

Divna Vuksanović

Fakultet dramskih umetnosti, Beograd
vuksanovic.divna@gmail.com

Filozofija medija: je li nasilje zabavno?

Sažetak

U tekstu se iz ugla filozofije medija preispituje odnos fenomena nasilja i zabave u doba vladavine medijske kulture. Najprije se istražuje može li se nasilje uopće definirati kao nasilje kada je riječ o njegovom prikazivanju u medijima; nakon iznesenog zaključka da je u takvim slučajevima uvijek riječ o medijski transformiranom nasilju koje prelazi u nešto drugo, istražuje se svrha masovnog pojavljivanja nasilja u današnjim medijima. U ovom kontekstu ispitivanja, posebno se skreće pažnja na odnos nasilja i zabave koji susrećemo na području kinematografije i industrije videoigara. Na postavljeno pitanje zbog čega industrija zabave koristi nasilje u mnogobrojnim medijskim sadržajima, te je li nasilje samo po sebi zabavno, odgovor je negativan. Nasilje po sebi nije niti može biti zabavno; ono je, međutim, kao medijski proizvod, visokoprofitabilno. Otuda je svijet zabave danas preplavljen nasilničkim sadržajima.

Ključne riječi: nasilje, zabava, mediji, film, filozofija medija.

Odnos nasilja i zabave doživljava bitnu transformaciju u eri vladavine medija.⁵⁴ Suvremeno nasilje, sagledano u kontekstu njegovog pojavljivanja i tematiziranja u svjetlu ekspanzije medijske kulture, biva tehničkim sredstvima proizvedeno i medijski posredovano. Štoviše, ono danas zadobiva i formu na tehnici i tehnologiji zasnovane medijske komunikacije. Isprva plasirano u odnosu na pasivnu publiku masmedija (čitatelji, slušatelji, gledatelji), u eri Interneta i komercijalnih videoigara, nasilje sve češće poprima osobine zabave. Mašinerija industrije zabave, uključujući svijet nasilja u svoje komercijalne projekte, otvara pitanje novog tretmana nasilja u našem dobu; slikovito rečeno – svojom svakodnevnom praksom provocira postavljanje krucijalnog pitanja: da li medijsko nasilje povređuje i boli ili je ono zabavno,⁵⁵ kao i bilo koji drugi zabavni sadržaj.

Novouspostavljena veza između nasilja i zabave na drukčiji način osvjetljava kako pojam nasilja, tako i zabave u našem vremenu. S tim u vezi, postavlja se pitanje kako nasilje, tradicionalno mišljeno kao društveni fenomen, prelazi u nešto drugo, tj. u medijalizirano nasilje? I potom, u kojoj mjeri nasilje, pojavljujuće u suvremenim medijima, biva prepoznatljivo, identificirano kao takvo, pa i, u neku ruku, djelotvorno (objektivirano) – kako u samim medijima, tako i u životu? Naposljetku, što doista znači pojava nasilja u medijima? Na koje se načine nasilje medijski manifestira i čemu ono služi? Kako se generira i kakve sve posljedice ima na području medija, kao i na području stvarnog života? Kakav odnos nasilje, zapravo, uspostavlja sa svijetom zabave?

Sva ova pitanja impliciraju u sebi pretpostavku da je pojam nasilja moguće definirati, te da je relativno jednostavno, odnosno, moguće istražiti kako fenomen nasilja funkcionira na području medija. U istraživačkoj praksi se, međutim, u vezi s nasiljem pojavljuju najrazličitije interpretacije. U novije vrijeme, riječ je, uglavnom, o tome da je poimanje nasilja specificirano prvenstveno u ovisnosti od aktualnih kulturalnih razlikovanja – pa tako i s obzirom na medije - te je vrlo teško artikulirati jedan opšti pojam pod koji bi se mogli podvesti veoma raznorodni nasilnički fenomeni – bilo da se oni pojavljuju u određenoj društvenoj (kulturalnoj) zajednici, ili se manifestuju unutar oblasti delovanja tzv. medijske kulture; ili i jedno i drugo, što je najčešći slučaj.

54 U teorijskoj literaturi o suvremenim medijima sve češće se susrećemo s kritičkim pristupom, odnosno problematiziranjem relacije nasilja i zabave, što se aktualno upostavlja u okrilju medijske industrije. Bilo da je nasilje u medijima prikazano eksplicitno ili implicitno, ono, u našem vremenu, zadobiva atribuciju zabavnosti. Mnogobrojni napisi u tisku, na blogovima, i dr. također ilustriraju vezu koja se uspostavlja između nasilja i zabave u medijima, koja je, kako se čini, danas u ekspanziji. Ovakav odnos tretira se kao medijska “teorija velikog praska” (*Big Bang Theorie*) i opisuje se, primjera radi, sljedećim riječima: “The top-rated show on cable TV is rife with shootings, stabbings, machete attacks and more shootings. The top drama at the box office fills theaters with the noise of automatic weapons fire. The top-selling video game in the country gives players the choice to kill or merely wound their quarry.” Vidi u tekstu: “Living With Death”, *The New York Times*, na stranici: <http://www.nytimes.com/interactive/2013/03/03/arts/critics-on-violence-in-media.html>, pristupljeno: 21.12. 2017.

55 Upor. Elizabeth Thoman, „Media Violence: What if we Changed the Question?“, na stranici: <http://www.medialit.org/reading-room/media-violence-what-if-we-changed-question>, pristupljeno: 21. 12. 2017.

Štaviše, pri pokušajima tumačenja pojma nasilja od strane Svetske zdravstvene organizacije (World Health Organisation, Genève), na primer, nije se mnogo odmaklo od samog početka, odnosno od nastojanja da se nasilje odredi makar u glavnim crtama. Iako se o viloentnom ponašanju i dalje često i naširoko raspravlja, kako u okvirima pomenute, tako i u kontekstu delovanja srodnih organizacija, koncept nasilja je ostao vrlo neodređen, “difuzan”, tačnije - definisan je uglavnom subjektivistički.⁵⁶

Drugim rečima, deskripcija nasilja varira od jednog do drugog kulturalnog konteksta, a u zavisnosti od celokupnog vrednosnog sistema koji neka kultura pojedinačno manifestuje i zastupa. Posmatrano u okvirima globalne medijske kulture, pretpostavka subjektivnosti poimanja nasilništva najbolje se može ilustrovati na primeru rijaliti šou programa, rasprostranjenih u medijima širom planete. Jer, ono što je u nekim državama (moralno) prihvatljivo, u drugima je, pak, nezamislivo, kritikovano i zabranjivano, bilo da je reč o reakcijama publike ili određenih autoriteta - državnih i religijskih organizacija i institucija, i tsl. Dakle, nasilje je ne samo pojam koji je kompleksan po sebi, on svoju složenost iskazuje i u relaciji sa kulturom/kulturama iz koje/kojih potiče ili kojoj/kojima je – kao u slučaju delovanja medija – namenjen.

Kao što ne postoji opšti konsenzus povodom preciznog identifikovanja nasilja u društvenoj zajednici kao takvoj – već je potraga za definicijom podložna preispitivanjima preduzetim sa stajališta kulturalnog relativizma - nasilje je, kako teorijski, tako i praktički gledano, neuhvatljivo i kao medijski fenomen. To se posebno odnosi na tzv. “medije zabave” (*entertainment media*),⁵⁷ u koje se najčešće ubrajaju televizija, video-igre, Internet i muzika (*recorded music*). Pored konstatacije o nedefinljivosti medijskog nasilja, valja, ovom prilikom, skrenuti pažnju i na teorijske interpretacije koje ukazuju na mogućnost da medijsko nasilje, koje često susrećemo u okvirima industrije zabave, i nije nasilje u pravom smislu reči, već ono predstavlja konstitutivni deo tzv. kulture zabave, dakle – zabavu.

Usložnjavanje teškoća u tumačenju odnosa nasilja i zabave može se prepoznati i u činjenici da ne postoji jednoznačna relacija koju savremeni teoretičari medija i kritičari tzv. masovnog društva uspostavljaju prema zabavi, plasiranoj u okvirima medijske industrije. Naime, pojedini teoretičari, poput Mendelzona (Mendelsohn)⁵⁸, na primer, ističu da je odnos interpretatora/kritičara prema zabavi uglavnom pogrešan, te da mediji u javnom prostoru zasigurno ne mogu plasirati isključivo ozbiljne sadržaje; zabava, u stvari, treba da posluži tome da odvuče pažnju publike od “dosadnih”

56 “One reason why violence has largely been ignored as a public health issue is the lack of a clear definition of the problem. Violence is an extremely diffuse and complex phenomenon. Defining it is not an exact science but a matter of judgement. Notions of what is acceptable and unacceptable in terms of behaviour, and what constitutes harm, are culturally influenced and constantly under review as values and social norms evolve.” Vid. svetski izveštaj o odnosu nasilja i zdravlja, na stranici Svetske zdravstvene organizacije: http://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/en/summary_en.pdf, pristupljeno: 13. 12. 2017.

57 U medije zabave (*entertainment media*) ili kulturu zabave, tradicionalno gledano, najčešće se ubrajaju televizija i film; u poslednje vreme i muzička i video-industrija, kao i narastajuća produkcija video-igara.

58 Upor. Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future* (Fifth Edition), Wadsworth, Cengage Learning, Boston, USA, 2009, str. 170.

tema kao što su politika, obrazovanje, religija, i slične. Mendelson, nadalje, sugerira stav da je odnos kritike prema celokupnom svetu zabave elitistički i paternalistički, što bi značilo da je aktuelna kritika industrije zabave ne samo promašena, već je i sa klasnim predznakom. No, u odnosu na Mendelsonovo vreme (1966), mnogo toga se u polju medijske industrije izmenilo, a fenomen nasilja je, u međuvremenu, zajedno sa seksualnošću, postao glavni resurs i pokretač rada ove industrije.

Pre nego što je, međutim, industrija zabave prepoznala nasilje kao pogodno za eksploatisanje, nezavisno od medijskih sadržaja informativnog karaktera koji su se neposredno bavili bilo izveštavanjem o nasilju, ili direktnim prenosom agresije (ratovi, terorizam, i dr.), velika količina u medijima prikazivanog nasilja pravdana je tezom o pukom "ogledanju" realne agresije u svetu medija. Tako, na primer, u zasebnom poglavlju članka pod nazivom: "Media Violence and the American Public Scientific Facts Versus Media Misinformation" ("Nasilje u medijima i američke javne naučne činjenice protiv dezinformacija")⁵⁹ govori se o tome da optužbe koje se često upućuju na račun celokupne industrije zabave (a ona je, kao što znamo, veoma snažna privredna grana u Americi) nisu opravdane utoliko što nasilje u medijima, navodno, samo odražava tj. "reflektuje" onu količinu agresije koja je već prisutna u društvenoj stvarnosti.⁶⁰ To, praktično, znači da je predstavljanju violentnih sadržaja u medijima prethodilo realno nasilje, te da se ono, po principu dejstva ogledala, direktno prenosilo u oblast medijske produkcije, koja, otuda, nije isključivo odgovorna za njegovo proizvođenje. Pa ipak, u pomenutom članku ističe se, mada diskretno, i koincidiranje eksplozije nasilja u američkom društvu sa ekspanzijom upliva agresije u programske sadržaje savremenih medija (pritom se tu uglavnom misli na televiziju, delimično na film i video-igre).⁶¹

I dalje, međutim, ostaje nejasno kako je došlo do toga da eksplozija nasilnih sadržaja u medijima postane veoma značajan (a i vrlo profitabilan) deo industrije zabave. Čini se da ovo prisvajanje agresivnih sadržaja, preuzetih iz domena socijalne realnosti, a od strane sveta spektakla i fabrikovane zabave, adekvatno ilustruje kovanica novijeg datuma: *infotainment*, u kojoj se susreću dva do skoro nepovezana pojma – koncept informisanja i zabave, čineći tako jedinstveni medijski fenomen današnjice. Time što informacije, na izvestan način, postaju "soft", te za konzumente lako svarljive i zabavne, utire se, prema našem shvatanju, put za inkorporiranje destruktivnih i nasilnih sadržaja u domen medijski posredovane zabave.

59 Brad J. Bushman and Craig A. Anderson, "Media Violence and the American Public Scientific Facts Versus Media Misinformation", na stranici: <https://pdfs.semanticscholar.org/7804/e0fae6b638660407e25f7b4a1a4c43440daa.pdf>, pristupljeno 20. 12. 2017.

60 Vid. u posebnom poglavlju prethodno navedenog članka: "Does the level of violence in the reel world mirror the level of violence in the real world?" Uvodna rečenica, kojom započinje rasprava, doslovno glasi: "The entertainment industry often claims that violent media simply reflect the violence that already exists in society." Isto.

61 Vid. Isto.

Predrasuda s kojom se većina istraživanja primenjenih na oblast odnosa medija i nasilja teško ili gotovo nikako ne nosi, tiče se pretpostavke da medijsko nasilje postoji, te da negativno utiče na konzumente nasilnih sadržaja – posebno na decu i adolescente - pa čak i da perpetuira nove vidove nasilja u konkretnom društvenom ambijentu. Nasuprot ovoj zdravorazumskoj pretpostavci, na kojoj se temelji većina istraživanja što se tiču nasilja prisutnog u medijima masovnih i novih komunikacija, pojavljuje se druga kritički neispitana pretpostavka, koja u suštini negira sve prethodno navedeno. Reč je, naime, o tezi da je tema nasilja u medijima zapravo mit, te da u sferi delovanja medijske kulture ima malo ili nimalo osnova za pojavu i delovanje nasilja na medijske konzumente i korisnike medijskih sadržaja.⁶²

Jedan od krucijalnih argumenata koji se pominju u prilog tezi o tome da je kritika nasilja prisutnog u medijima, u stvari, neka vrsta teorijskog konstrukta koji počiva na mitskoj osnovi, jeste poređenje sa svetom umetnosti, odnosno s njegovom istorijom (a po analogiji s istorijatom samih medija). Kako je poznato, istorija tradicionalnih umetnosti (ovo se ponajviše odnosi na slikarstvo, delom na literaturu, ali i na sve druge umetnosti) prepuna je prizora nasilja, koje je predstavljeno u svrhu recepcije, odnosno izazivanja estetskog doživljaja. Po analogiji s ovim, moglo bi se zaključiti da i film, primera radi, kao medij funkcioniše na isti način. Naposljetku, može se postaviti pitanje da li nasilni sadržaji prisutni u medijima, koji su prikazani tako da imaju svoje estetsko (umetničko) opravdanje, treba da budu tretirani kao nasilni, ili su oni umetnost.

Slično vredi, svakako, i za zabavne sadržaje, mada njihovo “opravdanje” nije povezano s potencijalnim estetskim doživljajem auditorijuma, publike, korisnika, već s nečim bitno različitim, o čemu će nadalje u tekstu biti reči. Za sada, ovde valja naglasiti da su, po našem mišljenju, i kritika pojave nasilja u medijima, kao i problemsko preispitivanje takve kritike, zasnovani na uverenjima, a ova, pak, na uopštenom ocenjivanju i vrednovanju. U isto vreme, da bi se shvatila sva kompleksnost ove problematike, u pomoć treba prizvati medijsko obrazovanje⁶³ / filozofiju medija, što će, verujemo, značajno doprineti razumevanju ukupnog delovanja medijske kulture na konzumente ili korisnike svih medijskih sadržaja, pa i onih agresivnih po svom karakteru.

62 Vid. David Trend, *The myth of media violence: A critical introduction*, Malden, MA: Blackwell Pub., 2007.

63 “If asked whether you believe you are affected by media violence, how would you respond? According to media scholar W. James Potter, on average 88% of adults polled on this question don’t believe they are; however, many people do believe others are affected. The persistence of this response to the question is called the —third personl effect (The 11 Myths of Media Violence, p.31). Granted, most of us don’t commit violent acts following the 6 o’clock news, but does that mean we are not affected in less severe ways? We discuss the significance of four primary effects of media violence in the following pages. Much of the research and public commentary about the effects of media violence treat viewers of violent media as passive recipients who simply register negative effects. As we argue in our review of media violence research, the life lessons which audiences—including children—take away from violent media content are always the result of a complex process of dynamic interaction between audience and media text.” Vid. na stranici: <http://www.medialit.org/sites/default/files/connections/media%20violence.pdf>, pristupljeno: 14. 12. 2017.

Nesumnjivo, celokupna medijska industrija zasnovana je na sticanju profita. U svrhu obezbeđivanja i uvećanja finansijske dobiti, ova industrija eksploatiše svega nekoliko klišea, koji se uglavnom svode na dva osnovna: na prikazivanje violentnih pojava i seksualnosti. Evidentno je, naime, da oba ova fenomena privlače veliku medijsku pažnju, i da igraju važnu ulogu u zabavljanju najrazličitijih ciljnih grupa publike. S tim u vezi, postavlja se pitanje - koji sadržaji (forme, formati) su danas zabavni, i u kojoj meri je nasilje, predstavljeno u medijima profitabilno, a pod pretpostavkom da znamo šta je nasilje i kako se ono manifestuje u domenu medijskih komunikacija?

Ono što prvo pada u oči jeste to da se medijsko nasilje razlikuje od nasilja koje nije komunikacijski posredovano. I upravo ovo diferenciranje doprinosi dodatnoj interpretativnoj konfuziji. Pojedini teoretičari, zapravo, pod nasiljem u medijima podrazumevaju prisustvo eksplicitnih scena nasilja, transponovanih na filmski ili televizijski ekran ili u prostor interaktivnih video-igara, dok drugi smatraju da su čitavi žanrovi ili formati prikazivanja, po svojoj prirodi, adekvatna podloga za plasiranje nasilnih sadržaja. Raspon u tumačenjima se kreće od demonstriranja agresivnih sadržaja na primeru crtanih i horor filmova, preko sportskih prenosa, sve do posebno ozloglašanih rijaliti šou programa. Naravno, žanrovske mešavine takođe mogu manifestovati slične matrice – upotrebu nasilja u funkciji privlačenja pažnje publike. Osim u “specijalizovanim” žanrovima i formatima, nasilje se često pojavljuje i u drugim vrstama medijskog izraza – neretko je sastavni deo informativnih emisija, pokatkad ga susrećemo u dokumentarnim priložima, emisijama, te različitim igranim strukturama. Nasilje je, u stvari, prisutno u većini medijskih sadržaja, uključujući tu i reklame koje ih prate. Otuda se s pravom može zaključiti da su današnji mediji u toj meri preplavljeni nasiljem, da ga uistinu, gotovo i ne primećujemo.

Ukoliko je, međutim, nasilje u svojim najrazličitijim pojavnim oblicima konstantno prisutno u medijima, možemo se pitati o tome da li je ono zabavno, te, eventualno i - predstavlja li ono, u stvari, suštinu sveta savremenog *entertainment*-a. Tim povodom, najpre bi trebalo konstatovati da je nasilje prikazano u medijima – ako se izuzmu informativne emisije i prilozi s ratišta, poprišta terorističkih napada i sl. - fikcija. Jer, kada se pojava nasilja u medijima kritikuje, misli se na fiktivno nasilje prisutno u filmovima ili video-igramama, nešto ređe u rijaliti šou programima, kvizovima sa ekstremnim sadržajima, i dr. Rečju, valjalo bi, s tim u vezi, postaviti pitanje da li je, i ako jeste – u kojoj je meri fiktivno nasilje zaista nasilje? Pored ove dileme, za raspravu o nasilju u medijima relevantno je odgovoriti i na pitanje da li to fiktivno nasilje provocira, inspiriše, te na neki način generiše, povratno gledano, nasilje u realnosti?

Dosadašnja istraživanja recepcije medijskih sadržaja sa elementima nasilja niti potvrđuju niti opovrgavaju prethodno iznesenu pretpostavku. Ukoliko bi se ova relacija uspešno istražila i empirijski potvrdila, to bi najpre ukazalo na implikacije koje nasilje ima na publiku dečjeg i adolescentskog uzrasta, bilo da ona pasivno participira u scenama nasilja, ili je, kao u slučaju video-igara, ko-kreator istih. Argumentacija koja se često upotrebljava kada je reč o doživljaju opasnosti od fiktivnog nasilja jeste izvedena iz zaključivanja po analogiji sa svetom umetnosti (o čemu je

ponešto već rečeno), a po uzoru na opštepoznate stavove iznesene u Platonovoj (Plato) *Državi*. Sudeći prema Platonovim postulatima, po kojima određeni umetnički oblici kvare dušu i štetno utiču na njeno obrazovanje i vaspitanje, može se tvrditi da isto vredi i za zabavne sadržaje u kojima je zastupljeno fiktivno nasilje.

No, upravo s tim u vezi, može se artikulirati i kontraargumentacija. Ona bi se, naravno, kretala u suprotnom smeru i značila bi sledeće: da fiktivno nasilje, kao unapred zadata, odnosno prihvaćena konvencija medijske industrije i sveta zabave skriva u sebi potencijal desenzitivizacije.⁶⁴ Ovo stanovište dalje bi se moglo razviti na takav način da fiktivno ili simulirano (virtuelno) nasilje, njegovim odigravanjem i “oslobađanjem” u domenu medija, gubi na intenzitetu i značaju u stvarnosti. Time bi fiktivno nasilje, suprotno uobičajenim mnenjima i očekivanjima, i u kontrastu s Platonovim gledištem, manifestovalo svojevrsni pedagoški tj. obrazovno-vaspitni potencijal.

Ukoliko bismo, pak, apstrahovali oba ova suprotstavljena stanovišta, a “opravdanje” za veliku zastupljenost fiktivnog nasilja u medijskim sadržajima potražili isključivo u njegovom zabavnom karakteru, okvir za tumačenje bi se bitno izmenio. Naime, u savremenim i novim medijima prikazivanje nasilja po sebi, tj. bez posebnog razloga, predstavlja zaista redak slučaj. Ako prikazivanje fiktivnog nasilja u medijima ima, dakle, svrhu izvan sebe samog, valjalo bi istražiti šta stoji u osnovi plasiranja nasilnih sadržaja u većini poznatih medija našeg doba. Zapravo, ovde je ideja da razotkrijemo šta je to što nasilje čini zabavnim. Na prvi pogled deluje da nasilje nije i ne može biti zabavno, jer je to u suprotnosti sa osnovnim etičkim, a pokatkad i političkim standardima društvene prakse.

Posmatrano sa stanovišta teorije igara, međutim, prikazivanje nasilja, koje ima svrhu da razonodi, relativno je prihvatljivo i pacifikovano je u kontekstu one grupe igara koje, prema staroj klasifikaciji Rože Kajoa (Caillois), potpadaju pod *agon* – takmičarske igre. Naime, *agon* je prvobitno bio vezan za prizore spektakla realizovanih u domenu sporta (a često i filma, televizije: recimo, žanr borilačkih, kung fu ili *martial arts* filmova, te direktni ili odloženi prenosi borbi na kablovskim TV stanicama), da bi, potom, u eri ekspanzije video-igara⁶⁵, fokus medijske pažnje bio (iznova) premešten na polje ratnih igara. Pitanje koje je važno postaviti u ovom kontekstu istraživanja tiče se relacije koju industrija zabave uspostavlja s kompetitivnim tipom igara, što dovodi do ekspanzije nasilnih sadržaja zabavnog karaktera penetrirajućih u oblast delovanja medijske kulture.

64 Upor. *Talking Philosophy*, The Philoophy Magazine Blog, “Video Games, Movies & Violence”, na stranici: <http://blog.talkingphilosophy.com/?p=6587>, pristupljeno: 16. 12. 2017.

65 U tekstu pod nazivom “The Challenge of Agon”, povodom novoupostavljenog odnosa igre i fiktivnog nasilja, izneseno je slično stanovište: “So central to the modern videogames industry is agon (competition) that many people consider ‘game’ to be almost synonymous with the notion of competitive play. We play to win, the presumption states, and this indeed describes a great many of our modern videogames. I hope that, by having looked at alea, mimicry, and ilinx before agon, I do not need to put forward the counter-argument (that there can be more to games than agon) and can instead focus on exploring the myriad complexities that this category of play entails.” Vid. na stanici: http://onlyagame.typepad.com/only_a_game/2006/03/the_challenge_o.html, pristupljeno: 17. 12. 2017.

U tekstu preuzetom sa sajta pod nazivom: "Only a Game", ide se i dalje u klasifikovanju ovog vida zabave, pa se aktuelne video- i kompjuterke igre, koje u svojoj osnovi predstavljaju poligon za borbu i ratovanje, nadalje strukturalno razlažu na one gde se virtuelne bitke vode po principu: jedan na jedan, jedan protiv mnogih ili mnoštvo protiv mnogih (strateške igre).⁶⁶ Sve ove podvrste igara, iako *prima facie* ne deluje tako, jesu igre koje u fiktivnom prostoru medija promovišu vrednosti poput socijalnog darvinizma, ekspanzionizma i naposletku – kapitalizma, što favorizuje načela kompetitivnosti, doslovno u svim oblastima ljudske delatnosti. Po našem mišljenju, nasilje i destrukcija su ovde u drugom planu u odnosu na vrednosti kapitalizma, koje se njima maskiraju. Reč je, dakle, o onim medijskim putem generisanim atrakcijama koje promovišu duh kapitalizma, kako u pogledu individualnih tako i kolektivno definisanih društvenih vrednosti. Slobodno tržište video- i kompjuterskih igara (bez cenzure) dodatno osnažuje ovu našu pretpostavku. Pojednostavljeno rečeno, industrija zabave insistira na *agonu*, a u odnosu na ostale igre, stoga što igra takmičenja ne samo da najviše odgovara kapitalističkom duhu vremena, već istovremeno podstiče njegovo stabilizovanje i jačanje.

I dalje ostaje, međutim, otvoreno pitanje na koji način nasilje postaje zabavno? S jedne strane, nasilje se, u novije vreme, povezuje, direktno ili indirektno, s temom seksualnosti, pošto prikazivanje seksualnosti u mas-medijima – orijentaciono gledano, i posmatrano u kontekstu američkog tržišta - iznosi preko 80 % svih programskih sadržaja, dok u video-sferi taj postotak iznosi oko 60 %.⁶⁷ Čini se, naime, da nasilje i seksualnost (neretko je posredi ukrštanje tj. neodvojivost ovih fenomena, odnosno reč je o sintetizovanoj pojavi koja se plasira posredstvom globalne indutrije kulture i zabave) postaju sadržaji koji su najpogodniji za sistematsku eksploataciju što nad njima sprovodi medijska industrija. Iako je instrumentalizovanje seksualnosti danas najprisutnije u oblasti medija, fenomen nasilja, bilo da je povezan sa seksualnošću ili je plasiran izolovano, takođe se pokazuje kao važan momenat medijske industrije. Da bi nasilje postalo još značajniji resurs za masovnu ekspoloataciju, neophodno je sistemsko medijsko posredovanje, što nasilje dovodi u neposrednu relaciju sa zabavom.

66 "It is worth noting that contests of agon present themselves in certain distinct forms which are worth identifying briefly, if only to provide a wider foundation. Firstly, there are games of **one versus one** agon, such as a fighting game. Such games are the most intensely agonistic form, and most recognisably fit Caillois' description of agon. Then, there are **one versus many** games, such as the FPS which (squad variants notwithstanding) place a lone player in contest versus many opponents. Still, the underlying assumption is that the challenge has been balanced fairly (although pragmatically, few games are so well tweaked for this to emerge). Finally, **many versus many** games, such as strategy games when whole armies fight, which are akin to team-based sports which offer agon between equally matched sides. These distinctions, while notable, do not fundamentally alter the nature of agonistic play, although they may alter the appeal. Fighting games, FPS games and strategy games imply different audiences, with an affinity for challenge in the forms of fast reaction control skills, pathfinding & aiming or thoughtful complexity respectively being key distinctions.", Isto.

67 S ovim u vezi, podaci dostupni na Internetu, a koji se, kako smo rekli, uglavnom tiču američkog medijskog tržišta, govore o dominaciji prikazivanja seksualnih sadržaja u oblasti mas-medija, kao i video-gejminga u toj meri, da ih pojedini/e istraživači/istraživačice nazivaju „seksualnim medijima“ (*sexual media*). Pošto, međutim, pojedine stručne i profesionalne asocijacije osporavaju ovako sagleđano stanje u američkim *mainstream* medijima, kao i u čitavoj industriji zabave, to nećemo insistirati na ostalim uvidima iz izvora istraživanja, jer nismo sigurni u verodostojnost padataka. Čini nam se, međutim, da su visoki procenti, i tržišna motivisanost, koja iza ovakvih pokazatelja stoji, svakako vredni pomnog preispitivanja. Upor. s tekstem na stranici: https://www.researchgate.net/publication/283055317_Sexuality_and_entertainment_media, pristupljeno: 18. 12. 2017.

Drugim rečima, reklo bi se da nasilje po sebi nije zabavno (izuzev, možda, psihopatama i sociopatama), a da bi ono postalo iole medijski privlačno i uzbudljivo, neophodno je da mu se predicira atribut zabavnosti. Na taj način, jedna izrazita društvena ne-vrednost, pojava nasilja i destrukcije, u svetu kapitalizma zadobija poželjnu konotaciju. Ovo se posebno odnosi na ciljnu grupu koju čine osetljivi - populacija dece i mladih. Da stvar bude gora, nije uvek reč o pukoj zabavi, neretko ona ima i artistske pretenzije, čime njena artifičijelnost dodatno utiče na promociju kapitalističkog uređenja – kao slobodnog, demokratskog, visokoestetizovanog – rečju “najboljeg od svih mogućih svetova”.

Ponegde, u literaturi, nailazimo, između ostalog, i na ideju o “programiranom nasilju”⁶⁸ u savremenim medijima, što bi, kao pretpostavku, takođe valjalo ispitati. Naš je stav da nasilje u medijima nije “programirano” od strane vladajućih elita – kako bi se to u prvi mah pomislilo - već je ono proizvod realnih tržišnih kretanja. Ukoliko bi se, naime, pokazalo da osim seksa i nasilja, masovnu publiku i “igračke” privlače i neki drugi sadržaji, medijsko tržište bi se, ukoliko je iole fleksibilno a najčešće to i jeste, namah otvorilo i za drukčije sadržaje. Drugim rečima, u tržišnoj utakmici ne čini se da su ideologija i politika, nezavisno od ekonomije, od presudne važnosti za kreiranje aktuelnih medijskih politika.

Ilustrovaćemo ovo jednim bizarnim primerom, preuzetim iz savremenog američkog kulturalnog konteksta. Reč je o fenomenu treša i filmu “The Room” (2003). Ovo kinematografsko ostvarenje je, inače, od strane filmske kritike proglašeno za jedan od najgorih filmova svih vremena, posmatrano sa umetničke tačke gledišta. Iako je posredi bio veoma skup projekat, film je u estetskom pogledu ocenjen izuzetno loše, ali je kod publike, željne zabave, bio neverovatno dobro prihvaćen. Započevši svoju distribuciju u malim bioskopima, za uglavnom nedovoljno obrazovanu publiku, film “The Room” ubrzo je postao kultno ostvarenje. Iako u sebi ne sadrži nasilne sadržaje, publika i danas na film reaguje frenetično, naglas izgovarajući replike tokom projekcija, dok filmsko platno gađa kašikama, koje su, na neki čudan način, postale signifikantne za ovo ostvarenje. Zahvaljujući velikoj popularnosti treš-filma “The Room”, docnije je snimljen i film o filmu (“The Disaster Artist”, 2017.), odnosno po literarnoj biografiji glavnog glumca, reditelja i producenta, koji tematizuje ovaj fenomen.⁶⁹ Sve prethodno rečeno ukazuje na to da je u fokusu pažnje medijske industrije nisu, zapravo, konkretni sadržaji (poput seksualnosti, nasilja, i dr.) već je u pitanju zabava, ma kojim sredstvima da se ona ostvaruje.

68 Vid. Sissela Bok, *Violence as Public Entertainment*, Higher Education, USA, 1988.

69 In 2003, a true contender for the greatest bad movie of all time premiered in Los Angeles. That movie was **The Room**, directed by Tommy Wiseau, a man with a thick Eastern European accent who insists he’s from New Orleans on the rare occasions he’s willing to talk about his life. He’s also the man who wrote, produced, and starred in the masterpiece of awfulness. The making of *The Room* is a story that’s almost as bizarre as the movie itself, but it’s one that inspired James Franco to immortalize the film in his new movie *The Disaster Artist*, based on the book of the same name by Wiseau’s friend and **The Room** costar Greg Sestero. Na stranici: <https://www.popsugar.com/entertainment/Room-Movie-True-Story-44309756>. pristupljeno: 19. 12. 2017.

S druge strane, neki proizvodi industrije zabave korsite prikazivanje nasilja (odnosno agresije u sprezi sa seksualnošću) ne u svrhu puke spektakularizacije brutalnosti i sticanja profita, već s pretenzijom da ga bilo estetizuju ili pak iskoriste u službi kritike društvenih odnosa – a neretko je prisutno i jedno i drugo. Ponekad se ovakva ostvarenja, kao u prethodnom slučaju, smatraju “najgorim” ili “najmorbidnijim” delima⁷⁰, koja predstavljaju izuzetke u industrijalizovanom svetu zabave. Autori kao što su Pekinpo (Peckinpah), Kronenberg (Cronenberg), Tarantino (Tarantino) i drugi, delujući u okvirima industrije zabave, upotrebljavaju scene nasilja kako bi, naizgled paradoksalno, filmskim sredstvima kritikovali nasilničku kulturu na koju njihovi filmovi prevashodno referišu.

Reč je, naime, o filmovima s epitetom “šok estetike”, koji se, poput “Srpskog filma” (2010), na primer, cenzurišu ili prikazuju na malim projekcijama, za odabranu publiku, uglavnom kasno noću. Naime, scene nasilja, prikazane u ovom filmu, inače horor žanra, prevazilaze poimanje nasilja kao standardizovane zabave; scenarista, reditelj i glumačka ekipa određuju se prema njemu tako što smatraju da je u pitanju film koji predstavlja najotvoreniju, neposrednu kritiku društva, pri čemu je odnos prema nasilju, kao i seksualnosti u filmu, stvar odabrane autorske poetike, a ne usmerenja ka jeftinom privlačenju pažnje bioskopske publike i zabavi. Otuda jedan od glavnih junaka “Srpskog filma”, Vukmir, autopoetički opisujući intencije celokupnog autorskog tima filma, dajući, kao “reditelj” instrukcije porno-glumcu, izgovara sledeću repliku: “Tvoj smisao da namestiš ženu, tvoj ritam da je iscrpiš, tvoj talenat da je poniziš, i kad si je ponizio do nivoa psećeg govanceta da je pridobijes, i tvoja ljubav prema tome, to je umetnost. Na našu veliku žalost ovo nije zemlja za umetnost. Gde nema života, nema umetnosti.”

U vezi s dosad rečenim, može se zaključiti da u okvirima industrije zabave, a s obzirom na opsesivno tematizovanje nasilja u medijima, postoje izuzeci koji potvrđuju pravilo da je nasilje *uvek već* unapred proračunati udeo korpusa medijskog delovanja, i da najčešće služi zabavi i profitu, dok je, samo povremeno, unutar iste ove indutrije, nasilje u funkciji emancipovanja svesti, bilo putem umetnosti ili neposredne kritike društva. Računica u vezi korišćenja nasilja u medijima sasvim je jasna: uprkos moralnoj diskutabilnosti, i po strani od diktuma političke korektnosti, te opšteg društvenog i javnog interesa, umetničkih i kulturalnih vrednosti, nasilje je, zajedno sa seksualnošću, ubedljivo najprofitabilniji adut savremene medijske industrije. Najčešće i najbesmisleniji. No, njegova finansijka isplativost, prikrivena velom zabave, imaće daleko veće posledice po društvo i kulturu, ne toliko u smislu daljeg perpetuiranja nasilja, o čemu se najčešće govori, analizira i piše, već u kontekstu potrage za smislom savremenog čoveka/žene, a u gotovo potpuno obesmišljenom, savremenom medijskom horizontu delovanja.

70 Vid., primera radi, članak “Najmorbidniji i najgori film na svijetu – ‘Srpski film’.” Na stranici: <https://dnevnik.hr/showbuzz/omg/najmorbidniji-film-na-svijetu-je-srpski-film---423306.html>, pristupljeno: 24. 12. 2017.

Odabrana bibliografija sa netografijom:

“Living With Death”, *The New York Times*, na stranici: <http://www.nytimes.com/interactive/2013/03/03/arts/critics-on-violence-in-media.html>.

“Najmorbidniji i najgori film na svijetu – ‘Srpski film’“, na stranici: <https://dnevnik.hr/showbuzz/omg/najmorbidniji-film-na-svijetu-je-srpski-film---423306.html>.

“The Challenge of Agon”, na stranici: http://onlyagame.typepad.com/only_a_game/2006/03/the_challenge_o.html.

Baran, S. J., Davis, D. K., *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future* (Fifth Edition), Wadsworth, Cengage Learning, Boston, USA, 2009.

Bok, S., *Violence as Public Entertainment*, Higher Education, USA, 1988.

Bushman, B. J., Anderson, C. A., “Media Violence and the American Public scientific Facts Versus Media Misinformation”, na stranici: <https://pdfs.semanticscholar.org/7804/eofae6-b638660407e25f7b4a1a4c43440daa.pdf>.

<http://www.medialit.org/sites/default/files/connections/media%20violence.pdf>.

http://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/en/summary_en.pdf.

<https://www.popsugar.com/entertainment/Room-Movie-True-Story-44309756>.

https://www.researchgate.net/publication/283055317_Sexuality_and_entertainment_media.

Talking Philosophy, The Philosophy Magazine Blog, “Video Games, Movies & Violence”, na stranici: <http://blog.talkingphilosophy.com/?p=6587>.

Thoman, E., „Media Violence: What if we Changed the Question?“, na stranici: <http://www.medialit.org/reading-room/media-violence-what-if-we-changed-question>.

Trend, D., *The myth of media violence: A critical introduction*, Malden, MA: Blackwell Pub., 2007.

Philosophy of Media: Is Violence Funny?

Abstract

In the text, from the angle of media philosophy, the relationship between the phenomenon of violence and entertainment in the age of the rule of media culture is re-examined. It first explores whether violence can be defined as violence at all when it comes to its presentation in the media; after the conclusion that in such cases it is always a matter of media transformed violence that goes into something else, the purpose of the massive appearance of violence in today's media is investigated. In this context of inquiry, particular attention is drawn to the relationship between violence and entertainment that we encounter in the field of cinema and the video game industry. Asked why the entertainment industry uses violence in numerous media content, and whether violence is in itself fun, the answer is denied. Violence by itself can neither be fun; however, as a media product, it is highly profitable. That is why the world of entertainment today is flooded with violent content.

Key words: *violence, entertainment, media, film, media philosophy.*



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