идеолошке индоктринације, али и као одраз дискурзивне политичке хегемоније. Треба навести да у овом драмском делу од два чина, у којима главне јунаке представљају како Индијанци, тако и креолци и местици, Марти осликава идеалног урођеника: оног који је самоуверен, што се изражава кроз пркошење шпанској власти; оног који је против Цркве, која је маском нове вере прекрила његово наслеђе и идентитет; оног који се залаже за добро Домовине, и који чинећи део ове надетничке заједнице прихвата улогу субалтерна. Поред тога, лик Индијанца у овој драми делује као отелотворење освете и насиља, он је жртва природних нагона, човек нецивилизован и утом неспутан, а онај који има функцију умиривања овако брутално приказане природе Индијанца јесте мешанац Мартин који представља рацио и патриотизам. Овим је Индијанац изнова колонизиран, јер његов дух постаје неприкладан у простору новог Дома те га је неопходно устројити, а идеје које оличавају Мартина јесу уједно и главне црте образовне и културолошке политике самог Мартија. Крај драме има једнаку симболичку вредност подређивања Индијанца, и то кроз слику пантократорског и међурасног загрљаја Мартина и Коане и друге Индијанке, које својом од почетка додељеном женском подређеношћу, појачавају крајњу слику измене Индијанца. Парадоксално, овим Други бива заправо уништен новим домовинским империјалистичким дискурсом, новим наметима стратешког развоја и индустријализације мајке-Земље, и Јаством произашлим из нове моћи које га је у себе претопило.

Занимљиво би било сагледати и Мартијево стваралаштво са аспекта скоријих историјских догађања, а посебно са аспекта Кубанске револуције 1959. године, под вођством Фидела Кастра, када је Марти ретроактивно уздигнут као симбол борбе за независност и еманципације од империјалистичког намета САД-а. Његове песме из збирке „Једноставни стихови“ (*Versos sencillos*) исписивани су као револуционарне леме и наративни делови кастровских графита, међу којима је глобално препозната „Гвантанамера“ (*Guantanamera*, или девојка из Гвантанама). Услед оваквих прилика, Марти се постхумно посматра и као један од првих непријатеља капиталистичког друштва и антиципатор кубанског социјализма оличеног у Кастру (Бекман 2008: 19). Уколико на овом месту подвучемо Кастрову културну политику према којој је књижевност оружје револуције, потврдићемо примораност служења хиспаноамеричке књижевности друштвено-политичким идеологијама, уз одржавање мита о ангажованом писцу у Хиспанској Америци, актуелном управо од Хосеа Мартија до Гарсија Маркеса, Кортасара, Варгаса Љосе, било на страни *pro*, било на страни *contra* политичког система. Мартијева Куба и јесте постала топос унификације писца и револуционара, место на коме су се левичарски оријентисани писци Хиспанске Америке сусретали са идејама политичких револуционара Фидела Кастра у духу „нашег-американизма“. Ипак, многи од њих су након „случаја Падиља“¹⁴ 1971. године прозрели парадоксалну страну постреволуционарне владе Кубе, посматрајући је као реверзију Московских процеса у односу према писцима, и поделивши се и сами према политичким оријентацијама и данас актуелним.

14 Догађај историјски забележен као „Случај Падиља“ упућује на осуђивање и притвор кубанског песника Еберта Падиље (*Heberto Padilla*), након објављивања збирке „Ван игре“ (*Fuera del juego*) у којој преиспитује револуционарно писање историје и креирање друштвене стварности владе Фидела Кастра. Писци Хиспанске Америке су се ујединили у протесту ослобођења песника, након чега су се многи писци попут Варгаса Љосе и Кортасара окренули против кубанског режима, осуђујући поданост уметности политичком систему. (Кирога 2008: 354)

ЛИТЕРАТУРА

- Бекман 2008: E. Beckman, "Man on the Market: Jose Marti and the Poetics of Commerce", *Revista Hispánica Moderna*, No. 68/1, 19-35.
- Белини 1997: G. Bellini, *Nueva historia de la literatura hispanoamericana*, Madrid: Castalia, 247-262; 653-665.
- Бланко 2010: J. Blanco, "Colonialidad del saber y literatura: Invención y anulación del indígena en «Patria y libertad» (drama indio) de José Martí", *A Parte Rei*, 72, <<http://serbal.pntic.mec.es/AParteRei/blanco72.pdf#>> (29/09/2014).
- Џејмсон 1984: Ф. Џејмсон, *Политичко несвесно: приповедање као друштвено-симболични чин*, Београд: Рад.
- Гарсија Годој 1917: F. García Godoy, *Americanismo literario*, Madrid: Editorial América.
- Марти 1991a: J. Martí, *Obras completas*, Vol. 6, La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- Марти 1991b: J. Martí, *Obras completas*, Vol. 7, La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- Мартинес Гомес 2006: J. A. Martínez Gómez, "Las tres ideas fundamentales de José Martí para la liberación nacional: moralidad, justicia y libertad", *Estudios humanísticos. Historia*, No. 5, 2006, 263-284.
- Моралес 1999: C. J. Morales, "La raíz americanista del modernismo: el ensayo «Guatemala» de José Martí", *Anales de literatura hispanoamericana*, No. 28, 1025-1039.
- Овиједо 1997: J. M. Oviedo, *Historia de la literatura hispanoamericana. Del romanticismo al modernismo*, Vol. II, Madrid: Alianza editorial.
- Павловић-Самуровић 1993: Љ. Павловић-Самуровић, *Лексикон хиспаноамеричке књижевности*, Београд: Савремена администрација.
- Рохас-Микс 1997: M. Rojas-Mix, *Los cien nombres de America*, San Jose: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1997.
- Саид 1978: E. W. Said, *Orientalism*, New York: Vintage books.
- Серна 2011: M. Serna, "Hispanismo, indigenismo y americanismo en la construcción de la unidad nacional y los discursos identitarios de Bolívar, Martí, Rodo y Sarmiento", *Philologia Hispalenses*, No. 25, 201-217.
- Тоledo Санде 2007: L. Toledo Sande, "Mensaje martiano en Zaragoza", en: José A. Armillas Vicente (coord.), *José Martí en nuestro tiempo*, Zaragoza: Instituto Fernando el Católico, 225-235.

IDEOLOGÍA DE AMERICANISMO DE JOSÉ MARTÍ Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD HISPANOAMERICANA

Resumen

El presente trabajo es una revisión de la ideología de americanismo en las obras del escritor y activista cubano José Martí. Analizamos sus dos ensayos "Guatemala" y "Nuestra América", sus discursos más famosos, y su obra de teatro *La patria y libertad*. Teniendo en cuenta que americanismo era una tendencia tanto artística como social y política de resucitar a los pueblos libera-

dos del continente colonizado por los españoles, veremos cómo literatura hispanoamericana de la época estaba constituida por la fuerte ideología de formar nación/naciones e identidad del hombre hispanoamericano. Sin embargo, nuestro análisis demostrara una clara paradoja en las obras citadas de Martí en cuanto a su relación con el americanismo. La dualidad de los valores plasmados en el espíritu americanista nos revelará el mismo como un acto ambivalente y por lo tanto peligroso, convirtiéndose en un modo de esclavizar al Otro liberado.

Palabras claves: Martí, americanismo, ideología, Hispanoamérica, identidad

Jelica A. Veljović

Мирослав Д. ЂУРЧИЋ¹

Крађујевац

НУКЛЕАРНА ИДЕОЛОГИЈА У РОМАНУ ХИРОШИМА БУГИ ЏЕРАЛДА ВИЗИНОРА

Роман *Хирошима буџи* посматра идеолошко кодирање пост-атомског јапанског друштва преиспитујући традиционалне и модерне мотиве јапанске културе. Визинорови јунаци боре се против институција моћи које се налазе у језику, а који је углавном нераскидиво повезан са политичким. Постмодерним поступком са ексцентричне позиције хибридног субјекта северноамеричког и јапанског староседеоца Визиноров јунак настоји да преиспита нуклеарни наратив следећим литерарним поступцима: иронијом, пародирањем, цитирањем, саморефлексивношћу, као и усвајањем дијалога кабуки позоришта и јапанске лексике. Визенор настоји да оспори успостављање ауторитета који на својим позицијама моћи имају апсолутно право да интерпретирају Јапан као жртву или агресора, као што жели да укаже да је истина институционализована и да приче маргиналних готово увек бивају изостављене из званичних нарација.

Кључне речи: нуклеарно, Хирошима, идеологија, староседеоци, маргина

Увод

Постмодерним декодирањем књижевног дела, или некаквог другог наратива, долазимо до сазнања да је текст место идеолошких пресека дискурзивних мрежа и да се модернистичка тежња за Истином може посматрати као мноштво истина. При таквом усложњавању маргинализованих позиција долази до преиспитивања званичних наратива о (историјском) догађају путем иронијског дијалога, пародије, само-рефлексивности,

¹ miroslavcurcic84@gmail.com

како би се оспориле хуманистичке претпоставке слободe као резултата еманципације. У роману Џералда Визинора *Хирошима буџи* који се бави савременим пост-нуклеарним Јапаном, централно место неслободe заузима место сећања, у Хирошими познатији као Меморијални музеј, скуп тотализујућих идеја о нуклеарном миру, бесмислености страдања и месту сећања на жртве сулудих ратних аспирација, за чије последице имамо губљење поверења у велике нарације и губитка смисла уопште.

Велике историјске турбуленције као што је Хирошима остављају знак у националном идентитету Јапана, посматрајући га готово увек у контексту нуклеарне трагедије, а сваки покушај преиспитивања нуклеарног наратива носи са собом бојазан да ће бити осуђен за безосећајност према жртвама или подржавање злочина. Будући да се увек изнова запитамо какав роман написати о масовним страдањима у ратним разарањима и може ли Хирошима као знак да симболички говори о нечему, Визинор одговор проналази у смеховном и критичком, пародијском и иронијском, у комбинацији традиционалне приповести староседелца Америке митском језичком игром варалице, који кроз кратке дијалоге и херметичне поетске секвенце нуклеарног кабуки позоришта настоји да разгради објективну свест о простору сећања концентрисану у Атомској куполи. М. Џексон примећује да „све приче о Варалици изгледа подразумевају да уклапање у дате, уврежене вредности и конвенције, морају имати противтежу у слободној игри, експериментисању и дистанцирању“ (Џексон 1982: 269). И због тога и Визинор посматра фигуру варалице као медијатора између присутности и одсутности који транспонује усменокодирану стварност у нови контекст кроз језичке игре, профилишући се као *комични холоџрој* у Визенировом креативном лексичком инвентару. Слобода се огледа у нарушавању језичких баријера, у поигравању с тропичношћу језика, употребом енглеског и његовом разградњом, јер како Визинор каже у својој студији *Манири манифестиа* „енглески језик, иако је језик незамисливе колонизације, ипак постао језиком отпора и опстанка [па се] субверзијом логичких структура енглеског језика и доминантне књижевне форме, успевају [...] инкорпорирати стратегије усмене традиције и сачувати аутентичност“ (Визинор 1994).

Слобода у језичкој игри варалице

Визиноров роман има субверзивну моћ да постави актуелна друштвена питања о историјским чињеницама о Хирошими и да пружи једну субјективну истину прећутаног, глас савести који просторе слободe

отвара у језичкој игри у роману. Простор слободе могућ је у деридијанској игри значења, у пукотинама нарације и дијалога, у подвојености наративних планова на Ронинов глас из првог лица, и глас Маниду Енвоја који коментарима и директним цитатима интерпретира како стварност романа, тако и историјске претпоставке о јапанском друштву, у самореферентности у којој Ронин кроз манускрипте, белешке, цртице, исказе, наративизује ток своје приповести, али и самог романа, желећи да изађу из приповести, да освесте фикционалност дела и историје тако што ће изаћи из језика, који нас враћа на властити знак. За Визинора, постмодернизам представља „свест да су речи дивље“ (Визинор 1999: 21), да се противе тоталитету датости идеолошки мотивисаног референта, и да је је језик свестан одсутности значења. Свет протагонисте Ронина је лиминалан – он наговештава да је умро више пута за последњих неколико година, позива се на своје порекло из средњовековног и самурајског Јапана, али и своје мелеско порекло Аину и северноамеричког староседеоца, појављујући се и као сенка и претварајући се у птице чиме превазилази тело као, како тврди Тери Иглтон „начин [...] деловања на свет, начин приступа свету, тачка са које је свет кохерентно организован“ (Иглтон 1997: 23). Ронинова представа у нуклеарном кабуки позоришту нарушава границе између стварности и снова, материјалног и неописљивог, присуства и одсуства, живог и мртвог, јер се на бини појављује попут сенке, а како сам наводи, његова „поза² била је одсуство. „Нико није могао да види моје покрете у сну. Био сам тамо у савршеним сећањима, с мојим унутрашњим звуком, осећајима и покретима, али изгубљен у сенки која је постојала изван времена и без очигледног извора природне светлости. Покрети мојих руку били су покрети сенке, варљива поза, а мој осећај присуства био је заправо одсуство мог тела“ (Визинор 2003: 62).

Језик је подвргнут истој деконструкцији, јер како наводи Иглтон, његова „је унутрашњост такође и спољашњост, чија је „унутрашњост“ непрестано отварање према „спољашњости“, непрестано самонадилажење или узлетање које разлаже разлику између иманентног и трансцендентног, јер је једно уписано у друго“ (Иглтон 1997: 23). Разлика између унутра и изван је деконструисана, а оно што нам унутрашњост говори је да постоји то онтолошко нешто, нешто изван границе искуства, што измиче посредовању. Зато се Визинор позива на усмену књижевност *Индијанаца*, настојећи да искористи разиграну приповест варалице у савременом контексту, ту усмену игру лишену линеарне свести, и кохерентне структуре, јер за Визинора:

2 У кабуки позоришту глумци заузимају позе у складу са својим улогама у којима остају неко време.

„Постиндијанска свест је јуриш удаљених сенки и траг природног разума на клупама од камења; сенке људског ћутања и сенке које промичу над садашњошћу. Сенка је тај осећај непрелазног кретања ка референтном; ћутање у сећањима. Сенке нису ни одсуство ентитета, нити терет концептуалних референци. Сенке су пренаративна тишина пренета у речи; сенке су покрети који значе тишину, али не и присуство или одсуство ентитета. Звучи речи, а не критеријуми сенки и природног разума, ограничени су људском свешћу и удаљеношћу дискурса“ (Визинор 1994: 64).

И ако се ућуткају гласови маргине, колонизованих *Индијанаца* Америке и Јапана, ако се не чује глас *хибакуша*, преживелих из Хирошима, као ни губаваца из јапанске колоније избрисаних имена и постојања, онда то ћутање говори много више него званични јапански наратив. Они добијају глас да саопште своје субјективне истине изопштавања из *објективне* историје, као сведоци догађаја који укида идеју разума и демократије, уређења зарад кога је у секунди нестало седамдесет хиљада цивила. Истина стога не може да буде објективна јер она је наративизована, па стога „постмодернизам поставља неугодно питање о идеолошкој моћи која се налази иза основних естетских проблема као што је проблем представљања: чија стварност је представљена“ (Хачион 1996: 303)? Линда Хачион сматра да је роман „потенцијално опасан не само због тога што је он реакција на друштвену репресију, већ и зато што поред тога настоји да ауторизује саму ту моћ репресије. Постмодерна фикција обрће, међутим, тај двоструки процес: она успоставља моћ, али је потом оспорава. Противречна двострукост ипак постоји“ (Хачион 1996: 298-299) нарочито у *Хирошима буџију*, где се позива на приповедање *Индијанаца* и тотемских животиња како би се, у лиотаровском смислу озаконила традиција из које долазе и аутор и протагониста, али будући да је место идентитетског флуидно, Визинор у исто време користи и деконструише идентитетска становишта како би избегао тоталитет нарације, свестан да је митско присутно у духу, али не да би створио једно идеолошко објективно тумачење историје, већ да би пружио плуралитет гласова. „Наше приче су вечите, и гаврани су довољно мудри да не наруше апсолутну тишину рушевина ујутру. Остани преко ноћи и видећеш позориште [...] савршених сећања. То је наша нова прича“ (Визинор 2003: 2).

Ронин враћа укинута глас маргинализованим друштвеним структурама када Ошими, губавцу из колоније пружа могућност да исприча своју причу о хризантемама у лепрозаријуму, које, будући да представљају симбол националистичког Јапана носе у себи траг репресије над маргинализованима, онима којима су стерилисане хризантеме дате за

узгајање и чији најлепши цветови носе „сентимент слободе“ и чији су духови постали „губавци *survance*³, не жртвеништва“ (Визинор 2003: 197)

Нуклеарни мир

Институције попут музеја и места сећања главна су идеолошка упоришта неслободе која треба уништити, подвргнути иронији и пародији и раскринкати као симулације мира, комодификације трагедије и идентификовања са жртвом. Манидо Енвој, глас коментатора у роману, цитира своју историјску архиву, према којој је „дечија статуа мира посвећена [...] сећању на Садако Сасаки, која је умрла од леукемије услед изложености радијацији, црној киши атомске бомбе. Имала је дванаест година када је умрла, 25. октобра 1995. година атому 10“ (Визинор 2003: 65). Њена статуа представља место сећања постнуклеарног јапанства, подигнута како би подсећала на страдање деце Хирошима, невиних жртава апсурдне нуклеарне политике САД. Идеја да Садако постане знак мира донесена је након што је девојчица направила хиљаду и пет стотина оригами ждралова за време боравка у болници. Ронин је свестан идеолошке репресије мира путем места сећања, споменика, меморијалних музеја и сувенира, свестан да идеја о универзалној слободи и миру не достиже кроз лицемерна и утопијска веровања да ће споменици о Хирошими чувати нуклеарни мир који је срушио идеје логике великих нарација и разума као еманципаторске снаге. Ронина мучи чињеница што свакодневно из читавог света као порука мира стиже на хиљаде ждралова у сећању на Садако, како би красили простор испред статуе на којој су урезане речи „Ово је наш жаук. Ово је наша молитва: Да створимо мир у свету“ (Визинор 2003: 66). То не значи да Ронин заговара рат или заборав, већ само идеолошке системе који креирају сећања и формат обраћања таквим сећањима, с обзиром на то да га прогоне духови страдале деце која се сваког јутра, у 8:15 окупљају у Куполи атомске бомбе, иако изгубљених имена, сећања о њима не смеју бити избрисана.

Маниду Енвој, коментатор Ронинових херметичких нарација објашњава његов поступак преиспитивања нуклеарног мира да на „Ронина не утичу лако метафоре невиности, мира, или очигледне искрености. Он посматра иронију, као што знате, јер су књижевне, редуktivне приче увек искрене симулације. Ипак, његово је срце с духом деце. Објављује да својство њихове смрти, невиности, одсуства и тишине, није у статуама,

³ Визинор овде употребљава кованицу *survance*, амалгам речи *survival* – опстанак и *resistance* – отпор којој треба наћи еквивалент у српском језику.

меморијалном камењу, или у искреним оригами ждраловима, већ у „вечитом визионарском духу парада нуклеарних мртвих у Хирошими“ (Визинор 2003: 66). Ова места сећања са собом носе лицемерје жртвеништва читавог народа Јапана, бреме на леђима заборављених и прећутаних жртава којима се укида глас, јер покушај да се створи једна универзална трагедија, само је производ тоталитета, идеолошко наративизовање једне Историје, јер како каже Линда Хачион „језичко и политичко, реторичко и репресивно – то су везе које постмодернизам поставља насупрот хуманистичкој вери у језик и његову способност да представи субјект или „истину“, прошлу или садашњу, историјску или фикционалну“ (Хачион 1996: 310-311).

Да би се конституисали као идентитетско поље јапанства, места сећања морају да се наративизују према правилима о томе коме је дозвољено да прича, шта мора да каже да би га чули, и на који начин се опходи према култури која је конструише у причи. Ронин не прихвата жртвеништво као значајно идентитетско место из више разлога: јер они који су били жртве, мртви су и егзистирају у сећањима параде духова нуклеарног кабуки позоришта, они који су били жртве Јапанаца, попут Аину народа, Кинеза или Филипинаца, изопштени су из историје, али најоштрија критика упућена је према местима сећања, музејима и порукама мира од стране оних који поседују атомске бомбе, система који омогућавају понављање Хирошима, у свету који се вечито налази на ивици нуклеарног рата. Зато је за њега Хирошима град који се издигао из „нуклеарних рушевина да би постао осоран, просперитетан град мира и жртвеништва“ (Визинор 2003: 2), место протока милиона туриста у комерцијалном спектаклу и симулацији порука мира, узев да је „највећи издајник, мир који је заснован на нуклеарној трговини Меморијалног Музеја мира у Хирошими“ (Визинор 2003: 16). Купола атомске бомбе сачињена је у мањој верзији, практично симулирана у простору Меморијалног музеја и попут Дизниленда указује на врхунски степен хиперреалности и девалвације смисла.

За Ронина, сећања су уништители мира, време је освета лажног мира, а смрт његова утвара, те из тог разлога прибегава низу поступака узурпирања меморијалних жаришта, како би субверзивним поступком омогућио ново ишчитавање и значење: он подмеће пожар на Језерцету мира у 8:15 ујутру, поред чије обале изводи плес и позива полицију да га ухапси. У истражном поступку, Ронин примењује иронију, као средство критике и ревизије политике лажног мира:

„Ти се свима подсмеваш
Да, иронијом.
Аинуа више нема

Не и медведа.
 А сад, где живиш?
 Рашомон капија
 Молим, без шала.
 Живим са губавцима у рушевинама.
 Којим губавцима?
 Ошима, кабуки губавац.
 Које рушевине?
 Купола атомске бомбе.
 Поново се шалиш са мном“
 (Визинор 2003: 43).

Саопштивши да се у Јапан вратио Аину шаман, иследник не верује да Аину још увек постоје, као ни губавци. Дисрупцијом граматике, кратким кабуки дијалозима, Ронин се позива на традицију кабуки позоришта које је језичком игром, сатиром и иронијом, као и преувеличавањем и фантазијом било главни критички глас традиционалног Јапана, будући да је иницијална улога кабукија била да се пародирају догађаји из паравана високог друштва. Глас Маниду Енвоја коментарише да је кабуки „савршени спој реалности и нереалности [...] да је креирана савршена илузија [која] се намерно нарушава уметањем пасуса који услед неопходности нагоне посматрача у самосвесност и подсећају га да је у питању само представа“ (Визинор 2003: 12), али кабуки који носи траг критике феудалног Јапана, сада служи као иронијско представљање нуклеарног Јапана.

Још један од субверзивних поступака на местима сећања тиче се поливања угравираних металних порука мира киселином која ће обрисати речи, указујући на то да је језик таквих порука нужно идеолошки кодификован. Ронинов рат са институционалним знањем музеја, односи се и на академско знање, када глуми водича, збуњује туристичке групе и наглас чита поруке, вичући из свег гласа како би слушаоце пренуо из скрушености нуклеарног мира. Сем тога, пародирају се многи симболи националног дискурса и успостављених обележја јапанског идентитета, као што је поштовање према Хирохиту као божанству на земљи чији се поступци у роману осуђују као значајан узрок нуклеарне трагедије у Хирошими:

„Царство срамоте
 Стигма круне
 Суверенитет рушевина
 Моје позориште је слобода.“
 (Визинор 2003: 2)

Међутим, Визинор не заборавља да наговести и одговорност САД кроз тоталитарно наметање демократије, али таква критика је знатно суптилнија, јер улога писца је и да нешто прећутно изговори. Постмодерни роман не бави се откривањем Истине, али настоји да укаже на поливалентност идеолошких становишта, па се окупација Јапана, која је отпочела падом атомске бомбе приказује кроз пост-јапански културни простор рок музике Роја Орбисона коју пуштају из комбија уместо националистичких песама, филмова попут *Казабланке* и *Прохујало са вихором* у којима Ронинова мајка учи како се да љуби на амерички начин, али и буги плес који транспонује један простор другачије америчке слободе, и меког тоталитета, слободе која са собом носи нуклеарно бреме. Визинорова критика окупације Јапана не помиње друге разлоге за Хирошиму сем јапанске фашистичке и геноцидне политике на челу са Хирохитом, као ни догађај који је можда био пресудан за акцију САД, а то је најава Совјета да ће копно ући у Јапан на дан којем је претходила Хирошима. То је оно неизречено, идеолошко поље Хирошиме као агресора и као жртве више политичких структура, чињеница толико мрачна и застрашујућа да се не може исписати на страницама романа. Али Визинор ипак успева да читаоца осветли од политичких и идеолошких доминација које успоставља и оспорава, нарушавајући правила конвенција и отварајући нише слободе када ослобађа дух губавца после 60 година проведених у колонији, када извргава руглу нацистичке и националистичке песме док доживљава ерекцију и има сексуални однос са девојком из сувенирнице Меморијалног музеја, руши симболе национализма и демократије подмећући пожар и уништавајући идеологију мира као лицемерну и тоталитарну, рехабилитује Аину народе кроз нуклеарно позориште, исцељује, плеше и користи хумор како би осветлио неке од најтрагичнијих момената историје, настојећи да укаже на доминацију универзалне истине и да се простори слободе налазе у субверзивном књижевном пољу игре означитеља.

ЛИТЕРАТУРА

Визинор 1994: G. Vizenor, *Manifest Manners: Postindian Warriors of Survivance*, Hanover, NH: University Press of New England.

Визинор 1999: G. Vizenor, R. Lee, *Postindian Conversations*, Lincoln: University of Nebraska Press.

Визинор 2003: G. Vizenor, *Hiroshima Bugi: Atomu 57*, Lincoln and London: University of Nebraska Press.

Зерзан 2011: Џ. Зерзан, *У почетку беше Варалица и приче о Варалици народа Ину и Вране*, Београд: Анархија/Блок 45.

- Иглтон 1997 : Т. Иглтон, *Илузије постмодернизма*, Нови Сад: Светови
Лиотар 1990 : J.F. Lyotard, *Postmoderna protumačena djeci*, А. Cesarec/Напријед, Zagreb.
Хачион 1996: Л. Хачион, *Поетика постмодернизма*, Нови Сад: Светови.
Џексон 1982: М. Jackson, *Allegories of the Wilderness: Ethics and Ambiguity in Kuranko Narratives*, Bloomington: Indiana University Press.

NUCLEAR IDEOLOGY IN GERALD VIZENOR'S *HIROSHIMA BUGI*

Summary

Hiroshima Bugi reflects upon the ideological codification of post-nuclear Japanese society by questioning the traditional and modern motifs of Japanese culture. Vizenor's protagonists struggle against the institutions of power located in the language, which is mostly inseparable from the political. By using postmodern practice from the ex-centric position of the hybrid subject of North American and Japanese indigenous descent, Vizenor's protagonist strives to question the nuclear narrative with the following literary methods: irony, parody, citation, self-reflexivity, as well as the acquisition of kabuki theatre dialogues and Japanese lexis. Vizenor endeavors to dispute the establishment of authority that have the power position to interpret Japan as either victim or the aggressor, and he also wishes to indicate that the truth is always institutionalized, and that the stories of the marginal are almost always omitted from the official narratives.

Key words: nuclear, Hiroshima, ideology, indigenous, margin

Miroslav D. Ćurčić

Тијана З. МАТОВИЋ¹

Универзитет у Крагујевцу
Филолошко-уметнички факултет
Одсек за филологију
Катедра за англистику

ИДЕОЛОШКИ АСПЕКТИ РОМАНА *ПРЕДАТОР* ВЛАДИМИРА АРСЕНИЈЕВИЋА²

Овај рад има за циљ да у оквирима постмодернистичких теорија спроведе тумачење романа *Предатор* српског писца Владимира Арсенијевића. Тежиште анализе је на идеолошким аспектима заступљеним у роману, уз својеврсни осврт и на импликације пишчевих идеолошких позиција оличених у *Предатору*. Анализа је фокусирана на главне протагонисте романа, односно на њихово наративно уобличење и колизију у фикционалном простору који је симптоматично прожет канибализмом. У раду се изводи закључак о немогућности укидања идеолошког уобличења човекове егзистенције, које ни живљено искуство ни фикција не дозвољавају, премда се провокативно-информисаним остварењима попут *Предатора* оно критички разоткрива у својој прикривености и као такво доводи у питање.

Кључне речи: Владимир Арсенијевић, *Предатор*, идеологија, постмодернизам, хуманизам, канибализам

Увод

Идеологија није болест савременог (постмодерног) доба, као што није ни „инфекција дискурса“, будући да не постоји доба људске историје које није обухваћено идеологијом, нити дискурс који не почива на идеоло-

¹ tijana_matovic@yahoo.com

² Рад је резултат истраживања на пројекту 178018: *Друштвене кризе и савремена српска књижевност и култура: национални, регионални, европски и глобални оквир* Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

шким темељима и који с њима није нераскидиво свезан. Не постоји неутрални дискурс, неутрална литература, неутрални идентитет. Покушати то оспорити онако како једино можемо, путем дискурса, може једино да разоткрије урођену немогућност досезања трансцендентних позиција. Тери Иглтон истиче у својој студији *Илузије постмодернизма* да је „истински онострано или субверзивно увек остајало изван наших референтних оквира“ (1997: 15).

Литература подразумева међузависни однос идеологије и наратива. Будући да је турбулентни 20. век постао погодно тле за свеопшту кризу наратива, Лиотар у својој студији *Постмодерно стање* (1988) закључује да је поверење према грандиозним метанаративима у постмодернизму изгубљено. Основни проблем метанаратива је тај што претпоставља захтев за хегемонијом једног, затвореног приповедног текста, анулирајући алтернативне наративне и тематске могућности (Керол 1992). Са друге стране, метанаративи су и више него присутни у свести човека, будући да их идеолошке матрице пројектују као смислене калупе у којима се човек онтолошки утемељује. Како се однос према стварности изменио, тако се и наративна фикција трансформисала – „Она може да похара наш свет да би створила свој, мењајући га према сопственим жељама, додајући и одузимајући понешто. Може да преузме сва средства нефикцијског наратива и да дода читав низ сопствених“ (Абот 2009: 244). Стварни свет је неизоставно контаминиран фикцијом, како у књижевности, тако и у историјском тумачењу прошлости, које је такође један вид дискурса.

Роман чија је анализа предмет овог рада јесте *Предатшор* (2008) Владимира Арсенијевића, који своје покретачке догађаје преузима из стварности – не Лакановог Реалног, већ Симболичког, оног које се неминовно преплиће са идеологијом субјективне свести. Заиста је постојао човек који се преко форума на интернету представљао као канибал и тражио добровољну жртву која би пристала да буде поједена; десио се и геноцид хемијским оружјем у Халабци, у Ирачком Курдистану 1988, исте године када нас Лиотар ’ослобађа’ метанаратива; десио се и распад Југославије, и крвопролиће на Балкану, и још много тога што лежи у неизговореној позадини *Предатшора*. Оно што је некада било строго резервисано за домен фикције, данас је део реалности. Срушени су зидови који су делили једну сферу од друге, што Арсенијевић наговештава својим наративним преиначењима. У својој *Поезији постмодернизма*, Линда Хачион указује на провизорну природу историјског знања, као на „довођење у питање онтолошког или епистемолошког статуса историјске ’чињенице’ или неповерење у неутралност и објективност причања“ (1996: 156). Својим терми-

ном историографска мешафикција она „одбацује гледиште по којем само историја поседује захтев за истином, тако што доводи у питање основу тог захтева у историографији и што тврди да су историја и фикција дискурси, људске конструкције, означавајући системи, и да обе изводе њихов главни захтев за истином из тог идентитета“ (1996: 163).

У *Предатору* се објављује мноштво гласова који приповедају дуже или краће сегменте глобалне нарације премрежене својим властитим дијалектима, а који се не смеју проматрати само као дијалекти у ужем смислу, већ и као дискурзивни облици који у свом отклону или приклањању стандарду указују на идеологије којима се воде или које оспоравају. Сви ти гласови Вавилонске куле преплићу се у оквиру једног, постулираног метанаратива који одбија да се обелодани, премда га готово сваки лик призива. Лиотар је објавио: „Велике приче више нису вјеродостојне“ (1990: 47), чиме је обележио постмодернистички кредо да не полагаже поверење у тоталитет. То наравно не подразумева да 'велике приче' као идеолошки промовисане метанарације немају своје место у перцепцији и производњи значења у савременом свету. Управо интертекстуална природа *Предатора* указује на „немогућност живљења изван бесконачног текста“ (Барт 1975: 36), и успоставља тоталитет који у исто време то никако не може да буде.

Тери Иглтон нам поручује да се не смемо заносити идеализмом постмодернизма који у свом најпрогресивнијем облику жели да нас убеди да је све нестално, сваки избор неограничен, сваки идентитет вечно флуидан, свака истина паралелна у свом полагању права на стварност као и она која је њен фикционални облик. Оваква измењивост означитеља подразумева измењивост људског духа, живот у вакууму, и транспарентна значења. Међутим, људска егзистенција је неминовно постављена у оквиру идеолошког успоравања брзине измењивости означитеља. „Танка је граница између тврдње да је тоталитет узвишено непредстављив, и тврдње да он не постоји“ (1997: 14), рећи ће Иглтон, указујући на илузије у које постмодернизам може да упадне. Међутим, Линда Хачион истиче да постмодернизам ипак, будући да прво центрира свет, а потом га као таквог оспорава (1996: 299), признаје да „идеологија конструише и конструисана је помоћу начина на који играмо нашу улогу у друштвеном тоталитету“ (Хачион 1996: 296).

***Предашор* у кључу постмодернистичког осветљавања идеологије**

У свом роману *Предашор* (2008), Арсенијевић путем жанровског диверзитета осликава неукорењеност својих бројних ликова, чији се аутентични наративи преплићу градећи једну хаотичну, али истовремено идеолошки центрифугалну конструкцију. Кроз хронолошки увијену про/регресију главног протагонисте *Предашора*, Нихила Мусе Баксија, Курда језидске вере из Ирачког Курдистана, доспевамо до комплексне потраге људског духа за утемељењем у свету који га је лишио хумане димензије – утемељењем које не може бити ништа друго до нова идеологија, премда можда хуманија. Прогањан, измештан из својих корена, увек у најгорем сиромаштву, сведок убиства свог оца, предмет најнемилосрднијег мучења Садамових агената до крајњих граница телесне издржљивости и духовне снаге, и коначно бегунац пред истребљењем читавог града Халабце хемијским оружјем, у коме гину његова мајка, три сестре, и готово сви пријатељи – Нихил постаје граничар, становник измешаних светова, луталица, канибал. Свет у коме се фигуративно *људи људима хране*, Арсенијевић трансформише у буквално поприште канибализма – Други као једино преостало божанство интернализује се у покушају преосмишљавања девалвиране егзистенције.

Арсенијевић је изјавио у једном интервјуу (Арсенијевић, Никчевић 2013) да не воли изненадне и толико често експлоатисане одложене наративне обрте који разоткривају неки чинилац битан за развој радње ради кулминативног ефекта, па су тако и у *Предашору* већ на почетку пружене готово све потребне информације да се са њим формално и заврши. Прве две главе обезбеђују увид у скраћене верзије живота главних протагониста *Предашора*: Нихила Мусе Баксија и америчког креатора и водитеља прослављене путописне телевизијске серије Џејмса Рајса, чији је медијски псеудоним Оаху Џим. Наочиглед, истина нам је дата унапред. Чињенично гледано, таксативно наведене ставке њихових животних прича не мењају се до краја романа, ако изузмемо инкорпорацију додатних детаља који обогаћују те исте приче. Међутим, оно што Арсенијевић успева да постигне потоњим разлистивањем наративних епизода, које уводе нове ликове, наизглед неповезане, премда у суштински испреплетаним системима моћи, јесте да укаже на идеолошку перцепцију оних прича које приписује својим главним протагонистима.

Наравно да је и Арсенијевићев приступ наративном уобличењу *Предашора* идеолошки обојен, будући да је сваки дискурс оптерећен идеологијом. Његови су Курди готово девичански невини, док су Срби, премда

приказани кроз перспективу више ликова, ипак ограничени на домен града³, и криви за све своје 'злочине'⁴. Арсенијевић, у свом целокупном опусу, врши својеврсни отклон од залагања за 'српску ствар' и, као да пише оптерећен националном кривицом, неизоставно стаје на страну која је српској у спољној политици противречна. Његова је тежња ка фикционалном обухватању тоталитета света и нарације која би прожела и сажела читаву прошлост једне (српске) нације, а која је била присутна у његовим првим романима (Владушић 2006: 153), делимично утажена разграђавањем третираних групација у *Предајтору*, премда се тоталитет прошлости намеће овај пут кроз Курде, у чијем приказу је Арсенијевић можда по први пут себи дозволио да пренесено проговори благонаклоно и о Србима.

Алтисер је дао велики допринос критичком сагледавању идеолошких механизма на којима почивају друштвени апарати којима се појединац иницира у друштво. Његов је закључак да „[з]ахваљујући деловању идеологије, људи не успостављају директан однос према реалном свету, већ је тај однос посредован идеолошким дискурсом, на имагинаран начин. Иако дискурзивно произведена, идеологија представља један одређен поглед на свет, поглед владајуће класе као природан“ (Алтисер 2008: 143). Доминантна сила у наративном свету *Предајтора* је западна матрица чији су малициозни ефекти оваплоћени у лику Оаху Џима. За њега, свет је мали и он је ту да га фотографише. „И хотелске собе су исте и празнина у његовој души никада не одлази и стога увек, после сваког напорног дана, кад напокон остане иза затворених врата, Џим свлачи панталоне, заклапа очи и, мастурбирајући, тоне у своје најскровитије снове“ (Арсенијевић 2008: 19), а његови снови су од 10. године готово искључиво везани за ворарефилију, односно фантазирање о томе да буде поједен. Контекст у коме одраста мали Џим Рајс је следећи:

Док наши момци ратују по свим тим азијским забитима, док борба против црвених траје, док убијају Розенбергове на електричној столици, док испробавају нуклеарне бомбе у пустињама Неваде и далеким острвима

3 У фикцији Владимира Арсенијевића нема бављења српским селом и сељаштвом. Као особа и писац првенствено формиран под утицајем градске културне, музичке, и политичке сцене, он у свом писању инкорпорира претежно, чак искључиво, ове мотиве када говори о Србима и Србији.

4 Своје политичке ставове о односу Срба према Албанцима на Косову као тлачитељском и аутократском, Арсенијевић је испољавао пишући као колумниста за неколико српских дневних листова (нпр. чланак у *Политици* по албанском проглашењу аутономије на Косову, под називом „Косово (ни)је Србија,“ у коме је подржао албанску иницијативу). 2007. написао је текст „*Our negroes, our enemies*,“ вероватно несвесни пандан тексту српско-америчког писца и сценаристе Стива Тешића „*Everything, not just charity, begins at home*,“ у коме је Тешић Србе назвао „црнчугама (*niggers*)“ због угњетаваног положаја који су заузимали под притиском америчке спољне политике. Међутим, Арсенијевић је у свом тексту Србе представио управо као оне који спроводе својеврсну *нигеријацију* над албанским живљем на Косову.

на Пацифику, док Америка јача и пулсира и непрестано расте, *јер она и не може ништа друго до да расте док се не распукне*, док плаво сунце излази над Европом, док Џин Кели глуми Американца у Паризу, док председник Труман проглашава званични крај рата с Немачком – урођеници кидају Џимове удове, заривају зубе у његово месо, читаво племе мљацка све у шеснаест, облапорно подригивање меша се с крештавим гласом његове мајке... (Арсенијевић 2008: 17; подвукла Т.М)

Оаху Џим и поред услова за потпуно остварење Америчког сна, у чијим оквирима егзистира, осећа *нелагоду у култури*. Своју ворарефилску жељу објашњава са „и ако је нешто љубав, она права љубав, ако је нешто припадање и безусловно предавање, онда је, да да да, онда је *шо* она права љубав, да, онда је *шо* једино могуће припадање и безусловно предавање, да два тела постану једно“ (Арсенијевић 2008: 29). У смрти постати једно са Другим, то је љубав за ишчашену свест којој је пружено све, док она из тог изобиља црпи само празнину. Када ту празнину наочиглед испуњава на Хавајима са Вером, југословенском емигранткињом, она се после раскида везе од четири године још страственије продубљује. Утопијски бег је немогућ и Џим се враћа у Филадельфију.

Са друге стране, натурализовање идеологије америчке спољне политике, *идеологије идеологија*, оне која управља глобалним политичким токовима и спроводи идеолошку манипулацију свих делова света у које продре, очевидно је у Нихиловој опсесији холивудским филмом *Предашор* (1987). Нихил први пут гледа поменути филм са комично-надрeалним Арнолдом Шварценегером у главној улози, чији је антагониста нељудско створење, еманација зла, у малој замраченој просторији, са десетак усхићених Курда, од којих многи по први пут гледају филм са таквом *blockbuster* акцијом. Многи су одушевљени и кличу свом новом идолу – Дачу, човеку са снагом и одважношћу да порази сваког непријатеља. Нихил усваја Шварценегерово „нак нак“ из сцене у којој он самопоуздано упада у колибу јужно-америчких герилаца и испаљује шаржер у њих, пошто се претходно позове на контекст „куц-куц“ вица. Тај звук пулсира у Нихилу као позив на акцију, потмули порив за туђим месом, за неким видом спаса. Парадоксално, као наду у хуманији свет, Нихил Муса Бакси носи под мишком једино што му је преостало из његовог пређашњег живота после геноцида у Халабци – касету на којој је наснимљен *Предашор*. Велика хуманистичка метанарација о херојству, ослобођењу, бољем животу, контекстуализована у оквиру холивудске матрице *blockbuster*-а, намеће се Нихилу као предмет жеље, оно идеално-нереално чега се држи када му се читаво сопство урушава. И премда је то сопство друштвено

произведено, оно је ипак за појединца, контекстуализованог сопственом корпоралношћу, опривођено. Постмодернистички субјект, према Линди Хачион, свестан је илузорности утехе хуманистичких нарација, али и даље за њима жуди (1996: 317). А „нак нак“, које се провлачи кроз све нарације које прате Нихила кроз роман, јавља се као израз трауме, чији почетни ударац, иронично, није задао чин насиља у реалности, већ онај на филму. Симулирана слика суперјунака савременог доба постаје за Нихила симбол обећане земље, оне у којој на крају и проналази мир, остварујући реинтеграцију у болесно друштво тако што 'оздрави' од себе.

Иглтон истиче да се „систем не може сломити, али га је могуће привремено превазићи, сондирати у оним неуралгичним тачкама где је његова власт пољуљана и размршена“ (1997: 10). Протагонисти *Предајтора* сањају своје утопије, иако су у стању да схвате недостижност истих, али снови о ослобођењу не јењавају у свести човека који, ако већ није према другима, остаје хуман према себи. Босански избеглица Хасан Халиловић Дамбо жуди за Барселоном коју идеализује у њеној изолованости од простора који за њега значи само хаос и смрт; Оаху Џим за не-америчким Хавајима, који иако су једна звездица на америчкој застави, не јуре да се уклопе у њу; Нихил за мирном калифорнијском оазом као позадином оваплоћеног Америчког сна, другом страном покоља којима је присуствовао свуда по свету – све су то локације на којима ови, и други ликови, желе да престану да буду оно што мисле да нису, оно што према њиховом схватању личног сопства само прикрива њихова 'права ја'. А ти 'лажни' слојеви које не виде, и не могу да виде, као *своје*, јесу квалификативи: пљачкаш и убица, комерцијализована марионета са испразном животном причом, канибал.

И као што је лични идентитет (једнакост себе са собом) илузија коју друштвени систем, ма како рудиментаран, неминовно пројектује, тако не постоји ни један 'национални идентитет', као одлика сваког припадника одређене нације, већ су културе, према Хомију Баби, „последница покушаја да се умири флуks културних хибридности“ (Хударт 2005: 4). Али то опет не значи да је хибридность сопственог националног и личног идентитета могућа као начин живота. Јер немогуће је опстати у свету, а бити у стању *in-between*, између сфера које одређују сопство као јединствено. Протагонисти *Предајтора* су у константној лиминалној фази преласка, иницијације која не успева, егзилантског стања које их растаче, док им Други говори да морају да буду једно. Како им се распадају ослонци у животу, тако се и они растачу и одају алкохолу, дроги, обамрлости, па и смрти. „Неукорењене егзистенције које промичу испред нас с једног ме-

ридијана на други“ (Тирић 2009: 72) као да су заглављене у вечном стању лимба, а не слободне од идеолошких притисака, који их делимично успостављају. Вера, чије име, као што и сама објашњава Оаху Циму, значи *faith* на енглеском, једина је која изричито понавља да *не живи нигде*, и која на тај начин дискурзивно промовише наду у децентрираност. Са друге стране, она нити је главни лик, нити чак доминантни наратор унутар приповедних епизода у којима се појављује и, поврх свега, пред крај романа бива приморана сопственом савешћу (а да ли је савест ишта више од еманације идеолошки усвојене етике?) да се врати у Србију и буде са својом мајком. *Вера се враћа кући*, али дом није безбедна локација слободног самоостварања – она је место присилне идентификације са оним што се намеће као сопство које појединац *треба* да има. Протагонисти *Предашора* не могу да искоче „из сопствене коже“ (1997: 24), како то формулише Иглтон, нити могу да искоче у непостојање. Као такви потврђују несавршеност која карактерише сваког човека.

Симптоматичност канибализма у фикционалном простору

Нихил Бакси припада Курдима, и то језидима у оквиру курдске нације, што га, на изванредан начин, чини *маргиналом на маргини на маргини*. Међутим, „[e]кс-центрично, ван-центрично неизбежно је идентификовано са центром за којим жуди, али га и пориче“ (Хачион 1996: 111). Центар није укинут, јер „цена тога би била да тада ни маргине, логички, не би могле да постоје“ (Иглтон 1997: 10). Тако се и Нихил, после ужасавајућих искустава кроз које пролази, а која оповргавају сваку хуману визију човека, одмеће у абнормално. У немогућности да води живот на маргини, јер маргину немилосрдно изопштава функционална принуда фикционалног, али ништа мање окрутног, центра, Нихил постаје канибал. Да би се реинтегрисао у друштво које се наметнуло као свеприсутно и свемогуће, он симптоматично реагује на насиље насиљем, али оним које је, парадоксално, израз његове љубави према човеку. Да не воли, Нихил не би ни прождирио човека, па ма како морално-искључујуће то звучало.

Нихил Муса Бакси има три жртве док не осети да се канибални порив у њему умирио: прву сам убија, убиство друге наручује не упрљавши своје руке, трећа се одазива на његов позив. Прва је блиски пријатељ, усвојени млађи брат Муса, дечак исте националности и вере као он, чије име Нихил преузима као део свог докле год осећа канибалну жељу; друга је практично незнацац, Београђанин Вања, који се нашао у истом азијанском резервату у Данској као и Нихил; и трећа је Џејмс Рајс, односно

Оаху Џим, амерички медијски пајац, који од раног детињства развија своју опсесију жељом да буде поједен. По апсолутној презасићености насиљем над човеком, над основним постулатима хуманизма, хуманитета, самилости и човекољубља, испољавајући својеврсни облик пост-трауматског стреса, Нихил, човек сведен на *нишиџа*, на шта указује и његово име, прво једе себе у виду Мусе, онда Другог који није он, али је у сличној неукорењеној позицији, тј. Вању, и на крају симулацију Трећег, оног ко је позициониран највише на вертикалној идеолошкој лествици, Оаху Џима. Нихил не дозвољава Џиму последњи тренутак довршености плана да полужив присуствује сопственом касапљењу, и прекида му живот инстантно. „Хтео је [Оаху Џим] да буде виновник сопственог умирања, пуноправни учесник у њему до последњег часа, а, ето, насамарен је, *го-џађа се и што*, насамарен је и умлаћен као најобичније говече“ (Арсенијевић 2008: 234; подвукла Т. М). Улоге су се, прешавши са глобалног поља на приватно, обрнуле – Нихил постаје Целат, а Џим постаје Жртва.

Поражавајуће је и застрашујуће то што је Нихил способан и чак оспособљен за 'нови почетак' после искустава која су порицала не само њега као човека, већ и хуманистичке принципе уопште. На тлу земље која нуди испуњење снова, чији зачетак води порекло из Америчког сна, а чији распад је 20. век веома добро оцртао, Нихил налази свој сан, упркос пређашњем искуству које је и више него доказ да је такав сан илузија. Када се ослобађа Мусе, Нихил се не ослобађа наводно злог, канибалистичког притиска у својој свести зарад свеобухватније егзистенције која ће му донети испуњење извесних, ако их тако провизорно можемо назвати, примордијалних људских жудњи. Он га се ослобађа, како би се уклопио у конвенционалну стварност, ону која идеолошки пропагира ружичасте идеале, недостижне и онда када се досегну, јер је то домет хуманистичких аспирација данас. Са једне стране имамо *California dream*, са друге хаос и опште расуло које америчка и про-западна, милитаристичка сила подстиче у наводно 'неразвијеном' делу света. Закључно, циљ је у прихватању владајуће идеологије. Човек се намеће као произведен у својој наводној слободи која не допушта критичко преиспитивање. Обреди прелаза служе за иницијацију у друштво које има примат над осталим – демократско, капиталистичко, наводно мултикултурално друштво. Идеологија светлוצаве фатаморгана Америчког сна (за којим се, што се он више оспорава, више и жуди), даје смисао егзистенцији која је свако хуманистичко упориште изгубила. С друге стране, Оаху Џим, који тај Амерички сан живи од кад зна за себе, само жели да га поједу. Он, који је испразни продукт културног апарата који му пружа све, а заправо

ускраћује самоспознају у својој интринзичкој флуидности и идеолошкој условљености, жели да буде сажвакан и тако постане део Другог, премда му тај Други измиче до сâмог тренутка смрти, онда када више не постоји, када више *није*, да би појмио да *није*.

Закључак

Нихил престаје да шепа пошто се ослободи Мусе као дела перцепције себе, и успоставља равнотежу у „мирн[ој] лагун[и]“ у каквој се нашао после пребивања у свету у коме је очигледно било да се „људи људима хране“ (Арсенијевић 2008: 238). То је завршна слика са којом читаоца оставља *Предатор*, роман чији наслов функционише као вантекстуални указ писца на идеолошки оквир у коме се одвија његова радња. Предаторска америчка идеолошка визија света је она која се наставља и после суочавања са хаотичношћу разобличених, епизодних модула остваривања људске егзистенције у свету који опстаје као стабилан управо јер се идеолошки своди на једно, на монолит. Нихил жели породицу у Сан Дијегу, у Калифорнији, са женом која ће му омогућити да настави своју лозу, да улаже у оне делове свог идентитета које сматра стабилним – национални, религиозни, сада и новостечени мултикултурални. Нихил је нашао свог Предатора, и њега се радије држи него стварности која се показује у свој својој монструозности, јер она нити је шаренолико флуидна, нити весело-научно дисперзивна – она је сценарио из хорор филма, јер је владајуће идеологије ограничавају, затупљују, осакаћују. Деридијанска игра није могућа за Нихила, а рекли бисмо да њему није била ни намењена. Идеолошке маргине се кажњавају кад пожелеле да покажу да могу исто што и наводни центар, који регира том целокупном идеолошком поставком. Отуд анестезија. Отуд калифорнијски, амерички, недосањани сан, који се медијски одобрава. Јер сањајући њега маргина хода уравнотежено.

Нихил је свестан уклапања у стереотип западне идеологије, и спреман је да га живи. Ако је несавршеност човека узрок немогућности да се досегне апсолутна слобода, она је уједно и услов непотребности исте. Али привилегија положаја оних којима је дозвољено уклапање у стереотип у односу на оне који остају заробљени у својим, из наткрилне перспективе посматрано, 'локалним нарацијама', далеко од обећане земље, ипак није примордијална противречност људске историје и може се подривати. Расцеп између оних који се постмодернистички могу играти с идеологијом и оних на које падају бомбе, који се силују, пребијају, систематски уништавају и унижавају, све је већи. Са тим нас оставља Арсенијевић.

Нелагода читаоца који је сведок Нихиловог уравнотежења после ужаса који би сваког иницијанта вратили у инфантно стање недовршеног друштвеног преображаја, надовезује се на нелагоду пред недовршеношћу, искорењеношћу, и неуклопљивошћу осталих епизода у *Предашору*, и указује на вештачку природу свих 'животних прича'. Фредерик Џејмсон пише да „књижевно дело или културни објекат износи на свет, као да је то први пут, ону исту ситуацију [идеолошког подтекста] на коју је он истовремено и реакција“ (1984: 96). Тако и Арсенијевићев Нихил раскринкава опресивне идеологије у којима је приморан да егзистира парадоксално по први и по небројени пут у исто време. Литература отвара простор оптимизму; она отвара простор човеку у свету у коме може да буде срећан. Из тог простора проистиче критика, а из критике и један бољи свет. Или би бар требало да је тако.

ЛИТЕРАТУРА

- Абот 2009: П. Х. Абот, *Увод у теорију прозе*, Београд: Службени гласник.
- Алтисер 2008: Л. Алтисер, Идеологија и државни идеолошки апарати, у Ј. Ђорђевић (ур.), *Студије културе (зборник)*, Београд: Службени гласник, 143-147.
- Арсенијевић 2008: В. Арсенијевић, *Предашор*, Београд: Самиздат Б92.
- Арсенијевић, Никчевић 2013: В. Арсенијевић, Т. Никчевић, Владимир Арсенијевић: Као да се стидимо љубави, *Бука*. <<http://www.6yka.com/novost/39350/vladimir-arsenijevic-ka0-da-se-stidimo-ljubavi>>. 10.05.2014.
- Барт 1975: Р. Барт, *Заговолство у тексту*, Ниш: Градина.
- Керол 1992: D. Carroll, Povratak povijesti i politici, u: Vladimir Biti (ur.), *Bahtin i drugi*, Zagreb: Naklada MD, 159-187.
- Ђирић 2009: С. Ђирић, *Ужици херменеутике: колумне, чланци, есеји*, Зрењанин: Градска библиотека 'Жарко Зрењанин'.
- Џејмсон 1984: Ф. Џејмсон, *Политичко несвесно: иријоведанье као друштвено-симболични чин*, Београд: Рад.
- Иглтон 1997: Т. Иглтон, *Илузије постмодернизма*, Нови Сад: Светови.
- Хачион 1996: Л. Хачион, *Поетика постмодернизма: историја, теорија, фикција*, Нови Сад: Светови.
- Хударт 2005: D. Huddart, *Homi K. Bhabha*, Hoboken: Routledge.
- Лиотар 1988: Ж. Ф. Лиотар, *Постмодерно стање*, Нови Сад: Братство-Јединство.
- Лиотар 1990: Ж. F. Liotar, *Postmoderna protumačena djeci: pisma 1982-1985*, Zagreb: August Cesarec.
- Владушић 2006: S. Vladušić, Neorealism in Serbian Prose of the 1990s: Its Development and Transformations, *Serbian Studies: Journal of the North American Society for Serbian Studies*, 20 (1), 151-155.

IDEOLOGICAL ASPECTS OF VLADIMIR ARSENIJEVIĆ'S NOVEL *PREDATOR*

Summary

The aim of this paper is to interpret the novel *Predator* by the Serbian author Vladimir Arsenijević, inside the framework of postmodernist theories, referencing the work of Linda Hutcheon, Jean-François Lyotard, Terry Eagleton, and others. The analysis is focused on the ideological aspects of the novel, with a brief interpretation of the implications of the author's ideological positions present in *Predator*. On the one hand, the analysis deals with the main protagonists of the novel and deconstructs their role in the fictional world of *Predator*. It follows Nihil Musa Baksi on his journey and demonstrates how it sheds light on the ideological environments he inhabits. On the other hand, this paper examines the main protagonists' narrative realizations and collisions in the fictional space which is symptomatically permeated with cannibalism. The conclusions reached testify to the impossibility of eradicating the ideological influences on human existence, given that they simultaneously represent part of its essence. The perceived ideology is present both in lived experience and in fiction; however, intelligently provocative and artistically valuable literary works such as the novel *Predator* help us to critically uncover such ideological facets in their intrinsic interconnectedness, and enable us to question them, while, at the same time, we come to realize that we can never make them fully visible.

Key words: Vladimir Arsenijević, *Predator*, ideology, postmodernism, humanism, cannibalism

Tijana Z. Matović

Ана Ж. СТАНКОВИЋ¹

Гимназија Светиозар Марковић
Јагодина

ЛИЦА, НАЛИЧЈА И МАСКЕ ИСТОРИЈЕ У ГЕЦУ И МАЈЕРУ ДАВИДА АЛБАХАРИЈА

Анализом романа *Гец и Мајер* Давида Албахарија рад сагледава многострукост облика историје, чија се визура умрежава на терену историографске метафикције. На посредну аутобиографску основу (кроз постмеморију) и документарну базу о страдањима у логору на Сајмишту таложи се романескна, која усложњава и преиспитује истину, идентитете, лично и колективно искуство, што ће бити поткрепљено теоријским ставовима Линде Хачион и аутора сличних стремљења. Вишеструкости и премрежавања тумачиће се кроз лик приповедача, посредног сведока, и ликове злочинаца, посматрано из углова интимне и званичне историје, што ће употпунити идеје Хане Арент о баналности зла, изнете у *Ајхману у Јерусалиму*, новинарским забелешкама са суђења.

Кључне речи: лице, наличје, маска, (мета)историја, баналност зла

Уместо увода

Однос према историји Давида Албахарија не може се подједнако посматрати у свим сегментима његовог опуса. На почетку стваралаштва, аутор кроз низ дела, попут збирки приповедака *Породично време* (1973), *Обичне приче* (1978), *Једноставности* (1988) и романа *Цинк*, говори о свакодневном, интимном свету који надилази било какво историјско ограничење. Ова дела немају време, а истовремено, у својој једноставности, не претендују на безвременост или свевременост, још мање на вечност.

¹ ana.stankovic86@yahoo.com

Приповедач у *Цинку* не показује интересовање за историју, покушавајући да успостави свој идентитет кроз два пара ликова очева и деце, налазећи се на попришту борбе смрти и приче, тј. реверзибилног стварања приче као начина опстанка – док је приче, има живота: „Албахари се у *Цинку* вратио постмодерној деконструкцији субјекта приповедања“ (Јерков 1992: 46). У *Ауторовој белешци*, предговору другом издању овог романа из 1996. године, говори се о овом роману као историјском, тачније, као роману који стоји на размеђи и наговештава крај једног и отпочињање новог, разорног доба ратова и страдања, које ће донети Албахаријев егзил, ангажовано писање и запитаност над социјалном бедом и духовним посрнућем, локално и глобално. У низу наредних романа аутор се бави питањима историје двадесетог века, оним која се односе на Други светски рат и актуелним политичким питањима деведесетих година. Од романа *Снежни човек*, преко *Мамаца*, *Мрака*, *Геца* и *Мајера*, закључно са *Контролним џунктиом* из 2011, Албахари увиђа да је немогуће фикцију одвојити од историјског, живљење истргнути из идеолошких окова, а литературу ослободити, осим ако она није вид побуне, атак на стварност.

Роман *Гец и Мајер* за подлогу узима историју, догађај одигран за време Другог светског рата, и саздан је на документарној грађи, о чему сведочи ауторова белешка на крају дела:

„Историјске чињенице на којима се заснива ова прича потичу из бројних извора – архивске грађе, енциклопедијских одредница, новинских фељтона, књига и студија – а понајвише из монографије Милана Кољанина *Немачки логор на београдском Сајмишту 1941 – 1945* (Институт за савремену историју, Београд, 1992) и студије Кристофера Браунинга *Коначно решење у Србији – Јуденлагер на Сајмишту* (Зборник 6, СЈОЈ, Београд, 1992).“ (Албахари 1998: 183).

Албахари не покушава да набрајањем извора унесе неки непостојећи, који ће бити маска за постмодернистички поступак, не поиграва се са читаоцима, не заварава трагове, подаци су верификовани и веродостојни, али сами извори многоструко су премрежени личним и званичним лицима историје, уз „ироничну дистанцу према дедуктивној стратегији“ (Јерков 1992: 45). Историја у овом роману постаје метаисторија која се креће у два тока. Први се односи на општу историју, назначену на почетку дела, на страдања Јевреја у логору на Сајмишту за време Другог светског рата, године 1942, када су, уз обећање егзила и бољег живота – пресељења у Пољску и друге земље, логораши, током транспортовања, убијани угљен-моноксидом из самог камиона. Други ток, који постаје доминантан, тиче се личне историје приповедача, која се, путем жртава, по-

везује са Гецом и Мајером, возачима камиона, и у сталном је преплитању са првим. Дубоко лична и проживљена историја полази од појединачног, да би, на фону интимистичког, открила шири план приче и историје, који је, са друге стране, само потка за разобличење метафикцијског света дела, који ће надићи било какво конкретно хронотопско одређење и, са позиције индивидуалног идентитета у (раз)градњи, изнова и изнова преиспитивати колективно искуство и званичну историју.

Прво лице и наличје – историографска метафикција

„Тако мало је потребно да се
замисли други свет, зар не?“
(Албахари 1998: 5)

Иако неименовани приповедач романа *Гец и Мајер* није имао директан контакт са џелатима, његово писање постаје жива, активна, ангажована тежња сведока, прокламатора у име страдалог народа, породице, убијеног дела себе нерођеног, што потврђује Ничеово становиште да: „Оно што је било, не интересује нас зато што је било већ зато што у извесном смислу још увек траје.“ (Марковски 2006: 549).

Неутажива жеђ приповедача ка откривању, истраживању и (ре)визији, чак и онда када се подаци траже од сенилног рођака или од родбине расуте по свету која не одговара, руши континуитет модерничког типа у схватању историје. Постоје само делови слагалице, неиспуњени огранци породичног стабла који се фикцијски допуњују, истим поступком којим се ликови Геца и Мајера (ре)конституишу, никад у потпуности, никад до краја, у „неразмрсивости јавног и историјског, приватног и биографског“ (Хачион 1996: 165), што коначно, није проширивање, већ преиспитивање субјективног, од кога се, путем опште историје, и полази: „Уосталом, историја је безлична и, бар као наука, на може да постоји на нивоу појединца, јер би је тада било немогуће појмити. Отуда се свака историја своди на трагање за најмањим и највећим заједничким садржатељима, као да је сваки човек исти, а све људске судбине једнаке.“ (Албахари 1998: 39).

Када дође до преживљавања личног типа, приповедач осећа разарање опште историје: „Довољно је... упитати се како се свако од тих девет и по хиљада мушкараца, жена и деце осетио када је ставио жуту траку или шестокраку звезду, и историја ће почети да се мрви и распада“ (Албахари 1998: 40). Мимо историје налазе се све појединачне судбине у својој разноликости, у варијацијама проживљавања истоветног историјског процеса, које творе засебне истине са општом историјом као најмањим

заједничким чиниоцем. У сталном кретању од опште ка појединачној историји и назад, оно што остаје јесте сегмент искуства у покрету, уз освешћење и свест о томе да су „историјске нарације... интерпретације прошлости“ (Марковски 2006: 554). У том смислу, свет који приповедач *Геца и Мајера* гради јесте ревизија некадашњег света, који је у тренутку догађаја већ измакао самом догађају и који ће увек измицати, најближи себи само у тренутку приче.

Маска страве – (су)живот са баналним злом

„Нисмо ми дивљаци, рекао је, и ако смо већ позвани да свету дамо бољи живот, онда треба да му дамо и бољу смрт.“
(Албахари 1998: 86)

Дејствовање људи у ратним временима поприма облике отуђене од модерничког система логике, који тежи идеалима, монолитности, тоталитету, идејама Бога, хуманитета, емпатије, савести. Када разарајућа, огољена стварност демантује визију хармоније, како разлучити лице од наличја и добро од зла? Да ли су убице мање криве ако следе туђа упутства? Да ли је злочин мањи ако се чини у наводном незнању? Колико је лицемерје оних који идеолошким конструктима оправдавају злочиначко делање?

Пратећи суђење Ајхмана, званичника нацистичке Немачке, једног од главних чиновника у организовању транспорта Јевреја са различитих подручја Европе у логоре са гасним коморама (углавном у Аушвиц), Хана Арент настоји да открије мотивације и карактере људи који су деловали по истом принципу, поставши еманација самог зла. У овом контексту, могуће је успоставити низ паралела између Геца и Мајера, ликова фикцијског света дела, и Ајхмана, *стварносне* фигуре. У Јерусалиму, током 1961. године, године суђења, на велико изненађење, ауторка схвата да оптужени јесте човек кога можемо срести свакодневно, ни по чему необичан, приземан, тривијалан и ефемеран, у нескладу са својим деструктивним делима, да његове идеје и ставови нису ништа више до заслепљеност и чињење у неразумевању под гвозденом руком наредбодавне и аутоматизоване силе. Механизам власти изнад Геца и Мајера прави од њих виновнике система у чије име наступају: „Ако постанеш део механизма, онда на себе преузимаш исту одговорност као и сваки његов други део. Гец и Мајер ништа не знају о томе. Њихово је да возе, и они возе, увек насмејани“ (Албахари 1998: 29). Паралелно са истицањем доследности и оштре пословности, Гец и Мајер се приказују као особе дубоких осећања, изграђених социјалних и породичних односа: „Гец, или Мајер, клечи

пред својом женом и наслања образ на њен стомак, док Мајер, или Гец, спушта пољубац на чело своје жене“ (Албахари 1998: 20) или: „Гец или Мајер, онај који је сигурно ожењен, помало је забринут због сталних упала грла свој кћеркице Хилде“ (Албахари 1998: 21). Ајхмана процењује тим стручњака, који истиче да он води породичан живот, да показује бригу за друге, чак даје пример својим понашањем, да је „врло позитивних идеја“ (Арент 1999: 29). Питање профила носилаца баналности зла значи припадање једном систему, асимилацију, неразликовање у поступцима, очекивано и репетитивно реаговање. Посматрана са позиције адекватности за државу и политички очекиване визуре, *нормалности* никако није истоветна заузимању позиције изузетог, одвајања, што доводи до поља релативизације јер „у условима Трећег рајха само се од *изузетика* могло очекивати да ће реаговати *нормално*“ (Арент 1999: 30).

На почетку романа, приповедач покушава да ревидира портрете својих јунака, који су, за услове идеолошки формиране свести, такође уобичајени, очекивани. Инсистирање приповедача на физичком аспекту маркира здраво, бело, атлетско тело, важно за нацисте, у контрасту у односу на оронула јеврејска тела у логору. Сарказам којим се обесмишљава тело и, посредством њега, рат и лажни хуманитет, доведен је до врхунца – могуће је два пута умрети – логораши су убијени у камиону, а на крају рата спаљени, како би се заварали трагови нациста. Тело постаје примарно, неотуђиви, чак неопходни део механизма, будући да се човек у ратним и логорским контекстима своди на пуко присуство, број, *голо* преживљавање, па је његово укидање аутоматско укидање постојања. Зато приповедач и на почетку и на крају дела, у виду отклона од телесности, мора да говори о душама које, путујући камионом хоризонтално, одлазе вертикално, чиме смрти нема, бар док постоји сећање кроз причу, писање.

Неповерење према телу као продукту идеологије важи и за језик. Одбрана Ајхмана своди се на фразе, које постају погодне за намерно прикривање чињеница. Иако у читавом роману не проговарају ни жртве ни целати, Гец и Мајер привидно су сакривени иза клишеа које приповедач изговара у њихово име. Тако се метафикција изнова дијалогизује деконструкцијом гласова актера и сталним мешањем и преклапањем реченог и прећутаног, пукотина и ћутања у разговорима, никад отпочетим, али ни довршеним, оштећених и злочинаца, а вербална маска узима лик еуфемизама – *ирисилна емиграција* је протеривање, емиграције постају све очигледније депортације, а убијање у камиону *извршавање задатка*. Наличје и тропичност формалног језика адаптивни су рушилачкој намери, оруђа у служби идеологије, начини прилаза жртвама, а вербализација

додатно повећава своју манипулативност позивањем на легалност: „За мање од осамнаест месеци Аустрија је била *очишћена* од скоро 150000 људи, приближно шездесет процената своје јеврејске популације, и сви су земљу напустили *легално*“ (Арент 1999: 45), чиме се отвара первертирани свет зла и људи у њему.

Преокренута слика – извртнута лица света

Основни аргумент Ајхмановог деловања била је наводна доследност у обављању наређења: „То што је он радио, злочин је само ретроспективно гледано, а он је увек био само грађанин који поштује законе, пошто су у Трећем рајху Хитлерова наређења, која је он свакако извршавао најбоље што је могао, имала *законску моћ*.“ (Арент 1999: 28). Ако је слепо извршавање наредби за убиства мера уклопљености у систем и аутоматски принцип за све, не води ли то сталној деструкцији човечанства, све до истребљења? Није ли тако и Ајхман угрожен? Бескомпромисност и доследност Ајхмана на суђењу подсећа на слепу покорност Геца и Мајера, који у више наврата инсистирају, путем гласа приповедача, на очувању форме у чијим оквирима се крећу, на техничким деловима задатка, без обзира на разарајуће последице по људско и животворно иза и изнад техницистичког. Основни принципи помоћу којих делају јесу: тачност, прецизност, усредсређеност, репетиција, уз непостојање бриге за оне које возе, осим ако то није, што Албахари доводи до врхунске ироније, повезано са механизмом њиховог камиона – апсурдно доследни у извршавању задатка, Гец и Мајер су забринути да неко у камиону не страда од струјног удара, ако додирне необезбеђене елементе, будући да је смрт предвиђена у другачијем облику (Албахари 1998: 127). Супституција машине и убица остварује се метонимијски, а паралелизам техничког и људског додатно иронизује обесмишљени хуманистички принцип и лажну емпатију, оличену у што лагоднијем убијању за целате и постепеној, али *лакшој* смрти логораша, јер нагло испуштени угљен-моноксид ствара сувише мучно умирање.

Овај вид страдања парадоксално је у складу са новом концепцијом казни 20. века, о којој говори Мишел Фуко у књизи *Надзирајши и кажњавајши*. Организација простора у логору подсећа на паноптикон: „Јеврејска управа логора пребивала је у Централној кули. Већина логораша живела је у трећем павиљону, највећем од свих, у којем су порушени преградни зидови.“ (Албахари 1998: 26). Убиствима у камиону остварује се другачија перцепција простора, доношења пресуде и извршења казне – жртве су

осуђене без кривице и процеса (кривица је предестинирана, суђење сувишно, а инсистирање на очишћењу душе непотребно услед нацистичког става о чистоти расе), физички потпуно спојене у тренутку кажњавања, трагично одведене у смрт обећањима егзилантског бољег живота (казна се извршава под застрашујућом маском лажне хуманости). Кажњавање је подређено принципу економичности, којим се жртва не мучи и којим се систем не оптерећује ни материјално ни временски, а ишчашеност свих међуљудских односа достиже врхунац у иронизацији: „Particularly „successful“ in their relationships with the prisoners who unloaded trucks and buried the corpses, they created an environment in which the prisoners could bury a truckload of dead bodies in less than an hour. „Killing, too, is an art,“ the speaker says, ‘and it has its own rules.’“ (Випл 2006).

Услед аутоматизованог механизма власти и баналности зла код Геца и Мајера емпатија је первертирана, а грижа савести непостојећа, као и код Ајхмана: „А што се тиче савести, савршено се сећао да би га она пекла само да није учинио оно што би му било наређено – да с великом ревношћу и најпомнијом педантеријом у смрт шаље милионе мушкараца, жена и деце“ (Арент 1999: 29). Албахари, путем низа рефлектовања, иде и даље, дубље у иронизацију и обесмишљавање. На више места у роману успоставља се паралелизам приповедача са непријатељима, возачима камиона. Емпатија са страдалим рођацима једначи се са тугом возача због квара на камиону. Овде се такође може успоставити аналогија са Ајхманом, који у време најинтензивнијег транспорта једначи животе и машине, показујући „безобзирну окрутност“ (Арент 1999: 132), омиљену особину нациста:

„... не зато што се Химлер бавио *бизнисом*, већ зато што је бизнис постао званична политика. Више се није радило о обичној корупцији. Ајхман је у почетку покушао да уђе у ту игру, и да игра у складу са новим правилима. Тада се укључио у фантастичне преговоре *крв-за-робу* – милион Јевреја за десет хиљада камиона за немачку војску која се распадала.“ (Арент 1999: 132).

На дистанци од конкретног историјског тренутка, Ајхман свој злочин одређује као ретроактиван. У време убистава на Сајмишту, Гец и Мајер јеврејској деци деле чоколадне бомбоне, а онда беспоговорно чине наређено, као пример успеха система, друштва, услед чега за кајање и милосрђе нема места. Два дела Гецове или Мајерове личности – убица и *обичан* човек – нису толико неспојиви, у раскораку акта и намере, колико гротескно неутуђиви, уз несвесно чињење и површно промишљање. Аналогно овоме, Арент наводи Ајхманово жаљење појединих Јевреја, будући да их је имао међу својом родбином, што је одређивало „његове *приватне* разлоге што није мрзео Јевреје“ (Арент 1999: 33).

Апсурдност баналног зла и његова иронизација наступају у тренуцима замене теза, кад се целат ограђује од својих дела, оптужујући жртве за њихово страдање: „Они су... чак сами себе убијали, јер су сами, без икакве присиле, гутали ваздух пун отровних испарења, и тако, што су више удисали, све више су, парадоксално себи узимали од живота.“ (Албахари 1998: 28). Врхунац баналности зла поприма лице идеологије, вишег циља, под чијим велом обмана наступају шрафови машине власти. Ајхман ће на суђењу себе декларисати као идеалисту: „Кад је током полицијског испитивања рекао да би у смрт послао и сопственог оца да му је то само било наређено, он није хтео само да нагласи колико је уважавао наређења и био спреман да им се покорава, већ и колико је идеалиста одувек био.“ (Арент 1999: 43). Са позиције идеолога, он разуме и Јеврејина – др Кастнера, који је *међу својима* пробирао посебне, који ће бити сачувани од смрти. Овим је др Кастнер, према Ајхману, одабрао „најбољи биолошки материјал“ (Арент 1999: 33) и „за своју *идеју* жртвовао своју сабраћу“ (Арент 1999: 33).

Више од тога, кривица се ограђује од појединаца. Арент извештај са суђења Ајхману завршава преиспитујући не индивидуалну, Ајхманову одговорност, већ дејствовање мноштва (групе) у појединим моментима историје, што не потиरे чињеницу о баналном злу које је, застрашујуће у својој *нормалности*, често око нас и увек ближе нама него што мислимо.

Друго лице и наличје – идентитет у постмеморији

Говорећи о сећањима оних који нису страдали, али који су, посредно, као друга, трећа генерација носиоци стравичних сазнања, Меријен Хирш о постмеморији каже: „And yet postmemory is not a movement, method, or idea; I see it, rather, as a structure of inter- and trans-generational transmission of traumatic knowledge and experience.“ (Хирш 2008: 127). Код приповедача овог романа, услед потраге за идентитетом, постмеморија се појављује кроз психичко и психосоматско поистовећивање са убијеном родбином и јеврејским народом, уз брисање хронотопских одредница. Понашање приповедача јесте директно преликано, чак увећано, слика стања Јевреја – када јеврејску децу нападају ваши, осећаће свраб по читавом телу, одрећи ће се млека када буде читао о његовом редуковању у логору, бројаће хлеб док буде пресабирао количину хране додељиване на Сајмишту: „После те рачунице, неколико недеља нисам користио млечне производе. Дрхтава густина јогурта будила је у мени мучнину, док је количина млека

потребна да натопи овсене пахуљице деловала као непотребно расипање“ (Албахари 1998: 89).

Насупрот гласу једне истине, монолитном гласу жене из музеја Хо-локауста, која говори да све постаје јасније кад човек сазна ко је, кроз оваква преношења, приповедач левитира над питањем идентитета, који налази свој облик само кроз стално премрежавање, кретање и *сударање* са другим, сличним и различитим. Историја се реституише кроз повратак местима страдања Јевреја, уз покушај успостављања изгубљеног, чиме се оно, заправо, преиспитује, уз наду за било какав одговор, макар од сенилног рођака или од рођака расутих по свету који не узвраћају ни на једно писмо, што је поприште на коме се идентитет може повезати са трауматичним, ретроактивним болом: „Second generation fiction, art, memoir, and testimony are shaped by the attempt to represent the long-term effects of living in close proximity to the pain, depression, and dissociation of persons who have witnessed and survived massive historical trauma“ (Хирш 2008: 132). Приповедач се идентификује са рођацима, покушавајући да испише своје породично стабло, за које се испоставља да бележи низ празнина на местима оних који су сурово убијени и заборављени, чиме белина текста постаје простор смрти, а текст, док га има, сећање и живототворни принцип, пра-тилац на несталном путу потраге за општим и сопственим истинама:

„The speaker’s life, like the book itself, is „split in an orderly and painless fashion into three parallel lives.“ His first „life“ belongs only to him – getting up, shaving, reading the mail, watching television. His second life is „one of constant transformations“ – in which he stares at the family tree and imagines himself as one of his vanished cousins or aunts or uncles. His third life „had two heads“ – „I was...the angel of death and the driver, a soldier and a simple man, the pretend savior and the real executioner,“ and he admits that there were moments when „I did not know who I was.“ (Випл 2006).

Двострукост идентитета видљива је и у ликовима Геца и Мајера јер, са становишта приповедача, „Гец би, заправо, могао да буде Мајер, а Мајер, уистину, Гец“ (Албахари 1998: 125), што указује на удвајања која злочинце изједначавају у простору зла, али и на приповедачеву немоћ да прошлост рехабилитује у документарном и модерничком смислу, на начин који би, наводно, био објективан, чиме се постиже универзалност у односу према историји: „Мој живот је, кажем наглас услед предавања о романтизму, као сећање које не зна ко га памти.“ (Албахари 1998: 112).

Са друге стране, приповедачева потреба за пажњом производи хуманост необичног типа, усмерену *ка себи*, доводи до удвајања слика, понављања појединих радњи, истих или контрастних (смеје се са студентима

да би прекрио плач), и психичких манифестација, уз постепено мешање времена и наративних равни, које ће, крајем романа, кроз лик дечака Адама, потпуно избрисати садашњи тренутак и донети превласт прошлости. Поређење са злочинцима одвија се на самом месту некадашњег логора, уз преломљени угао гледања, будући да, при запажању мучнине на лицима студената којима је претходно доделио улоге логораша, постоји извесно задовољство приповедача. Међу ученицима, он види ликове Геца и Мајера као непријатељске, осећа њихово присуство у спољашњем свету, али и у себи: „The narrator cannot conjure up Goty and Meyer by looking in the mirror, he fills the voids of their faces with his own“ (Lopičić 2007: 217). Весна Лопичић проналази паралелу, на основу идеје баналности зла, између приповедача, жељног информација и реституција себе, хронотопа и света, и возача камиона, носилаца баналног зла:

„Albahari will not spared his narrator either. He is distraught with ignorance, anger, guilt, and self-disgust in his role of a helpless victim but gradually the reader realizes that he begins to assume the role of the victimizer as well. It happens not only with his old uncle, but also with the postman, the curator in the museum, and even with his students.“ (Lopičić 2007: 216).

Између осећаја среће услед окупљања породице, макар у виртуелном свету идентитетског пројектовања и мултиплицирања, и момента уживања у патњи другог као вида ослобађања од сопствене патње, поставља се питање не приближава ли се исувише Гецу и Мајеру. Да ли се ово може тумачити као баналност зла или су две сфере, простори жртава и крвника, неупоредиве и немерљиве у контексту идеје о злу које спава у свима нама, *обичнима*?

Када се, пред крај романа, приповедач *изједначи* са Адамом, дечаком симболичног имена, наступа преношење у хронотоп Геца и Мајера, без могућности и жеље за повратком у садашњост. Адамовом појавом из задимљеног камиона са лешевима, дечакова маска постаје једина маска са лицем истине која остварује, на тренутак, победу над узурпаторском концепцијом – дечак је убијен на други начин, експлицитно, јавно, без наличја хуманитета, чиме је зло огољено, а идеологија попримила лице злочина. Пред овим призором, српски логораш задужен за сахрањивање лешева пада на колена, спајајући тако два света жртава у стање макар тренутне опште победе која је надишла тело. Приповедач је, на тренутак, нашао исходиште, а, путем тог момента, спокој су нашли други, они који су провејавали кроз њега и у које се он транспоновао, јер потомци настрадалих или страдалих живе патње које су пропустили, надокнађујући тако бол који нису осећали са својима за време мучења, чиме су жртве при-

видно задовољене. Прешавши са општег на индивидуално, историја сада, путем јунака који трага и координира, опет одлази у колективно, шире, предочавајући патњу целе генерације кроз постојан, неизбрисив приказ и доживљавање – „a mimetic similarity to that object“ (Хирш 2008: 133).

Конечно, након документарности, спискова, рачунања и историјског доказивања, приповедач показује отклон од бројки и проверавања било ког типа, схватајући да ће му помоћи једино осећај, интуиција: „...осетио сам на једном углу како ме нешто дотиче... Стајао сам на том углу, лицем према згради, уверен да су у њој некада становали моји рођаци.“ (Албахари 1998: 123). На том пољу постоје назнаке да ће приповедач, у простору метафикције, кад се заврши читање овог романа, пронаћи спокој који га неће пасивизовати и решење у сталном ревидирању постмеморије као облика трајања, постојања, враћања у живот умрлих путем протока текста, путем приче.

Уместо закључка

„Очи толико навикнуте на мрак као што су наше
једва да ће моћи да разазнају да ли је њихова светлост
била светлост свеће или заслепљујућа светлост сунца.“
(Арент 1991: 9)

На основу поређења романа *Гец и Мајер* и ставова Хане Арент о баналном злу намеће се низ питања. Да ли у сваком од нас постоји део који би могао да одговара Ајхмановом злу, да ли свако има сегмент који се може, у кризним тренуцима, активирати и донети лоше другима? Арентова се од овога ограђује, сматрајући да зло није истоветно за све, а ни једнако присутно у свима: „*Whatever Hannah Arent originally meant when she used the phrase, she afterwards went to great lengths to prove she never held any doctrine or thesis behind it. As early as 1963 she makes a distinction between „commonplace“ and „banal“ and clearly states that evil is not common to everybody*“ (Лоричић 2007: 209). Разобличујући фигуре злочинаца, сводећи их на обичне и просечне људе, она хоће да тргне човечанство из полтронског, властодржачког и идеолошког сна, у који су утонули они попут Геца и Мајера. Албахари такође расветљава гротескно, стравично лице света у ратним околностима, али и у бити читаве цивилизације. У складу са концептом отуђења, мимикрије и квазихуманитета, о својој најновијој књизи *Живоџињско царство* аутор, готово орвеловски, проговара:

„Људски род слови за врхунац еволуције, али да ли је заиста тако? У мојој књизи уз животињско царство, најкраће речено, могао би стајати епитет грозно јер га чине људи који носе надимке везане за животиње, понашају се нељудски, представљају се као неко други... Заправо је то чудан плес под маскама који се игра из разних разлога“ (Њежић 2014).

У развоју историје постоји колективна, политичка, идеолошка одговорност за зло, али је за његово извршење било потребно покретање милиона снисходљивих, што даје кључ за многе запитаности у постколонијалном и капиталистичком свету, у коме је човек, уколико жели да сачува живот, а да га не банализује, осуђен на стално ослушкивање, на трзај, о чему, као показатељ стања борбене приправности појединца и света, говори последња реченица романа *Контролни џунки*: „Напољу се, ипак, водио рат.“ (Албахари 2011: 186).

Са друге стране, поред репресивних фактора наметнутих споља, савремени човек бори се са јачим демонима – сопственим. О томе сведоче последња слика романа, бесмислено, готово гротескно, јуришање кишобраном у празан простор, и последња лексема – *зиг*, које симболизују немогућност изналажења себе и одговора на многе запитаности, док је, парадоксално, решење све време ту, управо у покрету кишобраном као сопственој и другим сенкама на зиду, у свести о томе да је за човека најпотребније ићи, мењати, утицати и да су истраживање и преиспитивање важнији од налажења и завршетка.

ЛИТЕРАТУРА

- Албахари 1998: D. Albahari, *Gec i Majer*, Beograd: Stubovi kulture.
 Албахари 2011: D. Albahari, *Kontrolni punkt*, Beograd: Stubovi kulture.
 Арендт 1991: Н. Arendt, *Ljudi u mračnim vremenima*, Gornji Milanovac: Dečije novine.
 Арендт 1999: Н. Arendt, *Eichmann u Jerusalimu*, Beograd: Samizdat B92.
 Бужињска, Марковски 2009: А. Буџињска, М. Р. Марковски, *Književne teorije XX veka*, Beograd: Službeni glasnik.
 Випл 2006: Whipple, Marry, Götz and Meyer. <http://www.mostlyfiction.com/world/albahari.htm>. 15. 10. 2014.
 Јерков 1992: А. Jerkov, *Nova tekstualnost*, Beograd: Prosveta.
 Лопичић 2007: V. Lopičić, *Developing Identities, Essays on Canadian Literature*, Niš: Filozofski fakultet.
 Њежић 2014: Њежић, Татјана, *Давид Албахари: Животи као злослутни плес под маскама*. <http://www.blic.rs/Kultura/Vesti/505880/David-Albahari-Zivot-kaozloslutni-ples-pod-maskama>. 29. 10. 2014.
 Хачион 1996: L. Hačion, *Poetika postmodernizma*, Novi Sad: Svetovi.
 Хирш 2008: М. Hirsch, *The generation of postmemory: writing and visual culture after the Holocaust*, New York: Columbia University Press.

THE RIGHT AND SEAMY SIDES AND MASKS OF DAVID ALBAHARI'S GÖTZ AND MEYER

Summary

This paper presents the analysis of the novel *Götz and Meyer* written by David Albahari. The paper tries to find the evidence for entanglement between fiction and reality, fictional and historical and documentary, which shall be viewed in the light of views of Linda Hutcheon as well as of the authors with similar approach. And all this can be realized using the string of duplications and reflections of the narrator. The author's aim is to reveal the segments and footholds of the work that are related to Hannah Arendt's conception of the banality of evil that was evidenced in her notes from the court proceedings, known as *Eichmann in Jerusalem*. In the light of views of Marianne Hirsch the paper will also try to find the parts of the work that are related to the term post-memory and to establish the link between multiplicity of identity, activism (through the act of writing) and concrete historical moment.

Key words: right sides, seamy sides, masks, (meta)history, banality of evil

Ana Ž. Stanković

Бојана М. ВЕЉОВИЋ¹

Универзитет у Крагујевцу
Филолошко-уметнички факултет
Одсек за филологију
Катедра за српски језик

ИДЕОЛОШКИ МАРКЕРИ У РОМАНУ *БРАТ* ДАВИДА АЛБАХАРИЈА²

У раду се испитује идеолошки простор романа *Брат* Давида Албахарија. Преображај мушког у женски лик, као окосница романа, омогућава праћење односа између полова, повезаног са проблемима ексцентричности и различитости. Анализом романа у светлу постмодернистичке теорије показало се да је питање сексуалности/сексуалне моћи нужно повезано са питањем идентитета. Идентитет и пол откривају се као идеолошке конструкције. Сходно томе, преиспитују се пишчеви ставови о одсуству идеолошког у роману. Идеологија се открива и у језику романа. У називу кафана у којој се одиграва сусрет брата и брата/сестре – *Бриони* – очитује се присуство политичког, чије постојање писац такође негира. Лексема *брат*, присутна у наслову романа, такође је носилац идеолошке компоненте.

Кључне речи: идеологија, језик, пол, сексуалност, идентитет, политика

На питање шта мисли о идеолошкој критици својих романа и како се са њом суочава, у једном од својих интервјуа Давид Албахари одговорио је следеће: „Ја своје књиге не видим као идеолошке, већ као покушај причања приче. Питали су ме, на пример, када сам објавио роман „Брат“, да ли ја на тај начин учествујем у расправи о Паради поноса. Ја нисам тада чак ни разумео шта они покушавају да кажу. Мене је у том роману занимала трансформација из мушког у женски лик, мењање улоге ликовва. Али свако ваљда у роман учитава оно што зна. Као што сваки писац

¹ bojana1919@hotmail.com

² Рад је урађен у оквиру пројекта 178014: *Динамика језичких структура савременог српског језика* Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

пише о себи на неки начин, тако и критичар пише о себи. У свету у коме толико доминирају идеолошка тумачења, ја могу само да се трудим да неког не изнервирам. То доводи до тога да престанете да бринете за то што ће о вашем роману да напишу“ (Б92: 23. 11. 2011.).

Преображај мушког у женски лик доиста чини идејну окосницу поменутог романа, функционишући као преломни моменат у сусрету двојице браће који читавог живота нису знали један за другог. Ипак, то није само пуки опис „прерушавања мушког у женски лик“, „мењања улоге ликовва“, односно издвајање тренутка када Роберт, мушкарац, саопштава свом брату Филипу да жели, променом пола, да постане жена. Иако се, с једне стране, ауторов став, којим се роману одриче ангажовани статус (улазак у расправу о Паради поноса са циљем подршке наведене манифестације), може прихватити, донекле романтичарско становиште о уметности као таквој, у којој нема места за идеолошки дискурс, са постмодернистичке тачке гледишта тешко је одрживо. Нимало тривијално питање односа полова, сексуалности, односно сексуалне склоности и сексуалне моћи, повезано са питањем ексцентричности и различитости, указује на присуство дискурса маргинализованих, а све поменуто, као постмодерна сила, упућује на нужност повезивања естетског са идеолошким.

Полна моћ и неједнакост, као једна од доминантних тема посредством које се у постмодерном дискурсу конституише однос уметности према идеологији, у роману је представљена кроз однос брата и брата/сестре, затим преко односа друштва према сексуалној неједнакости, као и путем онога што поводом сопствене сексуалности показује маргинализовани појединац. Тренутак када се Роберт пред Филипом појави као Алиса, чије су се „дуге вештачке трепавице отварале и затварале као крила лептира“³(163), саопштавајући брату да ће, када се врати у Аустралију, отићи на операцију и заиста постати Алиса, „анатомска Алиса“ (163), са постмодернистичког становишта може се тумачити као претпоставка о полу као друштвеној, идеолошкој конструкцији, а даље и као подривање вере у природно постојање бинарне опозиције мушко : женско.

Иако зачуђен трансформацијом која се пред његовим очима одиграла, Филип, који до краја остаје у оквирима онога што подразумева појам „неделујућег јунака“, чији је идентитет и самим доласком брата за ког није знао да постоји значајно доведен у питање, прихвата ту чињеницу као својеврсну компензацију за недостатак давно изгубљене сестре. Постављајући наизглед банално питање: „Зар је доиста морао тако да се костимира?“ (163), Филип идентитет брата прерушеног у жену смешта

³ Сви цитати су из: Давид Албахари, *Браш*, Стубови културе, Београд, 2008.

у „празан простор“ који је остао после нестанка сестре, те на тај начин ствара прикладну слику за стварност са којом се суочава. Појава Алисе на аристотеловској позорници смештеној у трансформисаном земунском бирцузу кулминација је Филипове сумње у постојање још једног члана породице оличеног у брату Роберту. У истинитост те информације Филип сумња од тренутка кад је добио писмо са потписом: „Твој брат Роберт“. Његова преиспитивања, препричана неименованом наратору, нуде могућност двоструког тумачења. Наиме, када сазнамо да се тако представљена особа колеба између онога како се осећа и онога што јој је природом дато, појављујући се најпре као мушко, а затим као жена, речи које најпре разумемо као: „...Сигурно не би седео и распредао о свом брату, који му можда *није* брат“ (47) или: „Тешко му је, међутим, да замисли ту верзију, јер му је крајње нејасно зашто би неко ко му *није* брат хтео да се представи као *његов* брат“ (63); можемо да схватимо и као наговештај предстојеће трансформације, односно да их читамо и као: „...који му можда *није браћ*“ (47) или: „...зашто би неко ко му *није браћ* хтео да се представи као његов *браћ*“ (63), односно као двоструку сумњу у идентитет особе чији долазак ишчекује.

Питање односа друштва према сексуалној неједнакости и маргинализованом индивидуу у роману је дато кроз однос групе људи окупљених у „Брионима“, најпре према Филипу и Роберту, у чије (братске) односе присутни нису били упућени, а затим и према самом Роберту/Алиси након његове/њене трансформације. Филип је тог односа свестан од самог почетка: „Знао је, рекао је, како се код нас гледа на два мушкарца који се држе за руке, а поготово на два мушкарца који се држе за руке док један од њих плаче, али *није* на то обраћао пажњу, односно, трудио се да на то не обраћа пажњу, мада је на тренутак помислио да устане и викне тако да га цела кафана чује: Ово је мој брат!“ (93) Убрзо је уследила реакција једног од присутних, који је најпре вербално, а потом и физички напао Роберта, обраћајући се браћи речима: „Слушајте, педери, рекао је човек, рекао је Филип, време је да се купите одавде... Немој ни случајно да ме пипнеш, рекао је човек, рекао је Филип, јер *није* желео да се зарази и навуче неку педерску болештину“ (146); да би се сукоб окончао нападом на Роберта, односно тада већ Алису, који је, како се касније испоставило, био смртоносан.

Покретање питања полности, мањинских група и друштвених предрасуда, дакле, не дозвољава да се избегну идеолошке контаминације. Сходно томе, у постмодерном свету у коме свако, како и аутор наводи, у роман „учитава оно што зна“, и у коме „толико доминирају идеолошка тумачења“, такву интерпретацију *није* ни могуће избећи, имајући у виду

постмодерни „помак са заинтересованости за морално, на заинтересованост за идеолошко“ (Хачион 1996: 324) и, даље, схватање идеологије као општег процеса производње значења (Хачион 1996: 297).

Питање сексуалности у роману уско је повезано са питањем идентитета, за који се такође испоставља да је идеолошки конструкт. Пошиљалац писма, Роберт, који је живео у Аргентини и Аустралији, Филип је до тада непознати брат који је осетио потребу да се јави зарад властите потраге за идентитетом. Сходно томе, очекивало се да преломни тренутак у Робертовом животу одигра сусрет са братом, који је требало да попуни празнину у његовом поимању себе као индивидуе. Робертово тражење себе, али и изгубљеност у том тражењу, уједно, последица су различито конструисаних прича које су му поводом његовог идентитета до тада презентоване. До осамнаесте године живео је са мишљу да је једино дете својих родитеља, а након тога сазнаје да они заправо нису његови биолошки родитељи. Испричано му је да су га се отац и мајка одрекли из нужде, под притиском режимских претњи, у шта Роберт никада није поверовао, будући да је посредно сазнао да су га наводно продали добивши заузврат вредну огрлицу. О својој породици сазнаје захваљујући братовљевој књизи „Живот губитника“, и решава да се са њим сусретне како би разрешио мистерију свог порекла. Паралелно с тим, у њему самом се јавља поларизованост, борба између мушког и женског принципа – Роберта, који јесте, и Алисе, која би желео да буде. Питање идентитета засновано на породичној припадности до краја се не разрешава, будући да је Филип о губитку брата знао много мање него Роберт, или, тачније, није знао ништа. Неодрживост идентитета утемељеног на полним карактеристикама оличено је у Робертовом колебању између мушкарца и жене, односно у насилно прекинутој намери да постане „анатомска Алиса“.

С друге стране, појава брата за кога до пристизања писма никада није чуо доводи у питање и Филипову спознају о сопственом идентитету. Позиција писца и човека, Филипа, који је свој идентитет губитника изграђивао на негирању и одбацивању, на сукобу и деструктивним обрасцима као нечем што је, како је веровао, условљено породичном историјом (губитак сестре и родитеља), у тренутку појављивања брата Роберта постаје обесмишљена и обезвређена.

Филипова вера у аутентичност представе о сопственом идентитету, објављена у књизи „Живот губитника“, озбиљно је урушена доласком брата. Филипово виђење и представљање себе, које се може сажети у једну реченицу његове књиге: „Све сам изгубио – оца, мајку и сестру – и мој живот је огромна празнина, пустопољина где чак ни ветар не дува“ (32),

испоставило се као обична илузија, лажна представа о себи, чије превазилажење много тежим чини то што је, као такво, представљено и другима. Помисао да би, у светлу новоспознатих чињеница, могао да напише нову књигу о себи, навела га је на теоретисање о односу истине и лажи: „Стално би га, са сваким написаним словом, прогањала помисао да је раније лагао, те да и сада, док пише ту нову књигу, можда поново исписује лажи иако то не зна, као што није знао да исписује лажи док је писао „Живот губитника“. Морао је, стога, да се упита да ли неко лаже када, не знајући то, не говори истину, као што се њему десило док је писао ту књигу, или је свест о томе да се не говори истина предуслов за лаж? Ако је то тачно, ако је свесна лаж једина лаж, рекао је, како онда назвати несвесно изговорену неистину, и зар она ипак, касније, неће бити виђена као лаж, поготово када је угледа или чује неко ко зна околности које су се одиграле пре него што је та особа било шта рекла или учинила?“ (24–25) Међутим, у жељи да (ре)конструише свој идентитет, Филип упада у замку судара теорије и стварности која се завршава поразом свега што је јунак сматрао чврстим теоријским темељима. Крхкост онога што се доживљава као властити идентитет, будући да се разоткрива као теоријска пројекција која нема чврстог ослоњања у стварности, доводи до разоткривања илузорности, а потом и неминовног урушавања тако створеног система. Имајући у виду то да за поменуте последице Филип узрок види у појави брата, није необично што у једном тренутку Роберта види као главног кривца, односно као оног који је својим доласком потпуно поништио његов губитнички углед и начинио га лажљивцем и преварантом. У светлу тих чињеница може се разумети због чега се Филип, када брат бива брутално претучен, повлачи из стварности и искорачујући дозвољава да Роберт умре, а да није покушао да било шта за њега учини (в. Милошевић 2008: 139). Своју аверзију према брату Филип је најпре тумачио необјашњивом љубомором: „Чудно је то, рекао је Филип, први пут у животу сретнеш свог брата, особу за коју ниси ни знао да постоји и која ти је најближи род на свету, и једино осећање у које си апсолутно сигуран је љубомора. Могао је одмах, рекао је, ту, пред свима да га задави...“ (125). Међутим, суштина „неделујућег јунака“, какав је Филип од почетка, разоткрива се у тренутку када Алиса умире: Филип је допустио да Роберт умре зарад „истине“. Ипак, све што се догодило довело је до потпуне разнизаности и распарчаности јунака, како је описано на самом крају романа: „Кад хода, рекао је, мора стално да се осврће, јер му се чини да са њега отпадају делови, као да је направљен од оних коцкица од којих деца састављају разна чуда, па кад се једна олабави, све могу да поиспадају.“ (193)

У интервјуу поводом изласка немачког превода романа „Брат“, Давид Албахари дао је свој коментар о политичкој компоненти свог дела. Марија Витман, преводилац Албахаријевог романа, упитала је писца какав је његов коментар на то што у његовим романима публика често тражи и налази контекст који писац није имао на уму, те су тако немачки читаоци помислили да кафана „Бриони“ из романа „Брат“ представља метафору за бившу Југославију. Аутор је, међутим, одговорио да ту кафану познаје изнутра, јер је одрастао у близини, иако у њој није проводио толико времена као његов јунак Филип. „Наравно, сви су после мислили да је то политичка прича о распаду Југославије, али то није била моја намера. Ја сам само хтео да пишем о томе како мржња побеђује љубав и како нешто што делује лепо на почетку, постаје ужасно на крају“ (DW 22. 11. 2012.)

Одговор аутора и на ово питање сличан је коментару из претходно наведеног интервјуа – писац, дакле, негира постојање идеолошке позадине у свом роману, желећи да, на неки начин, укине и могућност таквог тумачења. Неодрживост и ове намере биће јасна узмемо ли у обзир чињеницу да је постмодерни роман као жанр у својој суштини одређен као „двоструки дискурс који двозначно отеловљује политичке и моралне функције“ (Хачион 1996: 298), даље, да је и сам језик „неразмрсиво везан за политичко и идеолошко“, као и то да је „свест о идеологији идеолошки став, као и став здраворазумског недостатка свести о томе“ (Хачион 1996: 299).

Кафана „Бриони“, у којој је Филип провео читаву своју младост, и у којој је Роберт заказао састанак, у роману има вредност хронотопа који омогућава повезивање политичког и естетског, чија је веза у постмодерном роману иначе неоспорна. Самим својим називом кафана „Бриони“ потврђује присуство прошлости, функционишући као чвориште у коме се сусреће неколико нивоа ироније. Присуство историје у роману омогућено је алузијама (оствареним посредством именовања датог објекта) на политичку прошлост која је директно утицала на судбину браће. Раздвајање Филипа и Роберта, наиме, последица је страха родитеља од партијског гнева, будући да је њихов отац, универзитетски професор, активно учествовао у организацији студентских протеста. Како је Роберт испричао брату, „студенти су у то време стицали озбиљну подршку јавности и сви су били уверени да је дошао тренутак нове револуције, и стога је наш отац, који је, рекао је Филип, био и његов отац, хтео да га назове Ернесто, али тада је Тито покајнички позвао студенте на помирење и револуција се завршила пре него што је уопште покренута. Студенти, који су ионако изражавали своју верност Титу, ухватили су се у коло и окончали протесте, уверени да долази време промене. Уместо тога,

без много буке, власти су почеле да хапсе организаторе демонстрација и наши родитељи су тада, рекао је, први пут помислили да би било боље да новорођени дечак, будући Ернесто, не буде са нама, јер су стрепели од помисли да мајка не би могла да се брине о троје деце ако оца ухапсе“ (104). Стога, симболика коју у роман уводи назив кафане у којој ће се догодити први сусрет двојице браће неоспорно упућује на присуство историјског, тачније политичког, а самим тим и идеолошког, јер „нова идеологија постмодернизма могла би бити да је све идеолошко“ (Хачион 1996: 331); али, како даље наводи Линда Хачион, „то не води било каквој интелектуалној или практичној слепој улици, већ наглашавању потребе, с једне стране, за самосвешћу и, с друге стране, за признавањем везе – коју је хуманизам угушио – између естетског и политичког“ (Хачион 1996: 331).

Сазнање да је брат заказао састанак управо у „Брионима“, у том, како неколико пута понавља, „бирцузу над бирцузима“, Филипу је представљало највећу мистерију: „У тој кафани, која спада у готово ишчезлу категорију бирцуза, он је, рекао је, провео неколико година опијајући се до бесвести, и безброј пута је повраћао у њиховом клозету, испод увек одшкринутог прозора, тако да је био уверен да ће се канализација једног дана запушити и сва прљава вода покуљати напоље и потопити га“ (37). Међутим, Филип је убрзо након уласка у кафану схватио да је од некадашњег бирцуза остао само назив, све остало је било знатно другачије: „... отворио је врата и ушао у кафану која ни најмање није личила на „Брионе“ о којима све време прича, и у којој је, дакле, у тој староновој кафани, блештала толико јака светлост да је помислио да се врати кући по тамне наочаре. Коракнуо је уназад, затворио врата и погледао да ли је дошао на право место“ (78). Опис „Бриона“ некад и сад, тј. трансформација од прљавог бирцуза до елитне кафане са углађеним конобарима, симболички је представљена слика економског и друштвеног прогреса. Међутим, нешто касније, посредством слике опасног друштва окупљеног у кафани, остварује се иронијски осврт на илузорност универзалног историјског прогреса, чиме се показује да он нужно не значи и хуманистички прогрес. Стога су „Бриони“ у роману погодно место у коме се смешта сукоб маргинализованог појединца и групе људи који су ту окупљени. Повезивање питања политичког и питања сексуалности није случајно, будући да, како наводи Л. Хачион, „раса, пол, етничка припадност, сексуална склоност – постају део политичког поља, пошто су изазване разноврсне манифестације централизујућег и централизованог ауторитета“ (Хачион 1996: 324). Називом кафане, а свакако и самим насловом романа, оства-

рен је и иронијски осврт на традиционални појам братства у породичном, пријатељском, али и политичком смислу.

Проблеми и питања породичних односа, идентитета, односа појединца и друштва, судбине, питање сексуалности и присуства политичког и идеолошког, писања као пресликавања стварности – само су неке од тема које су покренуте у роману и поводом романа „Брат“ Давида Албахарија. Постојање сваке од наведених компоненти указује на присуство идеолошког у роману, без обзира на то какво мишљење о поменутој критици има аутор, будући да се „критика и интерпретација уметности објашњавања и разумевања, налазе у дубокој и сложеној вези са политиком, са структурама моћи и друштвеним вредностима које организују људски живот“ (Хачион 1996: 302). А то нужно произилази из чињенице да „нема вредносно неутралног стварања заплета, објашњења, па чак ни описа у било ком подручју догађаја, било имагинарном или стварном“ (Хачион 1996: 320).

ИЗВОРИ

B92: Гочанин Албахари Соња, Свет рата и свет медија, *Интервјуи. B92.NET*. http://www.b92.net/kultura/intervjui.php?nav_category=1082&nav_id=560004. преузето: 1.5.2014. Давид Албахари, *Браћ*, Београд: Стубови културе, 2008.

DW: Домановић Милка, Написати књигу која никада није написана, *Културни мозаик. DW*. <http://www.dw.de/napisati-knjigu-koja-nikada-nije-napisana/a-16398160>. преузето: 1.5.2014.

ЛИТЕРАТУРА

Милошевић 2008: М. Милошевић, Ко ме се десила трагедија? *Кораци. Часопис за књижевност, уметност и културу XLII*, 11–12. Крагујевац: Народна библиотека „Вук Караџић“, 137–141.

Хачион 1996: Л. Хачион, *Поетика постмодернизма: историја, теорија, фикција*, Нови Сад: Светови.

ABOUT THE PRESENCE OF THE IDEOLOGICAL IN THE NOVEL *BRAT* BY DAVID ALBAHARI

Summary

This paper examines the presence of the ideological in the novel *Brat* by David Albahari. The transformation of the male character into the female one, being the backbone of the novel, enables the monitoring of the relationship between the sexes associated with the problems of eccentricity and diversity. The analysis of the novel in the light of postmodern theory showed that the issue of sexuality / sexual power is necessarily related to the issue of identity. Identity and Gender are revealed as the ideological constructions. Accordingly, the author's views on the absence of the ideological in the novel are discussed, which allows a postmodern review of the author's attitude towards his work. Thus the novel *Brat* is presented as an example of synergy of aesthetic and ideological, whose presence necessarily abolishes the Romantic concept of work as a purely aesthetic creation released of any kind of involved components.

The analysis of the language in the novel also reveals the presence of ideological. The name of the cafe where the meeting of the brother and brother / sister takes place – Brioni – makes a political statement, whose presence author also denies. The lexeme *brat* present in the title itself is also the holder of an ideological component.

Keywords: ideology, language, gender, sexuality, identity, politics

Bojana M. Veljović

Тања Ј. ТАНАСКОВИЋ¹

Универзитет у Краљевцу
Филолошко-уметнички факултет
Одсек за филологију
Катедра за српски језик

САХРАНА ВЕЛИКЕ МАМЕ ГАБРИЈЕЛА ГАРСИЈЕ МАРКЕСА И КОНЦЕПТ СЛОБОДЕ

У раду се бавимо питањем да ли је могуће досегнути простор слободе, који није идеолошки конципиран. На примеру приповетке *Сахрана Велике Маме* Габријела Гарсије Маркеса показујемо како обећане, апсолутне слободе нема, већ да је, у постмодернистичком духу, слобода у прихватању тога да је све идеологија. У приповеци Маркес нуди причу као ванвремени простор разиграности истина, односно као простор слободе, који за разлику од догађаја самог не робује времену, па ни потреби да представи апсолутну истину. Причајући и читајући приче увек из неких нових-стarih идеолошких позиција досежемо слободу и губимо је у истом тренутку. То поновно тражење пукотина у дикурсу, са свешћу о томе да нема знака једнакости између приче и догађаја, даје нам слободу, јер слобода је у константном трагању за слободом.

Кључне речи: слобода, моћ, прича, догађај.

У данашње време када се интензивно поставља питање слобода свих маргинализованих инстанци – од појединаца до маргинализованих група, када се слободе интензивно институционализују, треба отворено поставити питање да ли се унапредио квалитет живота *слободнијег* човека у друштву. Да ли је и колико човек постигао *ослобађајући се* од одређених норми – да ли је данас у периоду демаргинализације маргина, унификавања разлика, човек срећнији и да ли ужива у *слободи избора* у мору постигнуте једноличности? Да ли апсолутне слободе захтевају од човека напор при избору – или све постаје све једно, те човек постаје роб

¹ takica_7@yahoo.com

сопствене (не)моћи, и која је то инстанца која дозвољава/омогућава слободу по тој цени, те шта она жели да постигне и да ли ју је ослобођени субјект свестан? Да ли човек постоји да не би чинио напоре? Нема слободу без норме – нема екстрема без оног што је *нормално*. Нема жеље за слободом без ропства. Ако прихватимо опасну представу слободу као статичке категорије, ослобођење од једног ропства обезбеђује слободу, а *досеђнуша* слобода је тек опасан терен, јер је она та која уљуљкује. То је привидно спокојна област чије предности онај који је робовао неће умети да упражњава, јер није научен. У том смислу, ослобођења воде до губитка идентитета и даљег трагичког ропства. Политички чиновници који се декларишу као слободу створили су субјект који када „се придигне након редовних осам-сати-на-дан проведених пред телевизором није вероватан кандидат за оног самоидентичног субјекта који је једном давно освојио Индију или анектирао Карипска острва“ (Иглтон 1997: 25). У овом песимистичном кругу који подразумева свеприсутност разних инстанци моћи, историје и друштвеног детерминизма, делује да је једина оптимистична перспектива она коју нуди Џејмсон (1984: 19) – једино право ослобођење од присиле почиње када се призна да нема ничег што није идеолошко – да је све „у крајњој анализи“ политичко. Постмодернизам почива управо на овој претпоставци – не постоји ништа мимо онога што је друштвено и историјско, па ни концепт слободу.

Ако је немогуће остварити политичке жеље неком непосредном акцијом (за који данашњи субјект није спреман), Габријел Гарсија Маркес нам у приповеци „Сахрана велике маме“ показује да је могуће разоткрити опресивни систем указивањем на методе мистификације којим се он служи пишући своју историју, односно конституишући своју власт. Разоткривање Маркес врши истим средством којим се служи систем – језиком, односно приповедањем. Дискурс се, дакле, јавља као средство демистификације тако што наново мистификује кроз посебну верзију сахране Велике Маме. Могућност субјекта да исприча своју верзију догађаја јесте његова борба за сопствени простор слободу. Кад догађај прође, остаје нам једино прича. У свету у ком опресивни режим контролише све, расте занимање за оне области живота које су још очувале неки степен разиграности и слободу, као што је текстуалност, односно језик (уп. Иглтон 1997: 27). Прича тако постаје онај простор у коме можемо тражити пукотине система и у ком се можемо борити за визију слободу. Приповедање постаје процес разградње и демистификације идеолошког, а да је и само средство спровођења моћи/идеологије. Језички знак је идеолошки

знак који је узрок и последица значења². Тек када се то прихвати, језик, односно књижевна фикција може се користити као портал који отвара потребне просторе слободе.

Различити нивои фингирања ропства у приповеци „Сахрана Велике Маме“ представљени су на више нивоа. Приповедач се својом причом о догађају бори за своју визију слободе, али тиме своју перспективу намеће слушаоцу као доминантну и једину *објективну* – показујући тиме да је свака прича фокализована, односно да је идеолошки конципирана. На том нивоу слобода наратора постоји на рачун пресије над актерима догађаја, над догађајем самим, па даље и над читаоцем. Испоставља се да слобода једног почива на ропству другог.

На другом нивоу приповедач свесним наративним поступцима разоткрива манипулативне принципе које инстанца моћи користи при грађењу догађаја причом – нпр. спекулише временском перспективом из које приповеда.

Сама прича о Великој Мами и њеним поданицима јесте прича о пресији и слободи – Велика Мама је симбол друштвене норме. Ово је једна прича о смрти доминантне инстанце моћи, која само декларативно доноси промене, али не и суштински. Након сахране Велике Маме сви су одахнули и почели да живе своје слободе. Након тога долазе историчари и исписују своју и важећу верзију историје, исписују догађај који је заувек нестао. Можда из те званичне историје нико неће знати да је неслободе за живота Велике маме било. Тиме писац инсистира на нашем освешћењу у вези с тим да нема еквиваленције између приче и догађаја. Сваки догађај је трајно изгубљен, а у причи, како каже Линда Хачион (1996: 320), „нема вредносно неутралног стварања заплета, објашњења, па чак ни описа у било ком подручју догађаја, било имагинарном или стварном“.

Приповедачка инстанца преузима на себе да исприча праву истину о сахрани Велике Маме, владарке краљевине Макондо. Прича је смештена у пукотину између самог догађаја (сахране) и конципирања званичне историје о њему и као таква представља својеврсно ослобађање од званичне историје. То је, каже приповедач, прича о сахрани на коју је дошао и *Свети Ошац Паја*, испричана у времену након што се *Паја* успео на *Небо*, о потресености и тузи народа због смрти Велике Маме из перспективе када је народ поново дошао к себи, укратко, прича која се конструише у тренутку када су многи актери и елементи догађаја *избрисани*, тј. када је сам догађај већ прошлост. Приповедач имплицира то да је изабрао тренутак када неких актера догађаја нема да посведоче. Међутим, припове-

2 Уп. Хумболтово схватање о језичком детерминизму (Чуљак).

дач за своју причу не склања све што ће почистити, и уклонити инстанце званичне историје – пикавце, конзерве, оглодане кости, крпе и фекалије на улицама Маконда остале након карневалске атмосфере са сахране. На тај начин наратор користи сопствену моћ да креира свој простор слободе кроз причу о догађају, али, постављајући је као искључиву перспективу истине, претендује да укине слободу, с једне стране, некритичког читаоца, а с друге и самих актера догађаја. То је исти механизам којим се служи и званична историја. Слобода је увек неслобода за неког другог. Прича је стога простор слободе за онога ко је прича, за инстанцу која држи моћ. Тако слободу има онај који има моћ.

Извор свих података који се читаоцу приповетке дају о животу, смрти и сахрани Велике Маме јесу различите приче – приче старијих млађим нараштајима о томе како су прослављани рођендани Велике Маме, приче о усточицењу владарке, диктати Велике Маме бележнику о духовним и материјалним добрима које за собом оставља, чланак и фотографија из младости у новинама, и информације које долазе од самог приповедача. О Великој Мами причало се још за њеног живота – виђали су је увек удаљену на својој тераси у љуљашци, никад изблиза. Од тренутка ступања на власт била је све удаљенија, тајанственија и тим погоднија за стварање легенде. Након њене смрти, приче о Великој Мами вртоглаво се умножавају:

„Први пут су говорили о њој и први пут је замишљали без њене љуљашке од лијана, без поспаности у два поподне и без облога од слачице и видели су је чисту и безвремену прочишћену легендом. ... Бескрајни сати су били испуњени речима, речима, речима које су одјекивале по просторствима републике, увеличане значајем штампане речи ... Толико се брљало да су блебетања прешла границу, прешла преко океана...” (Маркес 1992: 126–127)

Тек након потпуног брисања следи реконструкција лика и њених дела. Житељи Маконда заборављају Велику Маму у њеним ленствовањима у љуљашци на балкону, како су је иначе виђали – у памћењу остаје фигура двадесетогодишње девојке са додатно уређене фотографије штампане у новинама. Лик Велике Маме погодан је за реконструкцију причом тим пре што је за живота остајала тајанствена и недодирљива. Маркес овде показује како је дискурс у стању да промени доживљену стварност – нико није имун на моћи дискурса.

О Великој Мами остају истине штампаних речи, безвезних трућања председника и државних великаша – та *шрућања* биће полазишта у креирању историјских списа. Приповедач нам сугерише на то да званична историја не бележи да је Велика Мама склапала инцестуозне бракове да би учврстила моћ, да је поседовала три кутије неважећих гласачких листића

помоћу којих је одржавала власт конзервативаца и класе над плебсом, како је живела на рачун убирања пореза од народа и владе. Нигде није забележено да није клекла да се опрости са оцем како не би изгужвала хаљине, али је у историји породице и нације остала слика двеста метара дуге асуре од куће до олтара, којом се Велика Мама враћала са свог ус-толичења. Подвлачећи оно што његова прича у односу на званичну историју садржи, приповедач нас провоцира очигледним бинаризмом *зли јунак – добар јунак*, при чему је званична историја та која игра злог јунака. По логици бинаризма његова прича нам нуди истину и слободу. Међутим, Маркес, па ни његов приповедач не желе *бинарне умове*. Демистификујући инстанце моћи које учествују у конципирању Историје о Великој Мамаи, приповедач имплицитно указује и на своју идеолошку позицију. Јер све детаље који неће бити део званичне историје даје нам једна сугестивна инстанца, која нас убеђује у веродостојност својих речи самим тим што се поставља на маргину система – он није чистач / историчар који ће гурнути пола истине под тепих, он је тај који се ослобађа од неистине и заузима позицију из које жели и нас да ослободи.

Само структурирање приче отвара моменте који симболички кодирају архетип игре моћника и поданика, слободе и ропства. Велика Мама је владала увек удаљена, неприметно дајући упутства десном руком начичканом прстењем као атрибуту власти, налик паноптиконским структурама које све виде и контролишу, а саме остају скривене од очију поданика. Није ли то позиција из које нам хетеродијагетички приповедач прича ову причу! У смртност Велике Маме нико није веровао – као што инертан народ не верује у смрт репресивног поретка и ништа не чини поводом тога. Режим Велике Маме стешњавао је све, од појединца који није имао право избора брачног партнера све до саме државе која је владарки плаћала што народ користи улице. Провоцира чињеница о резигнацији масе, о препуштености народа систему који га тлачи стотинама година, колико траје владавина породице Велике Маме. Једина која се систему одупрла јесте најмлађа нећакиња Велике Маме, која се, не случајно, зове Магдалена³. Једино је она успела да побегне из затвореног круга инцестуозних бракова на којима се темељила моћ Велике Маме. Ово је симболично представљено чином у ком Велика Мама предаје прстен Магдалени као симбол моћи и власти. Избегавши нужност владајућег система,

³ Неодољивост читавања библијске приче о Марији Магдалени на овом месту говори о томе да не можемо невинно да приступимо датом дискурсу, да постоје приче које су се урезале у текстове и у нашу свест и одраз су нашег колективног мишљења (уп. Џејмсон 1984: 37). Можемо рећи да не само да нема наивног приповедања већ и да нема наивног читања које би било слободно од идеологија – ми нисмо слободни ни у чину читања.

Магдалена се предала другом систему – замонашила се. Њена слобода настала је на рачун нове неслободе. Нови идентитет омогућен је некадашњим ропством, те живљење тог новог идентитета не може да тече ван траума некадашње неслободе. За њу се потрага за слободом наставља.

Смрт Велике Маме, која је ипак уследила, резигнирано говори о нужности историје која има своју развојну нит и мимо нас, о неминовности смене једне епохе другом, која је праћена пуким декодирањем ефеката и инстанци моћи. Није умрла само Велика Мама већ за њом нестају и остали актери конзервативног система – Свети Отац Папа одлази на Небо пошто је његова мисија на земљи извршена, на издисају су и породични лекар и парох Антонио Изабел – и они бивају ослобођени смрћу Велике Маме. Они су живели док су јој служили. То су симболи функција које трају док и инстанца моћи коју опслужују и на рачун које живе. Ослобођење од старог поретка непосредно се тиче нових представника власти – нових инстанци моћи: родбине која је одмах почела да дели велико имање, Председника Републике који је могао да седне и влада по својој вољи, док је за *свештину* то ослобођење само делимично јер су само замењене фигуре које држе моћ, па самим тим и облици моћи над народом. До смене долази кад ново декодира старо.

Сахрана је и по себи једно ропство инстанци које су принуђене да помире своје различите интересе у *заједничкој намери да укопају славно шело*, тј. да од тог историјског догађаја извуку најбоље могуће за себе. Отуда је крај сахране „громогласни уздисај олакшања који је испустила гомила кад се завршило четрнаест дана молитви, заноса и славопојки и гроб био запечаћен оловном плочом“ (Маркес 1992: 131). Још једном Маркесов песимизам показује како слобода и ропство теку истовремено, као две стране новчића – и председник на сахрани робује фигури сахране и бивше владарке да би конституисао слободу кроз своју фигуру моћи. Он је нова инстанца моћи али и роб моћи. Сахрана Велике Маме је истовремено и домаћин и паразит, и потчинитељ и потчињени. Тај догађај користе сви за своје ситне зараде, почев од занатлија које се окупљају да на великом догађају зараде од својих производа. Велика Мама се смрћу претвара у жртву својих поданика који профитирају продајући слике са ликом велике владарке. Председник Републике своју репутацију такође гради на овом великом догађају. Родбина профитира од наследства.

Маркес је одабрао један рубни догађај у историји имагинарне краљевине да би показао прошлост, садашњост и будућност. Он је показао принцип понављања историје као једне глобалне метафоре моћи и континуитета ропства. На сахрани се појављују сви који имају да продају неку

причу за основу изградње капитала своје моћи. И увек је на цени прича, па и ова прича Маркесовог приповедача којом нам он поручује да нема решења у непрекидној игри моћи. Моћ је снажан архетип који омогућава константну ремитологизацију. Нова моћ само прилагођава матрицу својој природи. Зато се тело Велике Маме *крчка на четрдесет стотени* док нова власт уз помоћ адвокатске апаратуре не пронађе законски начин да Председник присуствује сахрани, односно док не пронађе шифру за читање власти. И када Велика Мама настави да трули испод плоче, каже приповедач, председник ће моћи да влада по својој вољи, краљице ће моћи слободно да се венчавају и рађају, а народ да подиже куће било где на бескрајном поседу Велике Маме. Слобода која се помиње само је привидна, јер није дошло до умирања, већ само до промене облика моћи.

На нивоу тока приповедања приповедна инстанца замагљује временским детерминантама позицију из које се објављује. Таквом мистификацијом приповедач чини проминентном своју моћ да манипулише подацима о догађају желећи да провоцира *сумњичаво* читаоца, или желећи да од сваког читаоца приче баш направи сумњичавца.

Из које позиције нам приповедач прича ако на почетку приповетке каже да је Велика Мама умрла „једног уторка прошлог“ септембра:

„Ово је, сумњичавци целог света, истинита прича о Великој Мами ... која је господарила деведесет две године и умрла с дахом светости, једног уторка прошлог септембра, а на њену сахрану је дошао и Свети Отац Папа.“ (Маркес 1992: 115)

„Сад, кад је народ, до сржи потресен, поново дошао к себи, ... сад је време да се хоклица наслони на врата и да се испочетка исприча прича о појединостима ове народне жалости, пре него што стигну историчари.“ (Маркес 1992: 115)

Приповест завршава реченицом:

„Тад је још само недостајало да неко наслони хоклицу на врата и исприча ову причу, поуку и опомену будућим покољењима и да сви сумњичавци света буду обавештени о Великој Мами, пошто ће сутра, у среду, доћи чистачи и почистити ђубре с њене сахране, за веке векова.“ (Маркес 1992: 132)

Временске одреднице у овим реченицама – првој и последњој у приповетки – доводе у питање када је прича испричана и где то она постоји. Фабула приче обухвата временски период од боловања Велике Маме (април) до њене смрти у септембру, након чега је балсамована чекала да се донесу уставни амандмани који ће дозволити председнику републике да

присуствује сахрани. За то време вест о њеној смрти стигла је и до Папе који је успео и да допутује на сахрану. А онда нас на крају приповетке приповедач враћа поново на уторак. Који је то уторак на крају приче и ако се нисмо макли од уторка када је Велика Мама умрла, да ли се све испричано заиста догодило? То су питања којима нас Маркес провоцира, уз то нам се још обраћајући са *сумњичавци*. Почетак и крај приповетке нису испричани из исте временске перспективе. Почетак је маркиран прилогом *саг*, чиме се мисли на време непосредно након сахране, а на крају се на исто време реферише прилогом *шаг*, чиме се имплицира различита позиција приповедача. Ако томе додамо да је крајња перспектива приповедача уторак, са вероватноћом да је то исти онај уторак када је Велика Мама умрла, долазимо дотле да су све ове три временске тачке заправо једна иста тачка, чиме једина догађајност бива заправо ова ПРИЧА о сахрани Велике Маме. Све је прича и ништа више. Једино се дискурс отима линеарности, али се никад не ослобађа од себе самог. Једино су принципи грађења приче ванвременски или свевремени, док је догађај временска категорија. Отуда би Маркесова порука била да нема апсолутне слободе, али да је можемо тражити у причи која ће стално кружити и изнова побијати себе. Зато смо ми *сумњичавци* који треба изнова да траже пукотине у дискурсу омогућујући му привидно кретање, привидно јер се он не да ослободити од нас, других и од себе самог. Увек ће бити неког ко ће *почистишићи ђубре* након неког догађаја, али то не треба да обеснажује наш удео у плуралитету дискурса, јер сви смо ми *чистишачи* у глобалној игри за слободу. Слобода је, дакле, у прихватању тога да слобода нема. Слобода је оно што се увек осваја и никада не достиже. Маркес нас својом причом *Сахрана Велике Маме* увлачи у процес причања и константне разградње испричаног, увлачи нас у слободу, која је вртоглавица, и коју не познају сви они који се чврсто држе задатости.

ИЗВОРИ

Маркес: Габријел Гарсија Маркес, *Сахрана велике маме*, превела Јасна Мимица, Горњи Милановац: Дечје новине, 1992, 113–132.

ЛИТЕРАТУРА

Иглтон 1997: Т. Иглтон, *Илузије постмодернизма*, Нови Сад: Светови, 9–32, 64–93.

Хачион 1996: Л. Хачион, *Поетика постмодернизма: историја, теорија, фикција*, Нови Сад: Светови.

Џејмсон 1984: Ф. Џејмсон, *Политичко несвесно: приповедање као друштвено-симболични чин*, Београд: Рад, 15–121.

BIG MAMA'S FUNERAL BY GABRIEL GARCIA MARQUEZ AND THE CONCEPT OF FREEDOM

Summary

In this paper we deal with the question – whether it is possible to reach an area of freedom, which is not ideologically conceived? In the case of short story *Big Mama's Funeral* by Gabriel García Márquez we try to represent that there is no freedom as absolute category, but that, in the postmodern spirit, freedom can be reached in accepting that everything is ideology. In this novella Márquez offers a **story** as a timeless space of playfulness truth, and an area of freedom, which, unlike the event itself, is not a slave to time, and it is not obligated to present the absolute truth. Emphasizing the fact that narrator's story contains real truth about the funeral alludes that his (story teller's) freedom exists at the expense of the slavery of another. By telling and reading stories always from some new-old ideological position we achieve freedom and we lose it at the same time. Reclaiming the cracks in the discourses, with the knowledge that there is no equal sign between the stories and events, give us freedom, because freedom is a constant quest for freedom. Cracks in the narrative, that suggest the narrator's speculation with the time, require from recipients to re-examine all the ideological dimension, to be doubters, as narrator calls them, ie. to be free through reinterpretation and searching for freedom.

Key words: freedom, power, story, event.

Tanja J. Tanasković

Никола М. ЂУРАН¹

*Универзитет у Краљевцу
Филолошко-уметнички факултет*

ИДЕОЛОГИЗАЦИЈА СОЛИПСИЗМА У ДРАМАМА ЕДВАРДА ОЛБИЈА²

У раду се разматра покушај америчког драмског писца Едварда Олбија да се супротстави идеологији обесмишљавања људске различитости и комуникације путем пропагирања слике пожељног америчког грађанина. Применом учења савремених теоретичара постмодернизма, као и теоретичара савремене америчке драме, демаскирана је идеологија конструисања апстракције „оствареног човека“ насупротив трагично изумирућем човеку искуства и заједништва.

Кључне речи: Олби, драма, апсурдизам, говор, идеологија, породица, слика.

І – ИСТОРИЈСКО ОПРАВДАЊЕ ОЛБИЈЕВОГ АПСУРДИЗМА

Едвард Олби спада у „млађе“ генерације књижевника који су објавили скандалозну драмску визију друштва. Утолико његов задатак да изнесе пред читалачку јавност алтернативну истину о фарси америчког просперитета није био пропраћен ризиком – тај терет друштво је наменило, деценијама пре почетка Олбијеве каријере, пионирима апсурдистичке књижевности. Томас С. Елиот, Јуџин О’ Нил, Вилијам Фокнер, Ф. С. Фицџералд, Ернест Хемингвеј, Синклер Луис – само су неки од аутора који су након Великог рата револуционарно именовали скандал као једину друштвену стварност. Њихови подухват и слава су, у извесном

¹ djurannikola@yahoo.com

² Овај рад је написан у оквиру пројекта *Друштвене кризе и савремена српска књижевност и култура: национални, регионални, европски и глобални оквир* (број 178018) Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

смислу, значајно олакшали Олбијев креативни почетак. Ипак, Олбијева генерација је заслужна, ако не за упознавање друштва са самим жанром апсурдизма, онда за подизање дискурса драме апсурда на имплицитнији и привидно политички коректнији ниво. У њиховим делима декаденција делује мање иконокластично нападна, а више ослоњена на нужност карикирања догме, кроз њену пуку превласт, која, за разлику од тема модернистичких дела, не допушта никакво хипостазирање револуционарних карактера. Читав ритуал апсурда одвија се у оквиру ограничене матрице неуротски сабијене хијерархије унутар друштва слике; карактеристични амблем овако конструисане заједнице јесте „нуклеусна породица“ (*nuclear family*), коју одликује атемпорална везаност за апстрактну псеудосадашњост – вечиту хармонију.

Олби је у својој стваралачкој каријери, речима Џ. Ф. Китрица направио прескок од архетипизираних и анационалних ликова који се пре могу назвати симболима него учесницима одређене радње до конкретизованих ликова ограничених стриктно на америчко друштво. Док су његови почеци (*Прича о зоолошком врџу, Смрти Беси Смит, Фам и Јам, Амерички сан*, итд.) махом ослоњени на митолошко-проповедну, и утолико донекле оптимистичну базу коју су утемељили његови модернистички претходници између два рата, у каснијим драмама Олби је више реалистичан, и окренут незаинтересовано лудистичком дискурсу чија иконоклазма, ако и није отворено песимистична, сваку могућност осврта на веру у човека у ранијим драмама ефикасно подводи под сасвим релативистички, иронијски контекст. У видној смени контекста сналажења појединца, ипак, изван је и увек једнако инспиративан фактор слике, тј. идеје „срећног живота“ на који слика, као сурогат стварности, мора да алудира како би осигурала свој примат у јунаковој свести. У Олбијевој драми *Три високе жене*, јунакиња симболично названа „А“ преиспитује свој живот, сумњајући у своју некадашњу одлуку да жртвује своја етичка начела зарад практичнијег достизања статуса „савреног“ члана породице, тј. узорне супруге. Драма *Коза, или Ко је Силвија?* говори о расцепљености у којој се налази јунак Мартин између изопштеничке позиције индивидуе и нужде да постане „савршени“ чинилац друштвеног система. Олбијев опус, у свом сужавању космичких тема на минијатурне и безначајне, перпетуира обрнуту пропорционалност људских вредности у односу на снагу солипсистичке идеологије слике. Што је већа превласт материје у односу на дух, потреба за солипсизмом и самозаваравањем је јача, те и лудизам дијалога у драми има већу контекстуалну потпопу.

II – ПОБЕДА АПСТРАКЦИЈЕ

Са лежерношћу на коју се ослањало америчко друштво након победоносног II светског рата, расла је и самоувереност политичког врха и, са њим, друштва, не само у политичко-економску већ и у етичку надмоћ САД у свету. Олби је тај псеудоконтекст храбрости представио кроз алегорију „нуклеусне породице“ (*nuclear family*), као сурогата глобалистички самоотуђене нације, која своју одсеченост од стварности дугује фарси индивидуације; ако је оригинални чин индивидуације усмерен ка духовној трансценденцији појединца у виши ступањ стварности, материјалистичка индивидуација има функцију идеолошки наметнутог оксиморона. Врхунац оксиморонске природе економско-индустријског процвата Америке јесте аналогја између религије материјализма и потребе за савршенством, што, с друге стране, никад није изричито тражено у чину духовне индивидуације. Колективна потреба за „савршеном“ заједницом већ захваљујући самој експлицитности термина омогућава друштву задовољење привидом, монотонијом и практичношћу која се с прогресом економске моћи и комфора све више усуђује да досегне границе вулгарности. Сублимирана у колективну поруку путем медија – ТВ програма (нарочито тзв. „sitcom“ жанра), билборда, амбалажа – чежња за „савршенством“ је уобличена у форму индиректне заповести. У вештачкој стварности слике практични смисао је уступио место апсурду који, иако се на површини залаже за позитивистичку превласт практичности, суштински укида све практичне аспекте културе, ефективно их замењујући рекламократским псеудотеоријама. Китриц нпр. помиње масовну изградњу и куповину луксузних стамбених објеката доживљавањих кроз призму догматске неопходности не само због приступачности и гламура, већ и религиозне везаности за послератну, материјалистичку стварност: приватно власништво, хипостазирано у средњекласној, велелепној кући, посматрано је, све до данас, као пандан успешне материјалистичке иницијације:

„Набавка дома мање се тицала тицања корисности, одговарајуће локације, и жељеног комфора, а више пројекције визије бића и начина живота. (...) За многе становнике предраћа, основна функција дома било је дружење сташуса, а не скровишћа.“ (Китриц 2006: 10)

Олбијева биографија би умногоме могла да послужи као минијатурни приказ растуће изолације и декаденције америчког друштва и, утолико, као основ разумевања упорне споне између појединца и његовог

материјалистичког окружења које доживљава као свој једини дом, иако га истовремено криви за препречавање његовог пута ка сазревању и аутентичности осећаја живота. Олбија је његова мајка, Луиз Харви, само две недеље након рођења дала на усвајање и, после неког времена, дете је усвојио имућан њујоршки брачни пар, Рид и Френсис Олби. Премда растући уз поочима који је био утицајни, богати бизнисмен и оснивач ланца водвиљских позоришта, Олби је од раног периода био свестан вештачке природе - како стања у својој породици, тако и домена луксуза и материјализма који је готово без изузетака обухватао њихове пријатеље и познанике. Његово подсвесно одбијање да се конформише огледало се већ у његовом непослушном, „деранском“ понашању. Заправо, на друштво које је на сваки свој елемент, укључујући чланове породице (посебно жену и децу, с обзиром да је материјалистичко-аполонијска идеологија била усредсређена на фигуру мушкарца („*the breadwinner*“)) гледало као на власништво – у складу са парадигмом луксузног дома – Олби није знао да одговори друкчије него бунтом:

„Када би поменуо своје усвајање, Олби је говорио „Купили су ме“ (...) Ако би се понашао непристојно, Френки [помајка] би му запретила да ће га „враћати“, као да су га она и муж купили у радњи. У осврту на своје детињство, Олби верује да га родитељи нису видели као дете које треба подизати, већ израчку коју треба пребрисати и поставити на полицу.“ (Китриц 2006: 15)

Апсурдистички језик Олбијевих драма, ипак, никад није прелазео границу инхерентне, надкултурне разумљивости. Апсурд модернистичких и постмодернистичких драма не налази устоличење у друштву пред којим се одвија само утолико што не успева да премости културно-историјски јаз између субјективистичког, катарктичког језика дела и фатумског језика публике; другим речима, апсурдистичка драма по себи може да завреди тај назив само на основу класификације, али не и неког иманентног, свеprisутног бесмисла – њен бесмисао почива у њеној релацији са стварношћу. Олбијева вечита тежња да ствара узнемирујуће, несразмерно, и критички, до граница вулгаризације и вређања, кореспондира с Еслиновим коментаром на нихилистичку идеју драме *Стиолице* Ежена Јонеска. Нарушавањем хармоничног односа између радње и публике, Јонеско се не изругује претпостављеном/ догматском бесмислу свог дела, већ посредно указује на неспособност публике, тј. културе којој припада, да у свој схематизовани спектар појмова укључи оригинални, нови језик са којим их његово дело суочава, због чега његова уметничка идеја, Еслиновим речима, са том публиком атрофираних способности за препород и катарзу, има једнако успеха као што би имала са празним столицама

(Китрић 2006: 23). Олби је перпетуирао Јонескову идеју инсистирања на неспоразуму као путу ка истини, уз значајну иновацију са своје стране – синтетисао је врсту помирења, макар и несталног и незваничног, између бунтовничког аспекта дела и аполонијско-смисленог аспекта стварности. Његови ликови више него својим хаотичним деловањем, збуњују и забрињавају прескоцима између чежње ка хаотичном и чежње ка конформистичком и рационалном. У намери да представи не апсурд по себи већ апсурдистичку девизу пута свеprisутног смисла, Олби се ослања на неуротска преламања између индивидуалног и колективног, на крају, изгледа, ни сам не знајући којој поларности да припише дефинитиван епитет смисла, а којој бесмисла. *„Његове драме представљају свети онолико близак њиховим гледаоцима колико делује неусаглашено и зазорно.“* (Китрић 2006: 25)

III – ИЛУЗИЈА КОНТРОЛЕ

Олбијеве драме испитују проблем могућности субјектове контроле фатума (судбине) у оквиру нове, „победничке” историје. Уместо да ствара у отворено дидактичко-моралистичком контексту, писац је пре осликавао саму психолошко-друштвену стварност, па су безнађе и антиструктура његових драма били разумљиви одраз безнађа и антиструктуре система.

Изолација од остатка света коју је пружила мисија достизања глобалне војно-економске доминације представља политички пандан изолацији од сила природе и судбине коју друштву пружа институција града. Утолико постмодернистичка књижевност није прва указала на спону између отуђења и стваралаштва – иронично, у томе ју је претекло америчко послератно друштво, на чијој је критици засновала свој правац. Град је служио да задовољи паракултурне илузије његових елитистичких житеља који су од својих пуританских предака наследили и функционализовали идеју „изабраништва”. Британски књижевник и путописац, Џонатан Рабан, доживљава појам града као олтар епилога дуге борбе западног, поготово протестантског друштва за фабриковање сопствене паракултуре која не само да би им пружила потпуну слободу да делају и развијају се како пожелe, већ би им, отуд, дала алиби за експанзију њених мотива на остале, постојеће културе:

„(Г)рад вас позива да га обновите и да га му облик какав би вама одговарао за животи. И ви имате шћу моћ. Како год да замислите себе, град ће се трансформисати у одговарајући облик због вас. Како год да замислите свој идентитет, он ће вам се такав открити, пошто управо схематизоване мапе.

Градови су, насупрот селима и провинцијама, променљиве природе. Уобличавамо их према сопственом профилу: заузврат, они нама одређују облик пуштем ошћора који нам пружају [Н. Ђ] када покушамо да им дамо свој лични облик.(...) Град о каквом маштамо, савишљиви град илузије, митта, надања и кошмара, јесте стварности, и што можда већа него тврди град који се може наћи на мапама и статистицима (...)“ (Рабан 1989: 5)

Олби је покушавао да упозори публику да, ако је институцији града иманентна наклоњеност субјектовим фантазијама, те фантазије се лако могу окренути преко самог човека. „Град можда важи за вид позоришта, али што значи да и зли и будаластии ликови имају прилику да изађу на бину и претворе друштвени животи у трагикомедију, чак насилну мелодраму, посебно ако нисмо сасвим овладели његовим знацима.“ (Харви 1989: 6) Олби је стицао утисак да што је мит поседовања престижа више свођен на интимно, онтолошко право господара, већа је вероватноћа да ће га власник употребити у аутодеструктивне сврхе. У тој тачки се уједно уочава разлика између Олбијевог типично постмодернистичког „надокнађивања“ урушене значењске стварности и, с друге стране, догматског пристајања да култура остане на нивоу ништавила, које је пријатно макар отуд што не указује на стрес промена и револуције. Другим речима, док америчко друштво путем медија, политике и образовног система устоличује и рекламира нихилизам, Олби се опредељује за оксиморон нихилистичке културе – она настаје од тренутка који је Жан Бодријар именовao као „имплозија значења“, и уместо на дотрајале конструисане везе знакова и означеног на основу званично семантичког договора, успоставља значења кроз призму привидно деструктивних атмосфера, служећи се расулом, досадом, отуђењем. За разлику од самодовољне деструктивности система, Олбијева деструктивност је ангажована и стреми ка свом превредновању – он чезне да „загребе тако дубоко испод коже да бол постане нејодошљив“ (Олби 1994: 36). Медијска култура нуди, танталовски цинично и недостижно, илузорни амблем среће ког публика није ни свесна – премда се, бар на плану реклама, претпоставља да треба да буде – јер јој је важно да је присутан пуки знак, без садржаја; ефекат је драстично евидентнији и горчи када ту илузију у виду непостојећег детета Олби припише несрећном, неуротичном брачном пару из америчке средње класе у драми *Ко се боји Виџиније Вулф?*

Форма мора да однесе превагу над садржајем зато што је формом могуће манипулисати. Она пресеца компактност заједнице и могућност доживљаја варијетета дискурса кроз покушаје заједништва са различитим саговорницима, и уместо тога упућује говор на празну и нелогичну али

свеједно доктринарно пожељну апстракцију. На пример, у *Вирџинији*, култ власништва је посебно јасно хипостазиран не само у Џимију, измишљеном детету Џорџа и Марте (имена браћног пара су можда алузија на првог америчког председника Џорџа Вашингтона и његову супругу, Марту Дендриц, тј. на чињеницу да поремећај у друштвеној сутруктури треба тражити у дијахронијским архетипима историје САД), већ и у Џорџовом третману његове супруге – он Марту назива вучицом и прети јој да ће је научити верности. Марта нема права ни на манифестацију својих фантазија, јер убрзо након што пред својим гостима, младим перспективним паром Ником и Хани, исприча како је њихов имагинарни син Џими погинуо у саобраћајној несрећи, Џорџ је увређено „исправља“ и тврди да је он убио Џимија јер се Марта усудила да га помене неком другом осим њему. Џорџова нужност овог монопола на детаље њихове заједничке фантазије активира се упоредо са Никовим коментаром да је Џими измишљен. Параноидно суочени с претњом коју за њих представљају Ник и Хани, Џорџ и Марта панично утврђују своју „страховладу“ над детаљима из свог живота, а како путем својих симболичких имена отеловљују првог председника и његову супругу, тј. освит историје независних САД, они желе контролу не само над детаљима своје биографије него и над историјом. Потреба за интелектуалном контролом историје води порекло од изневерености америчког друштва од стране мита – Џорџ и Марта вероватно не би имали потребе да измишљају и, потом, убијају сина да Марта није стерилна (Џенкинс 2011: 66). Фелер историје је шок за друштво и изискује потрагу за његовом вештачко-митском заменом, која ипак, у комбинацији са неуротским уместо религијски помиљивим приступом, пружа ефекат који осцилира између емпатије и комедије: Џорџ и Марта су истовремено прометејски регулатори несрећног тока судбине и охоли пајаци који безуспешно фабрикују стварност реалнију од постојеће.

IV – ОЛБИ И ДРУШТВЕНО УНИШТЕЊЕ ОБЈЕКТА

Кроз своје ликове Олби стереотипизује слику не само просечног америчког грађанина, већ уопште објекта који су у изгубљеном путу од означитеља до означеног: појединац више није сигуран да ли осећа потребу за предметима својих инхерентних, конкретних задовољења или му је потреба друштвено и културно синтетисана? Појава америчке индивидуе обрнуто је пропорционална значењској визури, позајмљеној од културе у којој живи и којој се прилагођава, путем које сагледава ствар-

ност. Тако, у драми *Зоолошки врш*, Питер и Џери су антиподи човека америчког друштва чија је максима свођење људскости на слику успешног, средњекласног предузимача. Питер се том моделу савршено прилагодио, али не и Џери, који је усамљени, озлојеђени и, уопште, психофизички урушени одбаченик друштвеног система, који узалуд годинама трага за довољно контемплативним, саосећајним и друштвено-освешћеним саговорником. Утолико је Џери у предности у односу на Питера, јер и није представа човека него друге представе, идеологизоване путем друштвене идеологије у медијима, култури, образовању. Попут луксузних средњекласних кућа и станова, човек је сведен на статусни симбол. Питерова онтолошка једнодимензионалност и површност разлог су зашто ни он није достојан саговорник Џерију иако ће се, управо на темељу те пасивности, Питерово присуство показати као нужан медиј манифестације деструктивности владавине солипсизма. На крају сусрета, без воље да настави разговор, Питер одлази. Џери, који је вероватно сит игнорисања и терања у страну које годинама трпи од друштва, више не може да издржи и баца нож пред Питера са наредбом да га нападне. Питер није спреман да то учини, иако чврсто држи нож у одбрамбеној пози. Џери то искоришћава и наваљује на Питера, примајући, у насртају, нож у недра. Драма се завршава док Питер, у магловитом шоку, бежи од издишућег Џерија. Не може да верује да је управо извршио убиство. Питер није ни учинио ништа, он је био средство идеологије солипсизма која преко људи сублимираних у свеприсутне амблеме наметнутог културног стандарда елиминише ренегатске елементе, који би подсећали на распад структуре, тј. антиструктуру. Антиструктурално уређење, међутим, већ постоји, јер у потрошачком друштву знак бива масимално огољен и функционализован да упућује на све што систем коме служи пожели. У таштој, медијској псеудостварности, потребно је само да веза између означитеља и означеног буде снажна али не и логичка, природна, или искрена. Б. Гарик Харден пасивност човека медијске стварности доводи у везу са култом телевизије, која је можда парадигма суштинског подаништва човека-знака:

„Садржај штелевизијског програма који се гледа није порука (...) већ друштвени односи који су посредовани управо овом организацијом. (...) (С)убјект (се) распада у медијуму. (...) Постоји толико емоција које се подражавају кроз медије да можемо имати само површан однос са њима. (...) Снажан пример су вестии: сикер може ићи од туге због озбиљне трагедије до смеха због веверице која спрејно скија на води” (Харден 2012: 23).

Олби у Питеровој пасивности објављује имплозију значења која није заснована на недостатку значења колико на његовој растућој разгранато-

сти која по својој потреби за експанзијом одговара упорној пролиферацији медијских порука. Мистификација значења, по речима Улриха Бека, представља колико податну прилику за диференцијацију значења и контекста, толико опасан вакуум пред могућношћу субјектове егоистичне, тј. солипсистичке манипулације. Олбијева драма оперише празнином у културном простору која наступа „*када се оргије заврше*“ (Бодријар 2012: 22). Објекти означитеља су развојем културе која, парадоксално, истовремено озваничава свој напредак и обесмишљује своје артикле, поставили умножени у толико баналних подконтекста да је прећутно дозвољено упућивати означитељ на било који имагинарни објекат: квалитативне и аксиолошке, а поготово етичке разлике не постоје, јер су све опције једнако профане – и, пошто је профаност модерна драгоценост, једнако значајне. Тиме се може објаснити навика јунака Џерија да у својој соби држи празне рамове; одсуство слика је, према коментару Лисе С. Бејли, одсуство људи не само у Џеријевом самачком животу, већ и у друштву. Историја сачињена од медија, тј. контролисане хијерархије информација које они уграђују у свест друштва насупрот историји сачињеној од људских односа, основа је Олбијеве постмодернистичке фрустрације. Културна разуђеност медијске историје онемогућава присуство конкретне искуственог доживљаја – живот не постоји као индивидуалним законима креативне метасвести иницирана фабула, већ као сплет систематизованих спојева између субјекта и чинилаца његове биографије са којима он, иронично, нема контакт. Џери прича Питеру о томе како је покушао да оформи пријатељство са псом његове станарке. Прво је безуспешно покушавао да умири пса који би се разјарио кад год би му овај пришао, да би га, разочаран, на крају отровао. Упркос невеселом епилогу његовог односа са псом, Џери закључује да му је и пас више помогао у покушају да, на кратко, преброди трагизам самоће и ренегирања него што су људи икад могли. Питер одбија да разуме антимијску, сасвим емпиријску и, напослетку, архетипски конструисану бит односа Човека и Пса; једно средњекласно игнорантско „*Не разумем ни шебе, ни њвоју станарку, ни њеног пса*“ (Олби 1994: 43) све је чиме је у стању да узврати на исказану сублимацију готово сасвим поништеног искуства живота.

Олби у једном интервјуу открива своју наду да је, макар и преко рушилачког скандала постмодернизма а не на начин класичних трагедија, успео да продужи деловање, а с њим, радњу драме, на стварност публике, јер – будући сведоци самоуништења јединог субјекта у друштву који није подлегао фабрикацији из бића у слику бића, запитаће се о својој перспективи у систему коме се конформишу:

„Прича о Зоолошком врту није нихилистична ниџи пџесимистична. Мој јунак није ни биџиник, ни лудак. Он је **сувише нормалан** [Н. Ђ]. Иако умире, он преноси свџсти о живоџу на остале ликове у драми; остуд драма, свакако, не џовори о прорицању живоџа.“ (Олби 1994: 44).

У Олбијевој постмодернистичкој визији мартирства, делује да није довољно просто бити правичан, нормалан, или жив, већ је нужда свџсти тај етички аспект на крајност и пренаглашеност: монизму система субјект једино може да се супротстави *сувише* правичан, *сувише* нормалан, или *сувише* жив. Контекст у ком су Олбијеви мартири „сувише нормални“ јџсте чињеница да је систем и сџм у једној крајности – он је *сувише* мртав. Слика, хипостазирана кроз Питеров лик, јџсте епилог не само поједностављења субјекта већ и његовог раздвајања од његовог материјалног аспекта. Ги Дебор би Олбијево идеолошко „остварене“ ликовџ назвао неживим уместо мртвим, јџр смрт је, иако деструктивне природе, есенцијални и именитељски конституент биџа – њено присуство у оквиру неког субјекта сведочи да тај субјект припада простору непатворене стварности. Док мртав субјект припада стварности, неживи припада њеном симулакруму – он је више мртав од стварно мртвог. Успџшан средњекласни амерички господин је ефџективно синтетисана слика америчког грађанина у чијем равнодушном контексту јџдва да има потребе питати се где је нестало оригинални грађанин, као што, у илустрацији Б. Г. Хардена, тражећи да обујемо управо „најке“ а не патике, аутоматски одбацујемо не само могућност постојања других патика осим те конкретне марке, већ и постојања објекта патика по себи у односу на њихову идеологизовану слику, која их је заменила (Харден 2012: 24).

ЛИТЕРАТУРА

- Бахтин 2010: М. Бахтин, *Рани сџиси*, Београд: Службени гласник
 Бахтин 2013: М. Бахтин, *Есџеџика јџзичкоџ сџиваралашџива*, Сремски Карловци; Нови Сад: Издавачка књижарница Зорана Стојановића
 Гасоу 2001: М. Gussow, *Edward Albee: A Singular Journey: A Biography*, Milwaukee: Applause
 Еренрајх 2012: В. Ehreinreich, *Bright-sided: How positive thinking is undermining America*, New York: Picador
 Јакобсон 1988: Р. Јакобсон, *Темељи јџзика*, Загреб: Глобус
 Јакобсон 1998: Р. Јакобсон, *Разџовори: линџвистџика, поџетика, кулџура XX века*, Београд: Народна књига – Алфа
 Олби 1994: Е. Albee, *Selected Plays of Edward Albee*, New York City: Doubleday Direct
 Харви 2013: Д. Харви, Неолиберализам као креативна деструкција, *Златина греда*,

135/136, година XIII, 28-39

Харден 2012: Б.Г. Харден, Нихилизам и културна кохезија: (Поновно) разматрање Жана

Бодријара, *Златина зрега*, 125/126, година XII, 22-27

Хошилд 1996: J.L. Hochschild, *Facing Up to the American Dream*, New Jersey: Princeton University Press

Џонсон 2006: H.B. Johnson, *The American Dream and the Power of Wealth*, New York: Taylor & Francis Group

ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ

Еслин: Esslin, Martin, *Introduction to Absurd Drama*, <http://www.samuel-beckett.net/AbsurdEsslin.html>, преузето 14.08.2014.

Харви 1989: Harvey, David, *The Condition of Postmodernity: An Inquiry into the Origins of Cultural Change*, <https://libcom.org/files/David%20Harvey%20-%20The%20Condition%20of%20Postmodernity.pdf>, преузето 25.09.2014

Џенкинс 2011: Jenkins, Ryan, *The animal within: Edward Albee's deconstruction of human privilege in Who's afraid of Virginia Woolf?*, http://libres.uncg.edu/ir/asu/f/Jenkins,%20Ryan_2011_Thesis.pdf, преузето 15.08.2014.

Китриц 2006: Kittredge, James Frederick, *Chasing a Myth: The Formulation of American Identity in the Plays of Edward Albee*, http://arizona.openrepository.com/arizona/bitstream/10150/193250/1/azu_etd_1638_sip1_m.pdf, преузето 23.09.2014.

IDEOLOGIZATION OF SOLIPSISM IN THE WORKS OF EDWARD ALBEE

Summary

The paper is concerned with the playwright Edward Albee determining the standard image of a successful individual within the system which denies different empirical, societal and functional differences among people. In his works, Albee semi-mythically depicts the drastic societal and political changes following the years after World War II. He maintains the observation from the standpoint of the "Theatre of the Absurd", attempting to expose the historical de-evaluation of communication and language in the state which, in Baudrillard's terms, "succeeds the orgies". By using the typically absurdist nonsensicality describing his characters' behaviour, Albee divides his characters into the perfectly adapted replicas of the standardized societal image and the tragically misfit renegades whose speech, behaviour and aspirations are misunderstood to the point of leading to their irrevocable exile, if not destruction. In this work,

by applying popular postmodern and contemporary drama theories, the author has illustrated how the idol of consumption, materialism, and snobbism transforms the lives of its worshipping individuals into a ludicrous fantasy, whose incurability is the product of the fact that it has successfully replaced the very reality. Eventually, the author accentuated Albee's belief that, if iconoclastic and scandalous enough, art may shatter the society's imaginary golden calves and restore the relation between the audience and its empirical self.

Keywords: Albee, ideology, drama, absurd, individual, society, standard.

Nikola M. Đuran

Милица М. КАРИЋ¹

ОШ „Карађорђе“ Рача

ИДЕОЛОГИЈА И КЊИЖЕВНОСТ: ЈЕРЖИ КОСИНСКИ КАО ОБОЈЕНА ПТИЦА

Амерички писац и Јеврејин пољског порекла Јержи Косински један је од најконтроверзнијих писаца XX века. Траума Другог светског рата коју је у детињству преживео оставила је неизбрисиви траг у његовој души и уму. Назив његовог првог романа *Обојена птица* није остао само то, већ је постао метафора и означитељ самог Косинског који се у тоталитарном капиталистичком друштву осећао као птица која не припада своме јату. Циљ овог рада је да истражи како идеологија утиче на младог човека који не жели да се уклопи у физичку и менталну униформисаност друштва у коме живи. Поред егзила, Косински је кроз фикцију пронашао свој пут избављења.

Кључне речи: Косински, идеологија, тоталитаризам, обојена птица

Идеологија се као систем веровања и убеђења не испољава само у политичкој сфери живота, већ се налази и у свим другим виталним областима једног друштва као што су уметност, образовање, књижевност, новинарство. Другим речима, на постоји слободан простор који није инфичиран идеолошким дискурсом. Када се идеологија спроведе у праксу и уклопи у одређени друштвено-политички простор, настају тоталитарне државе. То је био случај у земљама Источне Европе у којима је Марксизам, спроведен у дело, постао тоталитаризам. У тексту *Постмодерна прошумачена гјеци*, Лиотар наводи своје виђење тоталитаризма у оквиру језика позакоњења. Он поставља питање и жели да сазна куда води тоталитаризам. Јавља се сумња у европској и западњачкој свести да универзална историја доводи до бољитка или да историја има нужно уни-

¹ comkaric@gmail.com

верзални завршетак или финалитет у процесу „ликвидације“ модерног пројекта.

Овај рад се бави јеврејским писцем пољског порекла Јержијем Косинским и његовим искуством суочавања и одбијања идеолошких наме-та. На његовом примеру се види како су идеологија и тоталитарна држава утицале на појединце и спутавале њихове слободе уколико би се супротставили таквом стању. Чак и након што је напустио комунистичку Пољску, вршили су се планирани и циљани напади на њега као човека, као приповедача и на његове романе.

Косински је био рођен у Лођу 1933. године у интелектуалној јеврејској породици. Преживевши Други светски рат као шестогодишњи дечак одвојен од својих родитеља и приморан да лута непознатим пољским се-лима, своја ратна искуства искористио је и од њих створио универзално примењиву фикцију, јер је свако могао да се нађе изван свога јата и поста-не „обојена птица“.

Након рата, студирао је веома успешно у Варшави и Москви. Био је један од најбољих и најмлађих студената на универзитету у Лођу. Специјализирао је у области социјалних наука и то деветнаести век, само да би избегао било какав додир са „њиховим комунистичким двадесетим веком“ (Лупак 2012: 16). Отворено се противио систему, али је имао среће да студира на месту које бисмо могли да назовемо антикомунистичким, јер су ректор, декан и већина професора делили његове ставове и пружали подршку његовом отпору. Косински је био пример студента који није прихватао да га систем увуче у своје редове и од њега направи још једног послушног грађанина без права на сопствено мишљење и инди-видуалност. Или, Деридиним речима, није прихватао да постане део беле митологије која „одузима боју античким бајкама“ и намеће сопствени идиом узвишенији од других. Тоталитаризам у форми беле митологије намеће своју идеологију као што бели човек, рефлектујући културу Запа-да, узима сопствену индоевропску митологију, или како Дерида дефини-ше, *mythos* властитог идиома као универзални образац за оно што се само хтењем назива Разум. Косински се суочио и са могућношћу искључења са универзитета зато што је одбијао да прихвати марксистичку доктри-ну и јавно изражавао свој презир према истој. Жестоко се супростављао комунистичким покушајима духовне колективизације и сматрао да је сврха човековог живота да га проживи самостално, индивидуално, да смисао који свако од нас открива припада нашем унутрашњем сопству, а не колективу. Ту филозофију је усвојио и касније имплементирао у свим својим романима. С друге стране, било је немогуће да ту исту филозофију

спроведе и у животу, јер су у комунистичкој држави каква је била Пољска после Другог светског рата покушавали да га увуку у Партију:

Покушали су да ме натерају да носим зелену кошуљу и црвену кравату. Ја нисам планирао да то урадим. Нисам планирао да марширам ни у једној колони, јер су марширајуће колоне у мени будиле слике нациста. Све што би марширало у колони је мој смртни непријатељ. (Лупак 2012: 16)

Овакви покушаји униформисања личности представљали су наставак насиља које сада није више физичко, већ које изазива прекид континуитета сопства, односно личности. Емануел Левинас у књизи *Тоталитет и бесконачност* управо сматра да насиље није само убијање и уништавање, већ приморавање појединаца да преузму улоге у којима се не налазе и кроз које поништавају себе и своју супстанцију (в. Левинас 2006: 7). За разлику од оца који јесте био члан Партије, Јержи то никада није постао. Убрзо су почели проблеми и он је одлучио да је време да напусти Источну Европу.

Међутим, упркос сукобу са системом државне контроле, успео је да добије место придруженог професора на Универзитету и прилику да изведе невероватну игру уз помоћ које ће напустити стаљинистичку Пољску. Измислио је четири уважена академика који су га препоручили за студије у Сједињеним Америчким Државама под покровитељством такође измишљене фондације. Говорио је да је бирократија иначе џунгла, а комунистичка бирократија трострука џунгла, тако да троје-четворо бирократа мање-више неће значити ништа. Пошто је бирократска превара успела, Косински напушта Пољску децембра 1957. године и одлази у Америку. Тада је имао двадесет и четири године. Отишао је на пут са три долара и осамдесет центи и без знања енглеског језика. То га је приморало да ради разне и помало чудне послове како би преживео и зарадио нешто новца. Више од тога му је значило то што је за кратко време успео да савлада језик упорним учењем и свакодневном комуникацијом са различитим људима. Након две године боравка у Америци и солидним знањем језика, успео је да упише докторске студије на престижном Колумбија универзитету и добије, овога пута, праву стипендију фондације Форд. Ту настају и његове прве књиге на енглеском језику које ће издати под псеудонимом Јозеф Новак, *The Future is ours, Comrade*, у којој се бавио социолошком и психолошком анализом тоталитарне државе, и *No Third Path* у којој је разматрао тоталитарно понашање. У том периоду упознаје богату удовицу Мери Веар (Mary Weir) која му постаје прва супруга и чије га богатство и утицај одводе право на врх америчког крем друштва.

Након ова два политичка дела, одлучио је да пређе на књижевност и почне да ради оно што је одувек и желео, а то је приповедање. Како је и сам објаснио у радијском интервјуу из 1982. године који је са њим водио Бери Греј (Barry Gray), а који се налази у књизи *Oral Pleasure, Kosinski as Storyteller*², одувек је желео да пише, али је још у средњој школи знао да у тоталитарној држави као што је била тадашња Пољска то није могуће. Такви режими би учинили све да сузбију било какво искакање из задатих оквира или испољавање индивидуалности, па је тамо једино кроз фотографију могао да пронађе привремени пут за испољавање сопства. Дошавши у Америку и ослободивши се стега идеолошког режима, бира енглески језик као језик на коме ће писати. На пољском никада ништа није написао нити би могао ишта да напише јер је матерњи језик, према њему, увек емоционално обојен и зато не би могао да пише о универзалним искуствима. Тако је коначно успео да досегне жељену слободу која му је омогућила да почне да ради оно што највише жели. Приповедање је била и једина ствар за коју је сам и само он био одговоран, нешто што није изискивало његову зависност од неке друге особе или друштва нити да неко други зависи од њега. То је био крајњи извор и производ његове слободе.

Свој први роман *Обојена пшеница* (1965) написао је јер је својој супрузи желео да представи оно што је он доживео и да јој напише своју историју као универзално искуство, које се речима не може испричати. Свет у коме се она кретала није ни појмио нити је имао било какву представу о томе шта се заиста дешава ван Америке. Веома га је погађало њихово незнање и нереалне представе које су имали о свету, тако да је одлучио да преиспита своју прошлост и са социолошко-политичког пређе на књижевно стваралаштво зато што политика само обећава утопију, а књижевност представља животе онаквима какви јесу. У предговору за једно од каснијих издања који је написао за ову књигу, стоји да он себе не види као историчара или хроничара онога што је доживео и преживео, нити „продавца личне кривице и приватних успомена“ (Косински 1999: 10), већ искључиво као приповедача. Желео је да кроз своју имагинацију и фикцију које су неизбежно потпомогнуте и засноване на стварности, прикаже универзалне прилике и дешавања која се могу догодити свакоме од нас. Као приповедач не предвиђа ништа, не обећава и не заводи своје читаоце. Он својим причама указује на истине до којих се долази личним и универзалним људским искуством из којег публика може да задржи за себе само оно што жели без икаквог приповедачевог утицаја. Његова намера је да читаоци сами доживе та искуства као своја.

² *Oral Pleasure, Kosinski as Storyteller* је колекција углавном необјављених интервјуа и говора које је Косински давао током каријере, а коју је уредила Барбара Тепа Лупак.

Обојена птица је његов први роман који уједно представља и прву књигу у циклусу од седам књига које ће уследити, а у којима је желео да прикаже архетипске облике односа између човека и друштва у коме је заточен. Зато је одлучио да на почетку прикаже најуниверзалнију метафору овог односа. С једне стране је човек у свом исконском и најрањивијем облику, као дете, а са друге стране друштво у свом најдеструктивнијем облику, у стању рата. Једино ова конфронтација између незаштићеног детета и рушилачке силе друштва може да прикаже „суштински антихумано стање бића“ (Косински 1999: 11). Роман нема заплет, нити је Косински желео да пише стилем деветнаестог века у коме је све тачно и прецизно одређено у форми и структури. Он приказује линеарно живот једног неименованог шестогодишњег дечака који у вихору рата остаје одвојен од своје породице и препуштен на милост и немилост судбини и пољским сељацима у многобројним селима у којима ће се обрети у нади да ће преживети. Иако многи догађаји подсећају на његово детињство, он је покушао да створи једно универзално детињство кроз причу о трауми која може да се односи на било коју државу и било чије детињство, као што смо већ раније поменули.

Сам наслов *Обојена птица* призива изопштење, одвојеност, неприпадање, отуђеност. Идеју за овај назив је добио од Аристофанове сатиричне комедије *Птице* и сеоског обичаја коме је присуствовао као дечак у коме су сељаци хватали птице и бојили њихова перја да би их тако обојене пустили натраг у јато. Међутим, тако обележене и различите, оне више нису припадале некадашњем јату, већ су представљале туђина и опасност. Да би се ослободиле непознатог уљеза, остале птице би га напаале својим кљуновима и искључале на смрт. Безимени дечак чији тачан идентитет не знамо био је или Јеврејче или Циганче, које се својом тамнопутом, маслинастом кожом и црном косом разликовало од локалног хришћанског и словенског становништва беле пути и светле косе. Косински, који је и сам био егзотичног изгледа са веома тамном и кудравом косом, кукастим носем и тамном кожом, није желео да буде обојен у комунистичке боје, али је самим тим постао обележен на други начин, као издајница и противник и тако и сам постао „обојена птица“ која је сама себе изопштила из непријатељског јата.

Роман није добро примљен по објављивању. Доживео је различите критике, углавном негативне због сцена бруталног насиља, секса и шокантног дејства које је изазивала. Кристофер Лехман-Хаупт, један од критичара часписа *New York Times*, је написао да није проблем само оно што Косински пише, већ и начин на који то чини, јер због недостатка осећаја

за језик, а самим тим и свог стила, он прибегава коришћењу свакаквих клишеа што је случај са порнографијом. Међутим, Косински је у сексу видео духовну снагу, суштину бића и „стваралачку основу за самодефинисање“ (Kosinski under rumour), а не само оно физичко као што то чини порнографија. У разговору са Барбаром Лиминг, објаснио је да порнографија чини са сексом оно што тоталитарна друштва чине са политиком, а то је да их своде на само једну димензију, што је за њега и његове фиктивне ликове потпуно неприхватљиво. Насупрот идеолошкој, државној, војној, бирократској и другим деструктивним снагама, једина позитивна и стваралачка снага за њега и читаву његову генерацију била је сексуална снага. Косински је у сексуалности видео нешто најузвишеније и ослобађајуће, интелектуалну инспирацију а не само ментално уживање. Она је играле веома важну улогу у његовом животу али и стваралаштву. Људска сексуалност, али не и сам сексуални чин, једина је ствар у којој је човек у потпуности „осетљив“ на живот: „Секс је инстинкт, сексуалност је богом дана“ (Лупак 2012: 291), сматрао је.

Што се тиче стила, он на нов начин покушава да искаже оно што је неизрециво и у сагласности је са његовом потребом да искаже нове ствари о животу и свету у коме живи, саматра Арност Ластинг, а наводи Џон Кори у тексту *17 Years of Ideological Attack on a Cultural Target*. У овом подужем тексту Кори наводи низ источно-европских и западних критичара који су нападали Косинског и његови фикцију и оних који су видели суштину и ценили оно што је постигао.

И поред тога што је истицао да у својим романима не представља свој лични живот и да они нису аутобиографски, део идеолошког напада је био уперен управо на те чињенице и тврдње многих критичара како он пише аутобиографије. Један од аргумената којим побија тврдње да је *Обојена ишчица* аутобиографски роман је то што говори о детињству, о времену коме немамо свестан приступ и које зато захтева врхунски чин маште и ангажовања. Када је реч о ангажовању, тоталитарна друштва и политике, као што је био нацизам, су придавала велики значај режији, каже Лиотар у поменутом тексту. Естетика тоталног уметничког дела је била стављена у службу деспотизма кроз уметности као што је кинематографија. Она, међутим, није имала за циљ да подучава или да људе оспособи за Идеје, већ за уздизање аријевског идентитета и митологије: „Ријеч је о умјетности увјеравања, а она је себи могла осигурати мјесто само удаљујући авангардне токове окренуте рефлексиви“ (Лиотар 1990: 78). Косински је такође критиковао комунистичке покушаје омасовљавања уметности, али и настанак телевизије као колективизирајуће снаге

која се користи у пропагандне сврхе на Западу. Телевизија и филмови су „убили“ концентрацију код младих који не могу више да седе и стрпљиво читају књижевност зато што су њихова перцепција и ум подешени за кратке и брзе секвенце које се непрекидно смењују. Књижевност и језик захтевају паузу, размишљање, сталоженост. У свом обраћању Националном савету професора енглеског језика у Луизијани 1987. године, Косински наводи податке који говоре о томе да готово половина младих у школама има проблема са читањем, а да око двадесет милиона оних преко шеснаест година не могу да разумеју једноставне упитнике или пријаве за посао (Лупак 2012: 299) што је последица колективизације у модерним друштвима чији је циљ губитак сопства и идентитета и стапање у масе истомишљеника.

Када говоримо о идеолошким нападима на Косинског, битна чињеница је та да *Обојена птица* није била објављена у Пољској све до осамдесетих година, а највеће критике и нападе је управо добијао оданде од оних који нису прочитали ни слово онога што је написао. Многи источно-европски критичари који су иначе били различитих идеолошких ставова, ујединили су се нападајући потпуно исте делове романа покренувши праву кампању против ње. У то време су САД и СССР били у Хладном рату, па су напади усмерени на Косинског служили као оружје у том психолошком сукобу. Доказ за ове наводе је био тај што је књига била заведена у Конгресној библиотеци. Али они који су упућени знају да свака књига која изађе заправо мора тамо да буде регистрована. Да је у питању идеолошка игра и пребацивање лопте са једне на другу страну, показује западњачка, тј. антисовјетска критика која је хвалила Косинског и указивали на „позитивну светлост, којом сам, како су тврдили, обасјао руске војнике“ (Косински 1999: 13) чиме су правдали совјетско присуство у Источној Европи. Најгласније критике су биле упућене географском и националном портрету романа, јер су га углавном читали у оквирима Пољске и оних заједница које су се тамо налазиле за време рата. Косински је то оповргавао тврдњама да је управо на то обратио пажњу тако што се побринуо да се имена људи и места не могу довести у искључиву везу са одређеном заједницом или географском облашћу. Ни његова породица, односно мајка која му је била једини живи сродник, није могла да буде изостављена. Када су противници сазнали да је још увек жива, почели су да штампају пропагандне листиће у којима су је помињали као мајку „једног отпадника“ (Косински 1999: 15) и тиме само узбунили локално становништво које се окупљало око куће те болесне и старе жене.

Интересантан је пример који Косински наводи у предговору, а ради се о једном поштованом источно-европском писцу кога не именује. Он је успео да прочита роман у француском преводу и да га неопрезно чак и похвали у једном приказу. То је изазвало гнев власти те је био принуђен да промени свој став и упути „Отворено писмо Јержију Косинском“ које је објавио у часопису који је сам уређивао. Он је упозорио Косинског да ће због издаје земље и матерњег језика и признања декадентног Запада вероватно своје дане окончати пререзивањем сопственог гркљана у „неком отрцаном хотелу на Ривијери“ (Косински 1999: 15).

Међутим, најжешћи напад је изведен 1982. године када се у часопису *The Village Voice* појавио чланак у коме су Елиот-Фремонт Смит и Џефри Стоукс „разоткрили“ Косинског и тврдили да је он лажов, преварант, и да му је америчка обавештајна служба, односно да су му америчке власти платиле да напише такву клеветничку књигу са јасним и јединим политичким циљем. Оптужбе су ишле толико далеко да су чак тврдили како је он књижевна обмана и да не пише своје књиге, већ то за њега чине плаћени уредници. Највећу одговорност за оно што пише имао је он сам, ако не према другима онда према себи:

Знам шта пишем. Знам зашто то радим и начин на који то радим. Не постоји већи осећај одговорности (од моје сопствене). Али имам одређену визију литературе коју нећу да жртвујем због сентименталних критика које је добио *Fiddler on the Roof*³. (Kosinski under rumours)

Та тортура ће трајати више од једне деценије, а добар глас и репутација које је Косински изградио свакако су били пољуљани и угрожени. Као врсту писане одбране на све ове оптужбе, он је 1988. године написао свој последњи роман *The Hermit of 69th street* који представља роман о настанку романа и у коме први пут помиње аутофикцију као једини начин на који се његова дела могу дефинисати и читати. Намеће се питање зашто се све то дешавало, зашто су оптужбе против њега и његових романа тако јаке и константне, ко то има потребу да се бави баш њиме и његовим делима, да се тврди или оспорава да су она историјска или аутобиографска? Зашто она једноставно не могу да се читају као приче и ништа више, што је он једино и желео да буде случај. Да ли је моћ тоталитарне државе толико јака да и после много година прогања своје неистомишљенике? До свега овога вероватно не би ни дошло да је пристао да буде један у маси, вођен марксистичком мудрошћу до које се дошло након деценија праксе и моћи. Совјетски писац је онај који проистиче из духовне топографије

³ *Fiddler on the Roof* је мјузикл на основу кога је снимљен и филм 1971. године.

марксистичко-лењинистичке традиције и који пише за радничку класу и у њено име. Косински то није желео и није могао. Зато је радије пристао да буде „обојена птица“. Касније је успео да сазна да су ове упорне критике биле спроведене од стране једне националистичке групе која је имала за циљ да изазове стање страха и раскола, које је требало да доведе до исељавања преосталог јеврејског становништва. Тако је сама књига, као и њен јунак дечак, као и њен писац, постала „домородац кога преобраћају у туђина, циганин коме се приписује моћ да управља разорним силама и способност да баца чини на сваког ко му се нађе на путу“ (Косински 1999: 14). Она заиста и има све те моћи, јер својим једноставним и у исто време тешким језиком, представља сву бруталност и бесмисленост рата и човека, односно дечака, који се нашао у средишту и који је свима крив само зато што постоји.

На крају, можемо рећи да је Јержи Косински уз помоћ књижевности покушао да превазиђе трауму коју је преживео у раном детињству. Никада није имао намеру да постане историчар или да кроз аутобиографију прикаже стање друштва и времена после Другог светског рата. Јер да јесте, да је хтео да пише о истинитим догађајима, остао би на некњижевним формама. Оно што је важно јесте да су иза Косинског остала изузетна књижевна дела међу којима је и први његов роман *Обојена птица* коју многи истакнути нережимски писци и критичари оцењују као једну од најбољих књига о холокаусту и која је добила потврду и похвалу великана као што су Артур Милер или Ели Визел. Као неистомишљеник режима и „обојена птица“ Косински је био осуђен на непрекидни прогон и тортуру оних који нису могли и нису желели да се суоче са стварношћу зарад мало власти и моћи. Сви они који су га, под окрићем идеологије, нападали и оспоравали, нису никада узимали у обзир оно што је најважније и што је Косински једино и желео да постигне, а то је да се његова фикција чита искључиво тако, као прича, као имагинација и фантазија. Под притиском свега што се догађало готово пуне две деценије, ионако пољуљан јединственим, а у исто време универзалним животним околностима, Косински је 1991. године извршио самоубиство оставивши поруку да ће овог пута мало дуже спавати него обично: „Call it eternity“ („Назовите то вечност“), написао је.

ЛИТЕРАТУРА

Дерида 1990: Ž. Derida, *Bela mitologija*, Novi Sad, Bratstvo-jedinstvo (Biblioteka svetovi).

Corry, John *17 Years of Ideological Attack on a Cultural Target*, <http://www.nytimes.com/1982/11/07/books/17-years-of-ideological-attack-on-a-cultural-target.html> 09.05.2014

Косински 1999: J. Kosinski, *Обојена птица*, Београд, Мандарин.

Kosinski under Rumour <http://www.angelfire.com/linux/whitney/authors/kosinski.html> 09.05.2014.

Левинас 2006: Е. Левинас, *Тоталитаристи и бесконачности*, Београд, Јасен.

Лиотар 1990: J. F. Lyotard, *Postmoderna protumačena djeci, Pisma 1982-1985*, Zagreb, August Cesarec, Naprijed.

Лупак 2012: В. Т. Lupack, *Oral Pleasure, Kosinski as Storyteller*, New York, Grove Press.

IDEOLOGY AND LITERATURE: JERZY KOSINSKI AS PAINTED BIRD

Summary

Jerzy Kosinski was one of the most controversial writers of the so-called holocaust literature. He managed to survive the Second World War as a six-year-old child hiding in Polish villages far away from his parents. The experience he survived in his early childhood left him traumatized for life. But it was only the beginning. The true violence and terror came from the totalitarian state which after-war Poland eventually became. Such kind of regime made its own citizens become uniformed in thoughts, behaviour and clothing in order to let them live. Rebellious as he was, Kosinski didn't agree to such conditions and decided to leave the country once for good. After leaving Poland, he managed to settle in the USA where he finally found his physical and emotional sanctuary. Ideological attacks didn't cease, though, and he became a victim of the seventeen-year-long media attacks on his personality and work. During the Cold war, he fought his own cold war with the totalitarian state. His rejection to melt within the mass without identity and his personal self led him to become a 'painted bird', an isolated colored bird in a flock of black, or in this case, red crows.

Key words: Kosinski, ideology, totalitarianism, painted bird

Milica M. Karić

Филолошко-уметнички факултет Крагујевац

ФИЛОЛОГИЈЕ

VS

ИДЕОЛОГИЈЕ

Уредник

Проф. др Драган Бошковић

Лектура, коректура и превод

Ивана Николић

Тијана Матовић

Ликовно-графички и технички уредник

Срђан Стевановић

Издавач

Филолошко-уметнички факултет

Јована Цвијића б.б.

34000 Крагујевац

За издавача

Проф. др Иван Коларић, декан

Штампа

Занатска задруга „Универзал”, Чачак

Тираж

150

ISBN 978-86-85991-67-7

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

82.09:316.75(082)

821.09(082)

811.163.41'42(082)

ФИЛОЛОГИЈЕ vs идеологије / уредник Драган Бошковић. - Крагујевац :
Филолошко-уметнички факултет, 2014 (Чачак : Занатска задруга "Универзал"). -
236 стр. ; 24 cm

Тираж 150. - "Зборник је резултат истраживања на пројекту 178018:
'Друштвене кризе и савремена српска књижевност и култура: национални,
регионални, европски и глобални оквир"--> прелим. стр. - Напомене и
библиографске референце уз текст. - Библиографија уз сваки рад. - Summaries.

ISBN 978-86-85991-67-7

a) Књижевност - Идеологија - Зборници b) Светска књижевност -
Зборници c) Српски језик - Дискурс анализа - Зборници
COBISS.SR-ID 211485196