

Dragan Čalović

Fakultet za kulturu i medije, Megatrend univerzitet u Beogradu;
Filološki fakultet, Univerzitet u Beogradu
calovic_dragan@yahoo.com

Fotografski albumi u funkciji građenja popularnog mita

Sažetak

U tekstu se analiziraju principi građenja popularnog mita. Popularni mit sagledan je kao rezultat popularne proizvodnje koja eksploatira materiju metajezika kao drugostupanjskog semiološkog sustava. Za razliku od Barthesovog koncepta mitifikacije samog mita, ili popularnog korištenja mita u duhu Fiskeovog razumijevanja snaga popularnog, popularni mit svoj izraz pronalazi u slobodnom korištenju potencijala metajezika. Popularni mit preuzima mehanizme metajezične značenjske produkcije kako bi metajezične oblike transformirao u prazne označitelje, koji još jedino zrače fascinacijom vlastitih modela. Na taj način, popularni mit neutralizira efekte metajezičnog djelovanja, inaugurirajući eru u kojoj slabe potencijali tekstualnog nametanja klasne izuzetnosti.

Ključne riječi: *filozofija medija, fotografija, mit, popularna kultura, semiologija, semiotika, teorija medija, teorija umjetnosti.*

U svom najčitanijem djelu, prvobitno objavljenom kao serija eseja za *Les Lettres nouvelles*, između 1954. i 1956, a objavljenom u izdavačkoj kući Seuil 1957. godine pod naslovom *Mythologies*, Roland Barthes iznosi shvaćanje da je francuska vladajuća (buržoaska) klasa nametnula sebe i svoje vrijednosti, te naročitu „mitologiju“, na svaki aspekt francuskog društvenog i kulturnog života. Međutim, usprkos sveprisutnosti buržoaske ideologije, kako dalje ukazuje, konzumenti buržoaskih mitova ne osjećaju njene buržoaske korijene. Naime, jedna od osnovnih posljedica djelovanja buržoaske ideologije jest prikrivanje postojanja buržoaske klase, koja još uvijek može biti javno prisutna (mada ne pod tim imenom) u sferi ekonomskih odnosa, ali ne i političkih – Barthes naglašava da je političko djelovanje francuske buržoazije prikriveno idejom „nacije“. Značajno je istaknuti da pod pojmom *le politique* Barthes podrazumijeva najdublji nivo društvene stvarnosti, koji tumačen s marksističke pozicije pretpostavlja određene odnose proizvodnje i rezultirajuće odnose moći.³⁰

Barthes mit određuje kao drugostupanjski semiološki sustav koji se temelji na jednom semiološkom sloju koji postoji prije njega. Bez obzira na kompleksnost koju posjeduje, materija mitskog govora (jezik u užem smislu, slikarstvo, plakat, fotografija, obred, itd), kada se nađe u mitu, biva svedena na čistu funkciju označavanja. Ovaj materijal, u navedenoj koncepciji, prepoznat je kao završni član prethodnog semiološkog sustava, koji uključivanjem u mit postaje početni član uvećanog sustava. Oslanjajući se na postavke koje je u lingvistici iznio Ferdinand de Saussure, Barthes u objašnjenju mita zadržava trodimenzionalnu shemu, iznoseći da asocijativni zbir označenog i označavajućeg prvostupanjskog semiološkog sustava, predstavlja označavajuće u mitu, kao drugostupanjskom semiološkom sustavu, koje stupa u odnos s označenim drugostupanjskog semiološkog sustava. Otuda je u mitu moguće prepoznati dva semiološka sustava – jezik u užem smislu, ili njemu prilagođene predstavne oblike, odnosno, kako Barthes ističe, *jezik objekt*, budući da je riječ o jeziku koji mit uzima kako bi izgradio poseban sustav, i s druge strane, sâm mit, koji, s obzirom da je drugostupanjski jezik u kojem se govori o prvom, naziva *metajezikom*.³¹ Jezik objekt, u Barthesovom pristupu, prepoznat je jedino kao član koji ulazi u mit, čime je otvorena mogućnost da se na isti način promatraju pismo, slika, ritual, itd., jer sav ovaj materijal „[...] dolazi na prag mita na isti način snabdjeven značenjem, [...]“.³²

Vjerojatno najpoznatiji primjer mitskog širenja koji iznosi Barthes, predstavlja opis naslovne strane lista *Paris Match*. Ilustracija prikazuje mladog afrikanca u francuskoj uniformi kako pozdravlja vojničkim pozdravom. Ova ilustracija, u Barthesovom čitanju, govori da je „[...] Francuska veliko carstvo, da svi njeni sinovi, bez obzira na boju kože, vjerno služe pod njenom zastavom i da nema boljeg odgovora opadačima tobožnjeg kolonijalizma od revnosti s kojom ovaj crnac služi tobožnje ugnjetavače“.³³ U ovakvom čitanju uočavamo na djelu prikrivanje povijesnih odnosa, te nametanje pretpostavke vječitih vrijednosti, kao jedne od osnovnih odlika francuskog buržoaskog mita o kojem

30 Leak, Andrew, *Mythologies*, Grant and Cutler, London, 1994, str. 29.

31 Barthes, Roland, *Književnost, mitologija, semiologija* (prev. Ivan Čolović), Nolit, Beograd, str. 269.

32 Isto, str. 270.

33 Isto, str. 271.

govori Barthes. Međutim, u ovom primjeru prepoznajemo i efektivnost jednog mehanizma koji je ključan za razumijevanje *popularnog mita*. Riječ je o moći nametanja koda.

Iako primjer koji Barthes navodi ukazuje na moć nametanja koda, kao naročito svojstvo koje bitno određuje razumijevanje popularnog mita, koncept popularnog mita ne bi trebalo poistovijetiti s popularnom upotrebom mita u Barthesovom tumačenju ovog pojma. Pojam mita, upotrijebljen u navedenom terminskom spoju, iako u mnogo čemu duguje Barthesovoj interpretaciji, njom nije u potpunosti određen. Ovo u izvjesnoj mjeri i zbog toga što bi bilo pogrešno popularni mit poistovijetiti s naročitim vidom reakcije na djelovanje francuske buržoaske ideologije i oblike njenog manifestiranja, te zbog toga što bi značenje drugostupanjskog semiološkog sustava također trebalo promatrati kao izmijenjeno društvenim i kulturnim praksama koje nastaju kao rezultat otpora nametanju značenja, a koje se ne ogledaju samo u načinima popularnog čitanja, što predstavlja izraz popularne upotrebe mita, već i popularne proizvodnje na osnovi postojećeg materijala, što zapravo predstavlja proizvodnju popularnog mita. Otuda su za razumijevanje popularnog mita jednako značajni stavovi Rolanda Barthesa kao i Johna Fiskea.

Popularni mit nastaje kao rezultat popularne proizvodnje koja eksploatira materiju metajezika kao drugostupanjskog semiološkog sustava. U svom objašnjenju mita, kao drugostupanjskog semiološkog sustava, Barthes polazi od pretpostavke arbitrarnosti oznake i označenog prvostupanjskog semiološkog sustava. Prema Barthesovom shvaćanju, arbitrarnost znakova jezika zapravo znači da je označitelj prvostupanjskog semiološkog sustava „prazan“, odnosno, da ne posjeduje nikakvu apriornu interpretaciju stvari koju denotira.³⁴ U jednostavnim sustavima, poput jezika, kako ističe, nema iskrivljenja, jer označavajuće, budući „prazno“, proizvoljno, ne pruža nikakav otpor označenom. Suprotno tome, kako dalje navodi, u složenim sustavima označavajuće ima dva lica, jedno puno, koje predstavlja smisao, i drugo prazno, koje predstavlja formu. Otuda i mogućnost iskrivljenja, jer pojam iskrivljuje upravo puno lice, smisao. Međutim, iako ga iskrivljuje, pojam nikada ne ukida smisao, on mu ne oduzima postojanje, već ga samo upola odstranjuje.

Za razumijevanje ovog procesa, kako ukazuje Andrea Lešić, vrlo je važno istaknuti Barthesovo prihvaćanje Marksove tvrdnje da svaki objekt u sebi sadrži tragove ljudske aktivnosti koja ga je proizvela.³⁵ Otuda Barthes kao suštinsku razliku između prirodnog jezika, kao prvostupanjskog semiološkog sustava, i mita, kao drugostupanjskog semiološkog sustava, ističe da dok prirodni jezik reflektira aktivan i promjenjiv odnos između čovjeka i svijeta, mit osiromašuje sve ono naslijeđeno bogatstvo i kompleksnost koju iz jezika preuzima. Iako se temelji na jednom semiološkom sloju koji postoji prije njega, mit ga ne preuzima u potpunosti. Postajući forma, smisao se odvaja od svoje kontingentnosti, te kako Barthes objašnjava, jedna rečenica smještena u neki čisto lingvistički sustav dobiva izvjesnu punoću, no kao član mita, odnosno, postavši forma, uklanja sve to bogatstvo,

34 Up. Lešić, Andrea, *Bahtin, Bart, strukturalizam: književnost kao spoznaja i mogućnost slobode*, Službeni glasnik, Beograd, 2011, str. 160.

35 Lešić, Andrea, *Bahtin, Bart, strukturalizam: književnost kao spoznaja i mogućnost slobode*, Službeni glasnik, Beograd, 2011, str. 160.

otvarajući prostor značenju koje će je ispuniti. Ipak, forma ne ukida smisao u potpunosti, već ga samo osiromašuje. Priču istisnutu iz forme u cjelini upija pojam, preko kojeg jedna nova povijest ulazi u mit. Otuda Barthes i naglašava da mit predstavlja dvostruki sustav, te se u njemu odražava neka vrsta stalne prisutnosti, zbog čega bi se značenje mita moglo sagledati kao naizmjenični protok smisla i forme, jezika objekta i metajezika.

Materijal koji popularni mit preuzima oblikuje se unutar naročitog metajezika, koji bi se mogao promatrati kao drugostupanjski semiološki sustav, bizak Barthesovom određenju mita, pri čemu je Barthesov stav da lingvistička značenja jezika (kao prvostupanjskog semiološkog sustava) u mitu bivaju promijenjena društvenim i kulturnim praksama, sada primijenjen na razumijevanje metajezika, kao drugostupanjskog semiološkog sustava, koji se sagledava kao podložan utjecajima *snaga popularnog*. Pored toga, ovaj drugostupanjski semiološki sustav, poput Barthesova mita, specifičan je po tome što djelomično zamagljuje zatečena značenja, ali i po tome što izrastavši na prvostupanjskom semiološkom sustavu, otvara šire potencijale značenjske produkcije.

Za bliže razumijevanje metajezika na kojem se gradi popularni mit, može poslužiti i Lotmanov koncept sekundarnih modelativnih sustava, koji je po svom određenju, kako ukazuje Andrea Lešić, već i sam blizak Barthesovom razumijevanju mita.³⁶ Prema Lotmanovom uvjerenju, jedan jezik ne predstavlja samo sustav znakova koji može posredovati u nekom komunikacijskom procesu, budući da modelira stvarnost ili određeni aspekt stvarnosti, može se smatrati i modelativnim sustavom. U *Strukturi umjetničkog teksta*, Lotman ukazuje kako sekundarni modelativni sustavi ne samo da koriste prirodni jezik kao svoj materijal (kao svoje označitelje), već su i konstruirani na modelu jezika.³⁷ Otuda je u sekundarnim modelativnim sustavima moguće načiniti diferencijaciju između poruke i koda. Međutim, suprotno prvostupanjskom semiološkom sustavu, bilo da je riječ o prirodnim ili umjetnim jezicima, kod kojih između stvarnosti (ili onog njenog aspekta za čije je opisivanje stvoren određeni umjetni jezik) i jezika nema napetosti, te se ta diferencijacija može prilično konzistentno održavati, kod drugostupanjskih semioloških sustava to nije tako. Unutar drugostupanjskih semioloških sustava, među koje Lotman ubraja religiju, mit, književnost, itd., već sam odabir stila ili žanra pretpostavlja i odabir jezika, koji je istovremeno i izbor naročitog modela svijeta.

Poput Barthesovog mita i Lotmanovog sekundarnog modelativnog sustava, koncepcija popularnog mita pretpostavlja postojanje jednog sekundarnog semiološkog sustava (metajezika), unutar kojeg se ostvaruje stalni proces pregovaranja između ideološki orijentiranih značenja i snaga popularnog, čime je i proces modeliranja stvarnosti određen. Ovako shvaćen metajezik ne predstavlja oruđe ideologije, nego mnogo prije *odjek* stalne borbe između sila dominacije i otpora.³⁸ Riječ je o tome da francuski buržoaski mit o kojem govori Barthes ne bi mogao biti prihvaćen bez otpora, već bi u

36 Isto, str. 156.

37 Lotman, M. Yuri, *The Structure of the Artistic Text* (prev. Gail Lenhoff, Ronald Vroon), Michigan Slavic Contributions, Ann Arbor, 1977, str. 9.

38 Up. Fiske, John, *Popularna kultura* (prev. Zoran Paunović), Clio, Beograd, 2001.

njegovom oblikovanju jednako sudjelovale sile dominacije, kao i snage popularnog. U tom smislu, metajezik u predloženoj koncepciji izrasta kao drugostupanjski semiološki sustav koji sudjeluje u modeliranju stvarnosti, ali tek unutar nestabilnog procesa sučeljavanja suprotstavljenih ideoloških pozicija.

Kako je prethodno već spomenuto, navedeno razumijevanje metajezika u mnogome duguje shvaćanjima Johna Fiskea. Jedna od osnovnih Fiskeovih tvrdnji jest postojanje izvjesne moći potrošača da oblikuju popularnu kulturu.³⁹ Iako, kako navodi, gledatelji ne mogu oblikovati televizijsku programsku shemu, niti kino ili kazališni repertoar, oni mogu odrediti ono što će postati popularno. Otuda kulturni i medijski porizvodi, kako bi postigli uspjeh na tržištu, ne mogu jednostavno biti nametnuti potrošačima, nego ih oni moraju prihvatiti. To znači da oni proizvodi koji služe isključivo interesima dominantne ideologije, to jest koji nisu koncipirani tako da omoguće dovoljan spektar mogućih tumačenja, odnosno alternativnih značenja, nemaju izgleda da postignu značajniji uspjeh. Ovakvi proizvodi, kako ukazuje, ne daju dovoljno prostora heterogenoj publici da ih prihvati.

Jedan od bitnih faktora za prihvaćanje nekog medijskog teksta ili kulturnog proizvoda, jest mogućnost alternativnog čitanja. Za razliku od Stuarta Halla, koji smatra da dominantna ideologija ima moć nametnuti poželjno čitanje (dominantni kod) jednog medijskog teksta, Fiske smatra da Hallov opozicioni kod nije izuzetak, nego pravilo. On, naime, ističe kako publika spontano reinterpreтира i pruža otpor poželjnom čitanju. Ovaj otpor nije uvjetovan samo tekstom, odnosno njegovim potencijalom da omogući dovoljan broj alternativnih čitanja, već i kontekstom njegovog primanja, odnosno svakodnevnim situacijama u kojima ga publika prima.

Fiskeova shvaćanja ključna su za razumijevanje metajezika na kojem izrasta popularni mit. Najprije zbog toga što je djelotvornost mehanizama nastanka popularne kulture, o kojima govori Fiske, odlučujuća za uobličavanje metajezika, te zbog toga što je shvaćanje o kulturnoj proizvodnji na osnovi dostupne građe, jedno od temeljnih u učvršćenju koncepcije popularnog mita. Metajezik, u određenju koje ovdje prihvaćamo, otuda bi trebalo shvatiti kao drugostupanjski semiološki sustav u procesu stalnog oblikovanja. Ovdje, dakle, nije riječ o nekakvom okamenjenom, ili na neki način nametnutom semiološkom sustavu kojim se učvršćuje dominantna ideologija, nego o semiološkom sustavu unutar kojeg se vrši pregovaranje o usvajanju različitih ideoloških pozicija. Važno je istknuti da se proces učvršćivanja ideologije shvaća blisko Gramscijevom konceptu, te se u tom smislu i metajezik, kao semiološki sustav unutar kojeg se vrši pregovaranje, sagledava kao otvoren za čitav niz reakcija, zahvaljujući kojima sam proces i ostaje održiv.

Metajezik, dakle, izrasta kao proizvod reakcije na suprotstavljanje različitih sila uključenih u stvaranje konsenzusa. Riječ je o složenom procesu koji se ne nalazi u stanju neprestanog antagonizma, već se odlikuje kretanjima koja izrastaju na stalnom davanju i zahtijevanju određenih ustupaka. Složenost čitavog procesa dodatno je podržana činjenicom da se metajezik, kao drugostupanjski

39 Isto.

semiološki sustav, temelji na jednom semiološkom sloju koji postoji prije njega, a koji je također ideološki opredijeljen. Bilo bi, naime, pogrešno pretpostaviti da su prvostupanjski semiološki sustavi oslobođeni ideoloških utjecaja. Jedan prirodni jezik, kao prvostupanjski semiološki sustav, podložan je različitim iskrivljenjima koja nastaju kao posljedica društveno-povijesnih okolnosti unutar kojih se razvijao, te konačno, kojima je i njegova suvremena upotreba određena. Kako su na razvoj različitih prirodnih jezika utjecali različiti društveno-povijesni uvjeti, to ideološko naslijeđe koje oni unose u metajezik nije jednako. Potencijal društveno-povijesnih nataloženih značenja i asocijacija u velikoj mjeri određuje proces pregovaranja u metajeziku. Pritom, ovo ne vrijedi samo u slučaju kada se prirodni jezik promatra kao prvostupanjski semiološki sustav koji metajezik preuzima za svoj materijal, već i u slučaju fotografije, obreda, itd., kao jeziku prilagođenih predstavničkih oblika, koji budući da je također podređen različitim društveno-povijesnim utjecajima, unose određene potencijale kojima je tijek pregovaranja na nivou metajezika u izvjesnoj mjeri određen.

Složena borba koja se u metajeziku ostvaruje mogla bi se sagledati kao odmjeravanje moći nametanja koda. Upravo kod, koji se pregovara na nivou metajezika, opredjeljuje produkciju značenja unutar drugostupanjskog semiološkog sustava, te i učvršćivanje odgovarajućih ideoloških pozicija. Ipak, metajezik koji se na ovaj način formira nije konačno uobličen, te je podložan različitim oblicima redefiniranja, koji podrazumijevaju kako približavanje silama dominacije, tako i silama otpora. Snage popularnog svoj izraz pronalaze, ne samo u traženju alternative kroz nametanje dogovorenog ili opozicionog koda, ili pak kroz popularno korištenje metajezika koje razotkriva sile dominacije (kroz na primer parodiranje metajezika), nego i putem stvaranja popularnog mita, kao trećestupanjskog semiološkog sustava.

Stvaranje trećestupanjskog semiološkog sustava, kao svojevrsne strategije borbe protiv buržoaskog mita, predlaže i Barthes. Međutim, za razliku od Barthesove mitologizacije mita, popularni mit ne razotkriva metajezik, nego mu ukida djelotvornost. Popularni mit nastaje kao rezultat otpora svakom nametanju značenja, te se njegova snaga ogleda u nametanju svojevrsnog *nultog koda*, koji prijenos značenja transformira u praznu igru označitelja. Popularni mit preuzima metajezik da bi ga očistio od svih naslaga i time učinio nedjelotvornim. Otuda popularni mit upravo i predstavlja najviši vid otpora sila reakcije jer neutralizira svaki pokušaj da se značenja nametnu.

Razvoj popularnog mita moguće je objasniti na primjeru fotografije. Povijesna kretanja koja su obilježila društveni razvoj tijekom XIX. stoljeća u zapadnoj Europi, nisu usmjerila samo razvoj fotografske tehnologije, već su jednako doprinijela jačanju mehanizama putem kojih je fotografija podređivana širenju ideološki opredijeljenih značenja. Čak i fotografski zapisi koji bilježe zbivanja iz privatnog života, uključeni u širi kontekst ondašnje fotografske produkcije, upućuju na utemeljenje naročitog sustava vrijednosti. Tako je u fotografijama iz privatnih albuma pripadnika srednje i više klase u Britaniji lako uočiti reproduciranje ideologije britanskog kolonijalizma.⁴⁰ U tom smislu McClintock, pišući o kolonijalističkim konotacijama vizualnog sadržaja reklama na prelasku iz

40 Holand, Patriša, „U začaranom krugu doma i izvan njega“, u: Vels, Liz (ur.), *Fotografija: kritički uvod* (prev. Katarina Radović, Paula Miklošević Muhur), Clio, Beograd, 2006, str. 161.

XIX. u XX. stoljeće, iznosi da je „kult domaćeg života postao nužan za potvrđivanje britanskog imperijalističkog identiteta“.⁴¹ Prikazi iz svakodnevnog života, brižljivo organizirani i inscenirani, ulazili su u albume kao označitelji društvenog statusa. Bilo da su bile namijenjene privatnim kolekcijama ili javnom prikazivanju, fotografije s organiziranih izleta, obiteljskih okupljanja, priređivanih druženja, kao i pojedinačni portreti u biranim pozama, postajale su svedočanstva naročitog životnog stila koji je dozvoljavao uživanje u dokolici i bezbrižno upravljanje slobodnim vremenom. Ovi fotografski zapisi ubrzo su postali uzor uglednog privatnog života, koji je bio određen društvenom izuzetnošću.

Snaga kojom su fotografije koje su upućivale na izuzetne životne stilove fascinirale, možda je najbolje iskazana u razvijenoj praksi sakupljanja karata posjetnica poznatih osoba, koje su s naročitom pažnjom postajale dio privatnih zbirki. Međutim, izrada vlastitog fotografskog portreta, pa i sastavljanje obiteljskih albuma, razvojem fotografske tehnologije i životnog standarda, ubrzo je prestalo biti privilegij imućnijih slojeva. Razvoj svojevrsne fotografske industrije dao je priliku sitnim trgovcima, zanatlijama i pripadnicima niže srednje klase da se prikažu u pozama koje klasne razlike čine manje vidljivim. Fotografije ovog perioda, danas govore o naročitom razumijevanju društveno-povijesnih odnosa, ali su u trenutku svog nastanka u mnogome predstavljale izraz pregovaranja značenjske produkcije.

U fotografskim studijima, pripadnici manje imućnih slojeva često su portretirani ispred oslikane pozadine, zahvaljujući kojoj su, bez obzira na društveni status, mogli biti prikazani u dostojanstvenom okruženju parkova, morskih pejzaža ili raskošnim enterijerima. Razvijena praksa pažljivog insceniranja i retuširanja ovih ranih portreta ukazuje na izraženu težnju da se uspostavi kontrola nad vlastitim prikazima i značenjima koja oni proizvode. Ovome nije doprinosila samo studijska scenografija, već i pažljivo biran stav koji je portretirana osoba zauzimala, kao i naročiti rekviziti koji su u ateljeima korišteni kako bi se izbjegli negativni efekti dugotrajnih ekspozicija. Tako je stolčić ili imitacija klasičnog stuba, na koji je osoba koja je pozirala bila zamoljena da se osloni, imala istovremeno i dekorativnu i simboličku funkciju, dok je glava oslonjena na ruku doprinosila postizanju osjećajnog izgleda, popularnog u viktorsko doba.⁴²

Skraćivanje radne nedjelje krajem XIX. stoljeća, dalo je mogućnost pripadnicima radničke klase da vikende posvete slobodnim aktivnostima. Različite sportske manifestacije, organizirani izleti, te obiteljska druženja u prirodi, prepoznati su kao pogodni trenuci za fotografiranje. Na taj način, fotografske zbirke manje imućnih slojeva počele su uključivati ne samo razglednice uobičajenog repertoara, kao što su prikazi pripadnika plemićkih porodica, slavni ličnosti ili živopisnih predjela, već i osobne ili obiteljske portrete na kojima su uzorni modeli reprezentacije, već razrađeni među pripadnicima više klase, mogli biti oponašani.

41 McClintock, Anne, *Imperial Leather: Race, Gender and Sexuality in the Colonial Conquest*, Routledge, London, 1995, str. 207.

42 Wells, Liz (ur.), *Fotografija: kritički uvod* (prev. Katarina Radović, Paula Miklošević Muhur), Clio, Beograd, 2006, str. 169-170.

Razvoj fotografske tehnike i aparata za kućnu upotrebu, učinit će tijekom XX. stoljeća dostupnim izradu obiteljskih albuma bez obzira na klasnu pripadnost. Gubljenje elitističke pozicije portretne tradicije, kao i prakse izrade obiteljskih fotografskih zapisa, podredit će razvoj fotografije djelovanju snaga popularnog. Prisvajanje moći autoprezentacije naovisno o klasnoj poziciji, značilo je ne samo slabljenje klasne određenosti modela reprezentacije kroz njihovo masovno usvajanje, već i transformiranje samog načina čitanja fotografije.

Pišući o razvoju fotografije, John Tagg ističe kako je na njen razvoj ključni utjecaj imao razvoj potrošačke kulture u XIX. stoljeću.⁴³ Utjecaj kapitalizma na razvoj fotografskih žanrova Tagg objašnjava rastom potražnje fotografskih portreta među pripadnicima srednje i niže srednje klase u XIX. stoljeću, te njihovim nastojanjem da prisvoje simbole višeg društvenog položaja. Iako su fotografski portreti, zahvaljujući razvoju tehnike i rastu društvenog standarda, bili dostupni i pripadnicima manje imućnih slojeva, oni su i dalje podsjećali na društvenu nadmoć aristokracije, čiji su pripadnici do tog doba bili jedini naručitelji vlastitih portreta. Upravo dagerotipiju, i nešto kasnije kartu posjetnicu Tagg prepoznaje kao od presudnog značaja za uspostavljanje naročite industrije, čiji su *potrošači* bili vođeni prihvaćanjem konvencionalnih izuma i žanrova tradicionalne umjetnosti.⁴⁴ Razvoj ove industrije vodio je uspostavljanju prakse masovnog reproduciranja čitavog niza konvencija već utvrđenih u okvirima portretnog žanra u slikarstvu, čime su, kako smatra, bitno određeni i kreativni potencijali nove tehnologije.

Na vezu između fotografskog portreta XIX. stoljeća i buržoaske kulture ukazuje i Suren Lalvani. Zahvaljujući reproduciranju konvencionalnih obrazaca poziranja, te podražavanjem konvencija odijevanja, fotografski su portreti, kako ističe, podržavali kapitalističke vrijednosti poput državnosti, obitelji i pojedinca. Iako fotografija nije samostalno utjecala na razvoj buržoaskog ideala, već ovome treba zahvaliti i posebnim pseudonaučnim disciplinama poput fiziognomike i frenologije, ona je u velikoj mjeri sudjelovala u učvršćivanju naročitog sustava vrijednosti koji je putem usvajanih modela prikazivanja bio reproduciran. Buržoaska misao je, kako dalje zapaža, zahvaljujući utjecaju na ekonomiju slikovne razmjene utjecala na razvoj portretne prakse, dok je ova praksa istovremeno postajala model razvoja naročitog „režima spektakla“.⁴⁵

Ulogu fotografije u učvršćivanju tzv. *društva spektakla*, posebno je istaknuo Guy Debord. U svojoj čuvenoj studiji *Društvo spektakla*, Debord analizira procese u kojima društvo spektakla apsorbira modernog čoveka u svijet iluzija i lažne svijesti. U ovom, kako kaže, „trajnom opijumskom ratu“, spektakl se utemeljuje kao „ogromna i nedostupna realnost koja se nikad ne dovodi u pitanje“. Uključena u proces masovne medijske distribucije poruka, fotografija, prema iznijetom shvaćanju, postaje sredstvo udaljavanja javnosti od sudjelovanja u društvenom životu.⁴⁶ Prikrivajući postojeće

43 Tagg, John, „Democracy of the Image: Photographic Portraiture and Commodity Production“, u: *The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories*, London, Macmillan, 1988, str. 37.

44 Isto, str. 50.

45 Lalvani, Suren, *Photography Vision, and the Production of Modern Bodies*, State University of New York Press, Albany, 1996, str. 82.

46 Debord, Guy, *Društvo Spektakla* (prev. Aleksa Golijan), Porodična biblioteka, Beograd, 2003.

konflikte, te odvrćajući pažnju javnosti s promišljanja bitnih društvenih tema, a kroz konstruiranje svojevrsnog spektakla trivijalnih i bizarnih događaja, reproducirana i masovno distribuirana putem medija javnog komuniciranja, fotografija postaje uključena u širi proces učvršćivanja ideologije modernog industrijskog kapitalističkog društva.

Snažan razvoj fotografske tehnologije, ali i fotografskih žanrova, započet već u XIX., a potom nastavljen tijekom XX. i XXI. stoljeća, u mnogome je bio podržan jačanjem potrošačkog društva. Dovodeći u vezu razvitak fotografije i uspon kapitalizma, Anandi Ramamurti uočava da se fotografija razvijala kao kulturna alatka koja je vremenom preobražena u potrošnu robu, istovremeno služeći i kao sredstvo komunikacije potrošačke kulture.⁴⁷

Susan Sontag posebno naglašava vezu između proizvodnje fotografskih prikaza i reproduciranja ideologije. Prema njenom mišljenju, hiperprodukcija fotografskih slika, do koje će doći tijekom XX. stoljeća, odgovara mehanizmu održanja potrošačke kulture, koja stvarnu slobodu zamjenjuje slobodnom potrošnjom prikaza, dok se istovremeno, zahvaljujući brzom promjeni medijski posredovanih fotografskih slika, uvodi lažna svijest o djelovanju društvenih promjena.⁴⁸

Uključivanje fotografije u održanje društva spektakla, te usmjeravanje njenog razvoja nametnutim zahtjevom da odgovori potrebi za hiperprodukcijom slika stvarnog, jednako je utjecalo na razvoj fotografske tehnologije i fotografskih žanrova, koliko i na širenje fotografske prakse. S hiperprodukcijom dokumentarnih fotografija, masovno distribuiranih putem medija javnog komuniciranja, jačala je i praksa masovnog produciranja amaterskih fotografskih zapisa koji prikazuju događanja iz privatnog života, namijenjenih stvaranju obiteljskih albuma kao svojevrsnih zbirki dokumenata o privatnom životu. Iako prvenstveno namijenjeni osobnoj upotrebi, prikazivanju članovima obitelji ili bliskim prijateljima, obiteljski fotografski albumi brižljivo su sastavljani, prenoseći na pripadnike nižih ekonomskih slojeva moć da, makar i u ograničenim uvjetima, kontroliraju način na koji će biti prikazani. Usvajanje modela fotografskog prikazivanja, razvijanih za potrebe medijske industrije, u amaterskim fotografijama koje prikazuju obiteljsko okruženje i osobne odnose, ne utemeljuje se nužno kao pokazatelj suglasnosti s dominantnom ideologijom, već i kao pokušaj kontrole produciranja značenja kojima su društveni odnosi određeni. Upravo zahvaljujući ovome bi i bilo pogrešno zanemariti borbena djelovanja ovakve prakse.

Medijsko posredovanje fotografskih prikaza iz privatnog života, jačanjem društva spektakla i tzv. medijske kulture, sve više je bilo usmjeravano prema distribuiranju fotografija poznatih ličnosti, koje su u funkciji proizvodnje senzacionalnog. Fotografski žanrovi, bilo da je riječ o onim koji su naslijeđeni iz XIX. stoljeća ili onima koji su razvijani za potrebe medijske industrije, podređeni potrebi da podrže narative koji se šire putem medija javnog komuniciranja, razvijali su repertoar modela prikazivanja s precizno diferenciranim značenjima, koje iako svoju punoću dobivaju tek kontekstualizacijom, pretpostavljaju smjernice kojima bi trebalo osigurati jasnoću dominantnog koda, iako ovaj, u procesu usvajanja značenja ne mora i biti prihvaćen.

47 Wells, Liz (ur.), nav. d., str. 263.

48 Sontag, Susan, *On Photography*, Penguin, Harmondsworth, 1979, str. 178-179.

Produciranje modela prikazivanja podređenih medijskom distribuiranju ideološki usmjeravanih značenja, ostvarilo je višestruke efekte u kontaktu s medijskim korisnicima. Na nivou čitanja medijskih tekstova, medijski korisnici zadržali su jednako mogućnost usvajanja dominantnih značenja, koliko i kontrolu nad značenjskom produkcijom kroz oslanjanje na dogovoreni ili opozitni kod, ostvarujući na taj način i moć da medijski razvijene modele prikazivanja, kao i učvršćene mehanizme produciranja značenja, uključe u popularnu kulturu i izlože djelovanju sila popularnog.⁴⁹ S druge strane, na nivou produciranja amaterskih fotografskih zapisa, usvajanje medijski razvijenih modela prikazivanja, istovremeno je značilo i mogućnost njihove primjene u snimanju fotografija iz privatnog života. Usvajanje medijski utemeljenih modela prikazivanja i učvršćenih modela produciranja značenja, te njihova primjena na izradu fotografija iz privatnog života koje nisu namijenjene medijskoj distribuciji, čak i u slučaju kada amaterska fotografija dosljedno ponavlja postupke medijske industrije, ne znači nužno suglasnost s postojećim poretom. Prijenos produciranja ideološki usmjerenih modela prikazivanja i kodiranja značenja iz javne sfere u sferu privatnog, iako kao svoj uzrok može pretpostaviti suglasnost s ideologijom koja se putem usvojenih modela reproducira, ipak ovu suglasnost ne podrazumijeva, jednako kao što nužno ne pretpostavlja aktivnost putem koje se odgovarajuća ideologija reproducira. Već sama primjena medijskih modela prikazivanja i vezivanje željenih značenja za prikaze iz privatnog života, destabilizira autoritet medijskih narativa, uvodeći sumnju ne samo u istinitost, već i u izuzetnost medijski posredovanog spektakla. Globalni spektakl, u izvjesnim oblicima svog manifestiranja, postaje dio privatnih narativa, koji jednako potvrđuju vjeru u postojanje globalnog spektakla, koliko i saznanje u mogućnost njegovog konstruiranja putem fotografskih prikaza.

Razmatranje usvajanja medijski konstruiranih modela fotografskog prikazivanja, kao i učvršćenih mehanizama produciranja značenja, te njihove primjene u produciranju amaterskih fotografija, kao i u postupku sastavljanja obiteljskih albuma namijenjenih privatnoj upotrebi, nameće dvostruki fokus. S jedne strane, ovakav postupak moguće je sagledati kao izraz suglasnosti s ideologijom koja se u usvojenim modelim reprezentacije reproducira, te otuda i kao postupak pretvaranja (kao hotimičnog obmanjivanja drugih), odnosno simuliranja (kao svojevrsnog samouvjeravanja) *zračanja* globalnog spektakla u sferi privatnog. Dok s druge strane, zahvaljujući mogućnosti alternativne upotrebe, jednako može postati dio popularne kulture, te ga je moguće sagledati i kao izraz otpora silama dominacije.

Budući da medijski posredovana fotografija sudjeluje u izgradnji mita, kao drugostupanjskog semiološkog sustava, to upotreba modela prikazivanja i produciranja značenja koje uspostavlja medijsko distribuiranje fotografskih zapisa, zapravo predstavlja izraz prisvajanja drugostupanjskog semiološkog sustava. Suglasno uočenom dvostrukom fokusu, prisvajanje drugostupanjskog semiološkog sustava može biti provedeno s ciljem usuglašavanja sa stupnjem raširenosti ideologije koja se u usvojenom semiološkom sustavu reproducira, jednako kao i s ciljem promišljanja popularne

49 Up. Hall, Stuart, „Encoding/Decoding“ (1980), u: Durring, Simon (ur.), *The Cultural Studies Reader*, Routledge, London, 1993. i Fiske, John, nav. d.

upotrebe mita. U prvom slučaju, analiza je usmjerena na ispitivanje suglasnosti, dok je u drugom ona okrenuta razmatranju aktualiziranih strategija otpora. Pregovaranje značenja, u tom smislu, nije uvjetovano samo procesom čitanja, a u ovisnosti o prihvaćenom kodu, već i iskustvom aktivne upotrebe metajezika, bez obzira je li riječ o njegovom ponavljanju u sferi privatnog, koje uvijek pretpostavlja razotkrivanje mehanizama njegovog širenja, ali i izvjesno iskrivljenje, ili je pak riječ o njegovom uključivanju u popularnu kulturu (popularno korištenje mita), pri čemu ideološki oblikovana značenja bivaju podvrgnuta reviziji sila popularnog.

Na prijelazu iz XX. u XXI. stoljeće, na djelu je još jedna dalekosežna promjena kojom je stabilnost mita, kao drugostupanjskog semiološkog sustava, uzdrmana. Mogućnost korištenja metajezika u sferi privatnog, kroz konstruiranje amaterskih fotografskih prikaza na osnovi usvojenih modela medijskog prikazivanja i produciranja značenja, namijenjenih osobnoj upotrebi, otvorena još krajem XIX. i početkom XX. stoljeća, na prijelazu u novi milenij proširena je izvaninstitucionalnom distribucijom tekstova. S povećanom poroznošću javne sfere, bilo kao posljedicom transformacije odnosa privatnog i javnog, a koja svoj najdjelotvorniji izraz pronalazi u jačanju društvenih mreža, bilo kao posljedicom promjena unutar komunikacijskih institucija, koje se ogledaju u razvoju participativnog novinarstva, izvaninstitucionalnom širenju informacija na planetarnom nivou, itd., izvaninstitucionalna upotreba metajezika izlazi iz uskih okvira privatne upotrebe, uključujući se u proces masovne znakovne produkcije.

Upotrebu metajezika, u uvjetima razvijene mogućnosti izvaninstitucionalne masovne produkcije tekstova, bilo bi pogrešno shvatiti kao manje djelotvorno sredstvo u razaranju mita u odnosu na njegovo popularno korištenje. Suprotno popularnom korištenju koje razotkriva mit, bilo kroz razgolićenje mehanizama njegovog širenja i produciranja značenja, bilo kroz parodiranje samog mita, a što se u izvjesnom smislu može usporediti s onim što Barthes naziva mitifikacijom mita, odnosno, proizvodnjom umjetnog mita kao trećestupanjskog semiološkog sustavnog, masovno distribuiranje oblika izvaninstitucionalne upotrebe metajezika, rezultira učvršćivanjem popularnog mita, kao trećestupanjskog semiološkog sustava koje stvaraju sile otpora, a kojim se djelovanje mita zaklanja.

Za razliku od Barthesovog koncepta mitifikacije samog mita, ili popularnog korištenja mita u duhu Fiskeovog razumijevanja snaga popularnog, popularni mit se ne utemeljuje u suprotstavljanju metajeziku, već u parazitskom izrastanju na njegovoj tradiciji. Svoj izraz on ne pronalazi u razotkrivanju mehanizama širenja metajezika, nego u slobodnom korištenju njegovih potencijala. Ovdje je riječ o izvjesnoj suglasnosti, ali ne o suglasnosti potčinjenih sa značenjskom produkcijom ostvarenom djelovanjem metajezika, već o suglasnosti da se nametnuti mehanizmi prijenosa značenja primjene na nivou tekstualne produkcije koju ostvaruju snage popularnog. Budući da ovdje nije riječ o reproduciranju metajezika, već o slobodnom korištenju mehanizama na kojima se on temelji, to ova suglasnost ima dalekosežne posljedice.

Nasuprot popularnom korištenju mita ili pregovaranju koje snage popularnog ostvaruju na nivou metajezika, popularni mit ne razotkriva mehanizme metajezičke značenjske produkcije niti sudjeluje u njenom usmjeravanju, nego razara potencijale njenog djelovanja. Mehanizme metajezične značenjske produkcije popularni mit preuzima za proizvodnju simuliranih metajezičnih oblika, odvojenih od punoće koju na nivou metajezika posjeduju. Uključeni u tekstualnu produkciju u kojoj referiraju još jedino na sebe same, ovi metajezički oblici na nivou popularnog mita transformiraju se u prazne označitelje, koji još jedino zrače fascinacijom vlastitih modela. Proširujući polje djelovanja mehanizama metajezične produkcije značenja njihovim uključivanjem u održanje igre praznih označitelja, popularni mit neutralizira efekte metajezičnog djelovanja, inaugurirajući eru u kojoj slabe potencijali tekstualnog nametanja klasne izuzetnosti.

Literatura:

- Bart, Rolan, *Književnost, mitologija, semiologija* (prev. Ivan Čolović), Nolit, Beograd.
- Debor, Gi, *Društvo Spektakla* (prev. Aleksa Golijan), Porodična biblioteka, Beograd, 2003.
- Fisk, Džon, *Popularna kultura* (prev. Zoran Paunović), Clio, Beograd, 2001.
- Hall, Stuart, „Encoding/Decoding“ (1980), u: Durring, Simon (ur.), *The Cultural Studies Reader*, Routledge, London, 1993.
- Holand, Patriša, „U začaranom krugu doma i izvan njega“, u: Vels, Liz (ur.), *Fotografija: kritički uvod* (prev. Katarina Radović, Paula Miklošević Muhur), Clio, Beograd, 2006.
- Lalvani, Suren, *Photography Vision, and the Production of Modern Bodies*, State University of New York Press, Albany, 1996.
- Leak, Andrew, *Mythologies*, Grant and Cutler, London, 1994.
- Lešić, Andrea, *Bahtin, Bart, strukturalizam: književnost kao spoznaja i mogućnost slobode*, Službeni glasnik, Beograd, 2011.
- Lotman, M. Yuri, *The Structure of the Artistic Text* (prev. Gail Lenhoff, Ronald Vroon), Michigan Slavic Contributions, Ann Arbor, 1977.
- McClintock, Anne, *Imperial Leather: Race, Gender and Sexuality in the Colonial Conquest*, Routledge, London, 1995.
- Sontag, Susan, *On Photography*, Penguin, Harmondsworth, 1979.
- Tagg, John, „Democracy of the Image: Photographic Portraiture and Commodity Production“, u: *The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories*, London, Macmillan, 1988.
- Vels, Liz (ur.), *Fotografija: kritički uvod* (prev. Katarina Radović, Paula Miklošević Muhur), Clio, Beograd, 2006.

Photo Albums as the Instrumentality of building a popular Myth

Abstract

The article analyzes the popular myth production. The popular myth is seen as the result of a popular production that uses the material of metalanguage as a secondary semiological system. Unlike the mytification of the myth (Barthes), or the popular use of myth (in the manner of John Fiske), popular myth develops by popular use of the potentials of metalanguage. Popular myth uses the mechanisms of meaning production, that metalanguage develops, to transform its forms into empty signifiers. In that way, the popular myth neutralize the effects of metalanguage, inaugurating an era in which weakens the potentials of ideological textual production.

Key words: *art theory, media theory, myth, philosophy of media, photography, popular culture, semiology, semiotics.*