

UDK: 314.74:304]:111.11
1Postman N.
1Groys B.
1Lipovetsky G.
Izvorni znanstveni rad
Primljeno: siječanj 2020.

Oliver JURIŠIĆ
Katolički Bogoslovni Fakultet Univerziteta u Sarajevu
Josipa Stadlera 5, 71000 – Sarajevo
oliverjurisic@gmail.com

TELEVIZIJSKI JEZIK I MIGRANT: PODUDARANJE UMA I ZABAVE

Sažetak

Fenomen migracija i stvarnosti migranta nije moguće sažeti ni onda kada obrađujemo jedan specifičan dio tog fenomena. Sociološki, religijski, politički i različiti pristupi ovoj stvarnosti pred nas stavljaju velik broj istraživanja i literature. Ovaj članak je također pokušaj parcijalnog razumijevanja koje unutar svojeg vlastitog pristupa ima opet svoja ograničenja. Govoriti o jeziku, znači pokušati nemoguće, a to je da iskustvo jezika bude zahvaćeno kao cjelina nekog istraživanja ili rada. Ovdje jezik kao pojam biva ograničen na pojam televizijskog jezika onako kako ga interpretira američki teoretičar Neil Postman. Izostavljamo pojam medijski jezik kao generički termin za sve aktualne načine komunikacije koji zahvaćaju puno više od pojma televizijski jezik. I pojam migrant ne uključuje njegovo sociološko, religijsko, političko i antropološko tumačenje, nego ga se promatra u kontekstu odnosa između gledatelja i zabave. I sami pojmovi zabave i stvarnosti ograničeni su na razumijevanje koje su ponudili, svatko na svoj način, teoretičar umjetnosti Boris Groys i filozof Gilles Lipovetsky. Stoga dometi i svrha članka nisu apsolutni pokušaj jedne sveobuhvatne interpretacije stvarnosti migranta s pomoću hermeneutičke metode. Radije sintetiziramo poglede trojice različitih autora u što užu interpretativni okvir koji je omeđen pojmovima televizijskog jezika, stvarnosti i zabave kako bi se eventualno rasprava o ovom fenomenu nastavila, širila i produbljivala.

Ključne riječi: *televizijski jezik, um, zabava, interpretacija, hiper, Neil Postman, Boris Groys, Gilles Lipovetsky, migrant.*

Uvod

Fenomen migracija nije novost. Velik broj različitih pristupa i studija o migracijama u velikoj mjeri objašnjava temeljne uzroke nastanka ovog društvenog stanja, kao i utjecaj koji migracije imaju na društva i kulture u kojima se događaju. Nije moguće u jednom prikazu zahvatiti sve ono što je povezano s migracijama i migrantima, ali se čini mogućim pokušati naznačiti kako televizijski jezik interpretira pojavu migranta. S obzirom na to da je televizijski jezik jedan od medijskih jezika koji imaju mogućnost interpretirati različite aspekte stvarnosti koja nas okružuje i u kojoj živimo, ne može se izostaviti utjecaj njegove interpretacije na naše razumijevanje i promatranje stvarnosti. Pitanje interpretacije stvarnosti, uključujući i stvarnost migranta, ne može se ostaviti po strani kao nevažno pitanje.

Razlog za to nije samo migrant ili skupine migranata čija je pojava aktualizirana izbjegličkom krizom nakon i u vrijeme ratnih događanja na Bliskom istoku (posebno Sirija i Jemen) nego još više utjecaj koji televizijski jezik kao interpretator stvarnosti ima na razumijevanje migranta od strane gledatelja ili promatrača koji sluša i gleda interpretacije televizijskog jezika. Čini se da je najveća žrtva interpretacije koju donosi televizijski jezik sam migrant kao stvarnost i ljudska osoba jer želimo pokazati da je odnos televizijskog jezika i migranta odnos dominacije i monopola na interpretaciju.

Naime migrant, kako ćemo pokušati predstaviti, neće biti ništa drugo doli jedan hiperproizvod zabave koju ćemo nešto kasnije opisati kao hiperstvarnost. Riječ je o tome da televizijski jezik donosi već gotove interpretacije migranta koje predstavlja pasivnom ljudskom umu kojemu ne dopušta aktivnu i kritičku interpretaciju migranta kao društvenog fenomena. Na taj način migrant prestaje biti stvarnost ljudske osobe i prelazi u domenu hiperfenomena, pojava čija je narav da budu proizvedene, konzimirane za potrebe zabave i u konačnici odbačene kao zastarjele i nedovoljno nove i ekskluzivne.

1. Televizijski jezik: brzina i diskontinuitet

Terminološki treba razlikovati medijski jezik od televizijskog jezika. Termin medijski jezik je višeznačan i problematičan jer je teško definirati njegove temeljne karakteristike s obzirom na to da neki medijski jezik zavisi od medija koji ga stvara, koristi i koji služi kao sredstvo inter-

pretacije stvarnosti. Televizijski jezik je jezik kojim televizija kao medij komunicira s gledateljem i on pripada domeni medijskih jezika. Temeljni koncept i karakteristike televizijskog jezika koji ovdje izlažemo donosi američki filozof i esejist Neil Postman.¹ Postman ističe kako je medij jezik kojim govori suvremena kultura. Nije riječ o mediju koji prenosi određenu poruku, nego o mediju kao jeziku koji interpretira stvarnost specifičnim načinom komunikacije s gledateljem i publikom. Postman medij definira kao jezik i naglašava da je tu i tamo došlo do identičnosti između određenog medija i njegovog jezika. Medij i jezik su metafora koje stvaraju sadržaj suvremene kulture.² Identičnost medija i jezika mijenjaju sliku stvarnosti i način komunikacije među ljudima i društvima mijenjajući time i shvaćanje samih kultura.

Među jezicima koji su nastali s pojavom medija Postman izdvaja ono što on naziva televizijski jezik. Televizijski jezik je jezik prijenosa informacija koji, prema Postmanu, ima dvije temeljne oznake: brzina i diskontinuitet. Brzinu televizijskog jezika Postman opisuje kao način prilagodbe informacija i podataka u odnosu na vrijeme koje se ima na raspolaganju. Tome odnosu Postman dodaje i pojavu medijskih slika kao načinu izražavanja televizijskog jezika. Iz odnosa informacija, vremena i slika nastaje fenomen brzine televizijskog jezika. Postman smatra da brzina televizijskog jezika uključuje u velikoj mjeri (ne i nužno) pojavu koju generira brzina televizijskog jezika. Postman je karakterizira kao diskontinuitet. Diskontinuitet Postman shvaća kao odsutnost kohezivnog interpretativnog temelja koji bi služio kao univerzalni nazivnik razumijevanja i interpretacije sadržaja, dosega i značenja informacija koje televizijski jezik predstavlja gledatelju ili publici.³

Kao primjer brzine i diskontinuiteta televizijskog jezika uzmimo informativnu emisiju u trajanju od trideset minuta (kolokvijalnog naziva informativna emisija, vijesti, dnevnik). U određeni vremenski okvir stavlja se određeni broj informacija i slika kako bi se dobila određena cjelina. Postman uočava da, iako je riječ o cjelini, nije moguće govoriti o interpre-

¹ Usp.: Neil POSTMAN, *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business* (London: Penguin Books, 2006.).

² Usp.: N. POSTMAN, *Amusing Ourselves to Death*, 15.

³ Usp.: N. POSTMAN, *Amusing Ourselves to Death*, 7-15: (Postman za oznaku diskontinuiteta koristi engleski izraz najave u vijestima „Now this...“ koji možemo prevesti izrazom „A sada slijedi...“ čime se ostvaruje brzina i diskontinuitet televizijskog jezika. Pojavu telegrafa, fotografije, televizije, reklame i drugih medija koji se temelje na brzini i diskontinuitetu Postman će opisati kao „graphic revolution“. Usp.: N. POSTMAN, *Amusing Ourselves to Death*, 74, 110.).

tativnoj cjelini. Interpretativna cjelina bio bi, recimo, neki roman ili film koji ima klasičnu podjelu na uvod, zaplet, rasplet, vrhunac i kraj koje je moguće razumjeti kao jednu smislenu cjelinu. Televizijski jezik je često sklon dekonstrukciji smislene i sadržajne cjeline, posebno u informativnoj domeni. Nekoliko vijesti koje su međusobno nepovezane i nije ih moguće spojiti u smislenu cjelinu koja bi se mogla interpretirati, način je na koji televizijski jezik komunicira sadržaj.⁴

Kao praktičan primjer možemo navesti sljedeći saržaj jedne od mnogih informativnih emisija: hapšenje premijera države zbog korupcije i mita, propast tvornice za preradu plastike, snimanje novog domaćeg filma, prilog o životu na selu i njegovim prednostima u odnosu na život u gradu, nagli pad temperatura u zemlji kojom inače tradicionalno dominiraju umjereno visoke temperature, izlazak novog proizvoda na tržište od strane renomiranog proizvođača, trudnoća poznate glumice i kako se ona i njezin muž, poznati redatelj, nose s trudnoćom i očekivanjem prvog djeteta, što je sve potrebno imati od lijekova u sezoni prehlada. Postman primjećuje da ovakav sadržaj potvrđuje kako televizijski jezik ima svoj interpretativni okvir koji se sastoji od brzine i diskontinuiteta, ali je taj interpretativni okvir pogrešno opisan kao interpretacija jer nije moguće imati smislenu i razumljivu interpretaciju ako su brzina i diskontinuitet temeljne karakteristike određenog jezika.⁵

Ovdje ćemo televizijski jezik opisati kao podudaranje uma i zabave čime impliciramo da je fenomen zabave također karakterističan po tome što se izražava televizijskim jezikom, brzinom i diskontinuitetom. Umom i zabavom ćemo označiti međusobni odnos brzine i diskontinuiteta unutar televizijskog jezika gdje brzina pripada području zabave, a um pripada području diskontinuiteta. Um i zabava su u takvu odnosu da se između ta dva segmenta televizijskog jezika ne može dogoditi sadržajna i cjelovita interpretacija, nego odnos ide u smjeru odsutnosti bilo kakve koherentne interpretacije sadržaja kao monolitne interpretativne cjeline.⁶

Međutim, opisivanje televizijskog jezika kao podudaranje uma i zabave ostavlja neodgovorenim pitanje što je um i što je zabava unutar televizijskog jezika, kao i jasnije shvaćanje fenomena interpretacije. Potrebno je opisati kakva je uloga uma, zabave i interpretacije za televizijski jezik jer nedovoljno je istaknuti nedostatak interpretativne povezanosti kao jednu od temeljnih oznaka televizijskog jezika.

⁴ Usp.: N. POSTMAN, *Amusing Ourselves to Death*, 25-27.

⁵ Usp.: N. POSTMAN, *Amusing Ourselves to Death*, 64-80.

⁶ Usp.: N. POSTMAN, *Amusing Ourselves to Death*, 76-79.

2. Um

Kada govorimo o terminu um, mislimo na položaj ljudskog uma kao sposobnosti mišljenja u odnosu na neku stvarnost koja može biti interpretirana. Um je u ovom kontekstu interpretativni odnos čovjekove sposobnosti interpretacije i stvarnosti pred kojom se čovjek nalazi. Složenost termina um, kao i njegovih funkcija, prisiljava nas da, kada govorimo o umu, ograničimo izlaganje na odnos uma i umjetničkog djela o kojem govori ruski teoretičar umjetnosti Boris Groys. Na taj način dolazimo do potrebnog opisa uma kao interpretativnog odnosa čovjeka i stvarnosti.

Groys će označiti položaj ljudskog uma u odnosu na umjetnost s pomoću dva pristupa interpretaciji umjetničkog djela. Groys sugerira da s obzirom na interpretaciju umjetničkog djela postoji aktivni stav ljudskog uma kao prvi pristup. U tom odnosu između umjetničkog djela i promatrača aktivnost interpretacije i sama interpretacija na strani su promatrača ili gledatelja. Aktivan čovjekov um interpretira nepomično umjetničko djelo te svojom interpretativnom aktivnošću nastoji dokučiti koji je smisao, sadržaj, poruka i domet nekog umjetničkog djela. Takav aktivan umski pristup interpretaciji pronalazimo dok promatramo umjetničku sliku izloženu u muzeju ili skulpturu. Umjetničko djelo je nepomično i pasivno u odnosu na interpretaciju, dok aktivna i kritička interpretacija umjetničkog djela pripada čovjekovu umu.⁷

Drugi pristup umjetnosti jest pasivnost uma u interpretaciji umjetničkog djela gdje je um samo pasivni promatrač bez aktivnog interpretativnog sudjelovanja u razumijevanju stvarnosti umjetničkog djela. Za Groysa postoje umjetnosti (posebno film i videoumjetnost) koje po svojoj interpretativnoj svrsi i doseg u stvaraju mentalnu nepomičnost uma pred umjetničkim djelom. Um postaje ne samo interpretativno pasivan nego i interpretativno nepomičan pred živim slikama filmske, glazbene i drugih najčešće vizualnih umjetnosti koje se temelje na snažnim zvučnim i vizualnim dojmovima i sugestijama. Uzmimo za primjer kinodvoranu gdje se prikazuje ono što se danas naziva blockbuster filmom. Riječ je o filmu jakih specijalnih efekata s puno tehnoloških inovacija na području slike i kompjutorske obrade.⁸ Gledatelji u kinodvorani ne sudjeluju aktivno u interpretaciji filma kao umjetničkog djela, nego je riječ o kolektivnoj mentalnoj nepomičnosti pred živim kompjutorskim slikama koje se velikom

⁷ Usp.: Boris GROYS, *Art Power* (Cambridge-London: MIT Press, 2013.), 41-42.

⁸ Usp.: Žil LIPOVECKI – Žan SEROA, *Globalni ekran od filma do smartfona* (Novi Sad: Akademska Knjiga, 2013.), 88-91.

brzinom smjenjuju na platnu. U slučajevima ovakva pristupa umjetničkom djelu kao što je blockbuster film um ne sudjeluje aktivno u interpretaciji, nego je um pasivni primatelj slika.⁹

Reći kako je um pasivan i mentalno nepomičan pred umjetničkim djelom, znači istaknuti kako um aktivno ne sudjeluje u interpretaciji događaja koji se naziva umjetničkim događajem (kinoprojeksija je umjetnički događaj na sebi svojstven način). Umjetničko djelo je već snimljen sadržaj, odnosno unaprijed interpretirano, i preostaje da se umjetničko djelo konzumira, odnosno podloži ideji potrošnje kao njegove temeljne svrhe. U trenutku mentalne nepomičnosti uma i umjetničkog djela koje je već interpretirano i koje je posljedično pretvoreno u sadržaj za konzumaciju ili potrošnju, nastaje fenomen koji se naziva zabavom.

U ovom specifičnom kontekstu odnosa uma i umjetničkog djela zabava je fenomen relacije između mentalne nepomičnosti uma i konzumiranja sadržaja već interpretiranog umjetničkog djela. Zabava je odsutnost aktivne interpretacije umjetničkog djela od strane angažiranog i aktivnog ljudskog uma. Postmanova ideja o televizijskom jeziku, kao i misao o televizijskom jeziku kao podudaranju uma i zabave, treba biti proširena: televizijski jezik je podudaranje uma i zabave, odnosno riječ je o odnosu između pasivnosti i mentalne nepomičnosti uma i nemogućnosti aktivne interpretacije sadržaja koji se ne može dalje interpretirati jer je već interpretiran, nego se može isključivo konzumirati. Ovo prošireno shvaćanje opisa televizijskog jezika kao podudaranja uma i zabave u skladu je s dvije temeljne karakteristike televizijskog jezika: brzina i diskontinuitet. Brzina i diskontinuitet ne pružaju mogućnost aktivne umske interpretacije jer ne pretpostavljaju postojanje smislene cjeline koja bi bila otvorena aktivnoj umskoj interpretaciji.¹⁰

3. Zabava i hiperstvarnost

Zabava nastaje kao odnos između pasivnog i mentalnog nepomičnog uma i aktivne konzumacije već interpretiranog sadržaja i kao fenomen odnosa uma i stvarnosti postaje u određenom trenutku hiperstvarnost. Termin hiper pronalazimo kod francuskog filozofa Gillesa Lipovetskog. Lipovetsky terminom hiper označava cijelo jedno područje društvenih pojava i odnosa u postmodernim društvima. Karakteristike onoga što se u bilo

⁹ Usp.: B. GROYS, *Art Power*, 70-73, 78-81, 88, 181.

¹⁰ Usp.: B. GROYS, *Art Power*, 83-91. Usp.: Walter BENJAMIN, *Eseji* (Beograd: Nolit, 1974.), 114-153.

kojem pogledu može nazvati hiper jesu novo, zavođenje i ekskluzivnost. Terminom hiper Lipovetsky ne označava neku konkretnu društvenu pojavu, nego je riječ o psihološkom i mentalnom stavu i ponašanju u odnosu prema stvarnosti. Recimo, kada neka tehnološka kompanija izbaci na tržište novi pametni telefon (*smartphone*), nastaje pojava koja u sebi zadrži ono što Lipovetsky opisuje kao hiper. Stoga možemo govoriti o nastanku hiperfenomena.¹¹

Novi smartphone je novo, trenutno najjači na tržištu (od kamere od procesora), reklama je ona koja zavodi potrošača da ga kupi i potrošač je u konačnici onaj kojega se poziva da s velikom brzinom potroši proizvod jer već za tri mjeseca izlazi novi smartphone i trebat će zamijeniti stari. Riječ je o nastojanju da potrošač, sudjelujući u konzumiranju hiperfenomena, stvara nove fenomene i stvarnosti s karakteristikama novine, zavođenja i ekskluzivnosti o čemu svjedoče nepregledni redovi potrošača koji čekaju pred trgovinama tehnoloških pametnih spravica (*gadget*) kako bi kupili proizvod.¹²

Na taj način rađa se nova stvarnost društvenih odnosa i interpretacije stvarnosti koju se naziva hiperstvarnošću. Hiperstvarnost je potpuno nov način interpretacije stvarnosti kao kada socijalna društvena mreža postane dominantan način interpretacije ljudskih odnosa. Kada se stvarnost tih odnosa premjesti u područje socijalne društvene mreže koja svojom interpretacijom ljudskih odnosa generira jednu potpuno novu interpretaciju što su ljudski odnosi i od čega se sastoje i što je njihov sadržaj, nastaje hiperstvarnost. Hiperstvarnost nije digitalna, virtualna, nepostojeća, izmišljena stvarnost. Hiperstvarnost je nov način interpretacije postojeće stvarnosti koji svojom interpretacijom postojeću stvarnost mijenja, prilagođava, dopunjuje, ukida.

Hiperstvarnost je način interpretacije stvarnosti i stoga kada kažemo da je zabava hiperstvarnost, ističemo kako je zabava jedan od oblika interpretacije postojeće stvarnosti. Zabava nije hiperfenomen. Hiperfenomen je ono što proizlazi iz već postojeće stvarnosti koja ide u smjeru da postane u jednom trenutku hiperstvarnost. Recimo, neki film je hiperfenomen ako se velikom brzinom stvara u nekoliko nastavaka koji svaki put donose nešto novo i ekskluzivno. Filmovi iz serijala poput „Ratovi zvijezda“, „Harry Potter“, „Gospodar prstenova“ su hiperfenomeni, iako su neki od njih temeljeni na knjigama, svejedno velikom količinom novog

¹¹ Usp.: Ž. LIPOVECKI – Ž. SEROA, *Globalni ekran od filma do smartfona*, 62-66.

¹² Usp.: Gilles LIPOVETSKY, *Paradoksalna sreća ogled o hiperpotrošačkom društvu* (Zagreb: Antibarbarus, 2008.), 54-56.

i ekskluzivnog potiču velik broj potrošača da ih konzumiraju (zbog toga su česte nadogradnje i promjene scenarija samog filma u odnosu na originalni književni predložak).

Zabava kao stvarnost u sebi sadržava različite fenomene (film, televizija, socijalne mreže) koji od potrošača zahtijevaju brzu prilagodbu novom i ekskluzivnom, kao i brzu konzumaciju predloženih sadržaja.

Zadaća zabave je stvaranje hiperstvarnosti kao stvarnosti proizvodnje uvijek novih i ekskluzivnih sadržaja koji će se kroz određene pristupe (slika, zvuk, video, reklama) predstavljati kao zavodljivi, koji će pozivati i zahtijevati od potrošača da ih što prije treba konzumirati kako bi se stari sadržaji zamijenili novima. Tim procesom zabava proizvodi hiperstvarnost koja se sastoji od hiperfenomena koji svojom pojavom mogu interpretirati na potpuno nove i drukčije načine postojeću stvarnost u kojoj živimo.¹³

Sama zabava u jednom trenutku postaje hiperstvarnost kada više nije moguće razlučiti stvarne interpretativne razlike između same zabave i stvarnosti na koju se zabava odnosi kao kada, recimo, gledatelj ili publika koja konzumira film zaključuje da je ono što se dogodilo na filmu identično postojećoj stvarnosti na koju se film odnosi.

Zabava, kada postane hiperstvarnost, u svoj sadržaj i doseg uključuje televizijski jezik čija brzina i diskontinuitet doprinose stalnoj smjeni sadržaja, nastanku novih sadržaja i zavođenju konzumenta da ga što prije konzumira jer uskoro dolazi novi sadržaj čime televizijski jezik stječe moć proizvodnje hiperstvarnosti.¹⁴ U ovom kontekstu možemo dodatno proširiti Postmanovu ideju o televizijskom jeziku i misao o televizijskom jeziku kao podudaranju uma i zabave i dodati kako je televizijski jezik podudaranje uma i hiperstvarnosti. Time dolazimo do tvrdnje kako je televizijski jezik ne podudaranje, nego proizvodnja hiperstvarnosti za potrebe konzumiranja od strane pasivnog i mentalno nepomičnog ljudskog uma. Međutim, ostaje pokušati u ovom kontekstu opisati i onaj najsloženiji dio ovog pitanja, a to je pitanje interpretacije i kakva je njezina uloga u odnosu prema televizijskom jeziku.

¹³ Usp.: Ž. LIPOVECKI – Ž. SEROA, *Globalni ekran od filma do smartfona*, 53-54, 250-253.

¹⁴ Usp.: Ž. LIPOVECKI – Ž. SEROA, *Globalni ekran od filma do smartfona*, 250-253.

4. Interpretacija

Termin interpretacija po svojoj kompleksnosti sličan je terminu medijski jezik. Govoriti o interpretaciji, nije moguće bez osvrta na mnoga druga područja povezana s tim terminom. Iz razloga složenosti interpretacije kao termina i ideje ograničit ćemo se na četiri značenja pojma interpretacija. Jedan pojam susrećemo kod Postmana, dva pojma implicitno susrećemo kod Borisa Groysa, dok treći pojam pronalazimo kod Gillesa Lipovetskog. Kod sva tri autora interpretaciju pronalazimo implicitno u širem kontekstu.

Kod Postmana pojam interpretacije implicitno je sadržan u Postmanovu opisu televizijskog jezika kao jezika brzine i diskontinuiteta. Odsutnost jasnijeg odnosa između brzine i diskontinuiteta kod Postmana otežava jasno i precizno određenje što Postman određuje kao interpretaciju. Ipak može se zaključiti da Postman implicitno interpretaciju promatra u negativnom kontekstu kao nešto što je odsutno iz odnosa uma i zabave, odnosno televizijskog jezika. Interpretacija pripada ranijim vremenskim razdobljima koja Postman opisuje kao razdoblja izlaganja (razdoblja: književnost, poezija, kazalište), dok s otkrićem telegrafa i fotografije interpretacija prestaje biti središte kulturnog života jedne zajednice i društva.¹⁵ Interpretacija je kohezivni element unutar određene kulture koja se ujedinjuje s pomoću zajedničkih interpretativnih temelja koji imaju univerzalno značenje za određeno društvo.

Postman u pokušaju opisa interpretacije pravi usporedbu između religijskih simbola i znakova koji su univerzalno prihvaćeni u društvu (kao što je, recimo, simbol križa ili neki drugi simbol) i televizijskih propovjednika koji stječu veliku popularnost 1960-ih i 1970-ih godina u Sjedinjenim Američkim Državama. Dok religijski simboli zadržavaju univerzalno značenje i doseg, čime ostavljaju mogućnost postojanja zajedničke interpretacije, televizijski propovjednici fragmentiraju religijsko znakovlje i simboliku i time umanjuju sposobnost interpretacije i njezine univerzalne dosege i mogućnosti sadržajnog tumačenja. Postmanova vizija interpretacije pesimistična je jer prema njegovu razumijevanju interpretacija s pojavom televizijskog jezika gubi svoj karakteristični univerzalistički smisao i značenje.

Kod Groysa susrećemo dva razumijevanja interpretacije koja se temelje na odnosu promatrača i umjetničkog djela. Slijedeći Groysa, možemo govoriti o aktivnoj interpretaciji prema kojoj promatrač aktivno sudjeluje u tumačenju umjetničkog djela (slika, skulptura, roman) tako

¹⁵ Usp.: N. POSTMAN, *Amusing Ourselves to Death*, 63, 65-67.

da se umjetničko djelo nastoji aktivnom interpretacijom uklopiti u opus umjetničkog djelovanja ili čak u širi društveni kontekst koji je utjecao na umjetničko djelo. Na drugoj strani nailazimo na pojavu novijeg vremena zahvaljujući razvoju filma i videoumjetnosti koju možemo opisati kao pasivnu interpretaciju. Riječ je prije svega o odnosu promatrača (gledatelja) i umjetničkog djela (film, video) gdje je interpretacija već zadana kao interpretativni okvir i promatrač ne sudjeluje aktivno interpretirajući umjetničko djelo, nego radije pasivno konzumira njegov sadržaj, što otupljuje kritički i aktivni pristup kroz interpretaciju.

Kod Lipovetskog u kontekstu njegova razumijevanja pojma hiper susrećemo ideju interpretacije koju on označava kao ekranosferu. Ekranosfera je ideja apsolutne interpretacije stvarnosti, jedan vid monopola na interpretaciju. U kontekstu ideje koju Lipovetsky označava kao ekranosferu možemo govoriti o interpretaciji, kako ističe Lipovetsky, kao ekranokraciji. Ekranokracija je dominacijski i monopolistički pristup stvarnosti i njezinu odnosu prema interpretaciji tako da, recimo, zabava kao hiperstvarnost ima mogućnost postati dominantni ako ne i jedini način razumijevanja stvarnosti kroz ono što Lipovetsky opisuje kao vladavinu ekrana.¹⁶

Ova četiri shvaćanja interpretacije na svoj način barem posredno pripadaju i televizijskom jeziku. Postmanova ideja kako interpretacija gubi svoj univerzalistički smisao i značenje nastankom televizijskog jezika spada u onaj dio televizijskog jezika koji smo opisali kao diskontinuitet.¹⁷ Diskontinuitet televizijskog jezika koji se formira tako što različite vijesti iz različitih područja života ne mogu stvoriti temelj za univerzalnu interpretaciju Postman opisuje kao show business. Za Postmana show business nije samo sociološki fenomen nego i logična posljedica televizijskog jezika i njegove sposobnosti da onemogući kohezivnu interpretaciju neke cjeline kao što je, recimo, informativni program (vijesti, dnevnik). Postman show business vidi kao ono što smo prethodno označili kao hiperstvarnost.

Groysova dvostruka podjela interpretacije na pasivnu i aktivnu iako ne u potpunosti ipak djelimično pripada televizijskom jeziku. Televizijski jezik po svojoj naravi teži tome da gledatelj bude pasivni promatrač već interpretiranog sadržaja koji je unaprijed složen i filtriran u određeni oblik prijenosa informacija. U tom pogledu televizijski jezik generira ono što Groys opisuje indirektno kao mentalnu nepomičnost uma pred određe-

¹⁶ Usp.: Ž. LIPOVECKI – Ž. SEROA, *Globalni ekran od filma do smartfona*, 36-39, 283-286, 312, 323-328, 334. (Lipovetsky govori u ovom kontekstu o ekspresivnom ekranu, homo ecranisu i ekranokraciji i ekranosferi.).

¹⁷ Usp.: B. GROYS, *Art Power*, 129. (Implicitno Groys govori o interpretativnom diskontinuitetu.).

nim sadržajem. Misao Lipovetskog o ideji ekranosfere, koju opisuje i kao ekranokraciju, također pronalazi svoje mjesto u televizijskom jeziku.

Televizijski jezik sastavljen od mnoštva različitih vijesti teži njihov uniformnom interpretiranju čime nastaje interpretativni pristup koji Lipovetsky naziva ekranosferom ili ekranokracijom. Nije riječ o dominaciji vijesti nad stvarnošću, nego je riječ o dominaciji televizijskog jezika u njegovu interpretativnom smislu nad postojećom stvarnošću koju se interpretira.¹⁸ S obzirom na to da s jedne strane ne postoji zajednički interpretativni smisao vijesti koje su međusobno različite, ali ipak televizijski jezik teži uniformnosti interpretacije, javlja se određeni problem. Ova poteškoća potvrđuje kako televizijski jezik može uključiti samo pasivnu interpretaciju i mentalnu nepomičnost uma i zabavu kao oblik hiperstvarnosti.

Televizijski jezik isključuje odnos aktivne interpretacije i zabave jer zabava po svojoj naravi teži uniformnosti i dominaciji interpretacije. Zabava po svojem sadržaju ne uključuje aktivnu interpretaciju kao način razumijevanja stvarnosti. Postmanovu ideju o televizijskom jeziku kao podudaranju uma i zabave možemo dodatno nadopuniti tvrdnjom kako je riječ o dominaciji i monopolu pasivne interpretacije i hiperstvarnosti nad aktivnom i kritičkom interpretativnom sposobnošću ljudskog uma.

5. Televizijski jezik i migrant

Pod terminom migrant razumijemo određenu postojeću stvarnost koja se javlja kao ona koja zahtijeva interpretaciju. Migrant nije konkretna osoba, nego fenomen koji se uklapa u određeni interpretativni okvir. Tim uklapanjem u interpretativni okvir proizvodi se ono što nazivamo stvarnošću migranta.

Iz prethodnog se čini logičnim primijetiti kako je nemoguć televizijski jezik koji bi proveo mjesec i godine interpretirajući postojeću stvarnost migranta. Takav televizijski jezik bio bi protivan onom televizijskom jeziku o kojem govori Postman. Svakodnevni ljudski jezik također nije u mogućnosti ponuditi adekvatnu interpretaciju migranta jer svakodnevni ljudski jezik zahtijeva aktivnu i kritičku interpretaciju stvarnosti, što je u sukobu sa zabavom koja teži biti hiperstvarnost, dominantna i monopolistička interpretativna aktivnost u odnosu na stvarnost. Televizijski jezik ne poznaje zahtjeve interpretativne i otvorene slobode interpretacije stvarnosti.

¹⁸ Usp.: Ž. LIPOVECKI – Ž. SEROA, *Globalni ekran od filma do smartfona*, 294-299. (Lipovetsky ističe video-nadzor kao specifičan oblik monopola i dominacije odnosno oblik ekranokracije.).

Svakodnevni ljudski jezik je aktivni ljudski um koji interpretira stvarnost oko sebe. Nije riječ o govornom jeziku, nego je riječ o aktivnoj i kritičkoj sposobnosti ljudskog uma da ponudi adekvatnu interpretaciju stvarnosti koja ga zanima i za koju ima određeni interes. Svakodnevni ljudski jezik ne može prihvatiti kao svoju temeljnu osobinu pasivnu interpretaciju i mentalnu nepomičnost uma koja nema nikakve aktivne refleksije u odnosu prema stvarnosti i ne može prihvatiti zabavu kao konačnu interpretaciju stvarnosti. Svakodnevni ljudski jezik kao sposobnost interpretacije ne može prihvatiti apsolutnu dominaciju i monopol hiperstvarnosti i hiperfenomena nad postojećom stvarnošću i ljudskim umom.

Televizijski jezik i svakodnevni ljudski jezik dva su različita razumijevanja uloge i zadaće ljudskog uma u interpretaciji stvarnosti. Ovaj nekad pritajeni, nekad otvoreni sukob možemo osjetiti u odnosu između stvarnog susreta sa živom ljudskom osobom koja je migrant i s jednodimenzionalnim televizijskim prilogom koji jedino što govori jest da netko tko je migrant ne želi, recimo, ostanu u BiH, nego želi isključivo ići u Njemačku ili neku drugu zemlju Europske unije.

Televizijski jezik proizvodi zabavu i kao svoj vlastiti surogat, kao ono što proizlazi iz nečega što je temeljno i prethodi surogatu. Zabava kao surogat televizijskog jezika po svojoj naravi teži ekranokraciji, teži postati jedna hiperstvarnost koja unutar sebe ujedinjuje televizijske jezike u jedinstvenu i monolitnu interpretaciju izvan koje nije moguća alternativna interpretacija. Televizijski jezik po svojoj naravi, jer je izvor hiperstvarnosti, teži monopolu nad interpretacijom. Time dolazimo do tvrdnje kako televizijski jezik nije podudaranje uma i zabave, jer postoji mogućnost da podudaranje dopušta aktivniji i kritičkiji pristup interpretaciji, nego je televizijski jezik dominacija ekranosfere nad svakodnevnim ljudskim jezikom. Ta tvrdnja utječe i na odnos televizijskog jezika prema migrantu kao pojavi koju se interpretira. Uzmimo za primjer neke interpretacije televizijskog jezika o tome tko je migrant:

- migrant je zaštitni znak (*trade-mark*) savršenog čovjeka, plemeniti divljak kako ga je zamislio Rousseau i koji je postao zao jer ga je pokvario zapadni čovjek bijele boje kože;
- migrant je bezgrešan izvorni čovjek izišao iz zemaljskog raja i postao grešan zahvaljujući kolonijalnim silama Zapada;
- migrant je žrtva zavođenja zapadne Eve koja je zavela i upropastila migrantskog Adama;
- migrant je silovatelj, kriminalac, islamski terorist i ubojica;
- migrant je islamski proizvod za maltretiranje savjesti kršćanstva;

- migrant je biološko oružje usmjereno protiv biološki umirućeg Zapada i Europe;
- migrant je savršeno obrazovan, vrhunski intelektualac koji se lako i slobodno integrira u zapadna društva i vrijednosti;
- migrant je kulturološki ispod zapadnog čovjeka;
- migrant je muškarac u najboljim godinama za ratovanje koji će uskoro s vojskom migranata zauzeti Vatikan;
- migrant je superiorno nadmoćan sekulariziranom i ateističkom zapadnjaku.

To su neke od interpretacija migranta kao stvarnosti. One proizlaze iz televizijskog jezika i njegove brzine i diskontinuiteta. Za televizijski jezik migrant je hiperfenomen zabave, fenomen hiperstvarnosti koja se kao nešto novo, zavodljivo i ekskluzivno treba konzumirati. Stvarnost za koju televizijski jezik ne dopušta aktivnu i kritičku umsku interpretaciju, nego zahtijeva mentalnu nepomičnost uma. Migrant je sadržaj koji se konzumira kao već interpretirani proizvod i kao već interpretirana stvarnost. Migrant s televizijskim jezikom postaje hiperfenomen, sadržaj koji se kao nešto novo i ekskluzivno proizvodi i konzumira.

Odnos televizijskog jezika prema migrantu slijedi prethodno izrečenu tvrdnju o televizijskom jeziku kao pasivnosti uma pred hiperstvarnošću. Ne postoji striktno ono što Postman iznosi kao temeljnu tvrdnju o televizijskom jeziku kao podudaranju uma i zabave. Podudaranje uma i zabave nije stvarno podudaranje kako je to mislio Postman, nego je riječ o monopolu koji zabava kao hiperstvarnost ima nad stvarnošću i posljedično ljudskim umom. Kada govorimo o televizijskom jeziku i migrantu, ne možemo se složiti s Postmanom kako je riječ o podudaranju uma i zabave. Radije tvrdimo da je riječ o dominaciji i monopolu hiperstvarnosti nad umom. Ne postoji podudaranje između stvarnosti migranta i televizijske interpretacije njegove pojave. Postoji dominacija i apsolutiziranje stvarnosti migranta od strane televizijskog jezika s pomoću brzine i diskontinuiteta čime se migrant proizvodi kao hiperfenomen.

Televizijski jezik i migrant nisu u pravičnom i recipročnom odnosu kao jedan jezik koji se trudi interpretirati postojeću stvarnost. Kod televizijskog jezika i migranta ne postoji uzajamni odnos. Postoji dominacija i monopol televizijskog jezika nad migrantom kao pojavom koja se televizijskim jezikom pretvara u hiperfenomen i hiperstvarnost. Migrant interpretiran televizijskim jezikom postaje zabava, novi i ekskluzivni sadržaj koji se pasivno i mentalno nepomično konzumira kao proizvod. Za televizijski jezik migrant nije postojeća stvarnost i ljudska osoba, nego je hiperproizvod televizijskog jezika

Zaključak

Televizijski jezik je jezik koji ima karakteristiku stvaranja pasivnosti kada govorimo o ljudskom umu i njegovu odnosu prema stvarnosti. Razlog umske pasivnosti treba tražiti implicitno u dvije karakteristike televizijskog jezika koje je Neil Postman definirao kao brzinu i diskontinuitet. Međutim, brzina i diskontinuitet nisu dovoljni kao izolirani elementi da bi se razumjelo na koji način televizijski jezik stvara pasivnost uma pred njegovom zadaćom interpretacije svijeta u kojem egzistira. Niti je dovoljno ustvrditi zajedno s Postmanom kako je televizijski jezik podudaranje uma i zabave. Potrebno je bilo djelomično pokazati kako nastaje pasivnost uma u odnosu na stvarnost.

Pasivnost uma nastaje zbog televizijskog jezika kao interpretatora stvarnosti koji u određenom trenutku generira zabavu kao svoj vlastiti surogat. Ovaj proces nastanka zabave iz televizijskog jezika stvara područje hiperstvarnosti kao oblika interpretacije postojeće stvarnosti. Narav hiperstvarnosti takva je da ona zahtijeva pasivni um kao konzumenta već interpretiranog sadržaja. Nije moguće govoriti stoga o televizijskom jeziku kao podudaranju uma i zabave, nego o dominaciji i monopolu hiperstvarnosti nad umom. Televizijski jezik je interpretativni proces koji proizvodi stanje pasivnog, odnosno mentalno nepomičnog uma pred stvarnošću i njezinom interpretacijom.

Slijedeći tri autora o kojima je bilo riječi, dolazimo do negativne slike odnosa televizijskog jezika prema ljudskom umu i njegovoj interpretativnoj aktivnosti. Televizijski jezik ne poznaje aktivni i kritički ljudski um kao sugovornika u interpretaciji stvarnosti, nego preferira ljudski um kao instrument konzumacije sadržaja koji proizvodi zabava. Posljedično i migrant kao ono što treba interpretirati ne može biti prikazan kao stvarnost koju se može aktivno i kritički interpretirati. Televizijski jezik migranta proizvodi kao zabavu, kao dio hiperstvarnosti i migrant kao proizvod zabave zahtijeva pasivni um odnosno mentalno nepomičan um. Na taj način televizijski jezik, proizvodeći migranta kao hiperfenomen zabave, otupljuje aktivnu i kritičku sposobnost ljudskog uma i njegovu interpretaciju fenomena migranta.

Migrant je u odnosu između uma i zabave, u odnosu između hiperstvarnosti i pasivnog uma hiperprodukt koji se javlja kao nešto novo i ekskluzivno, nešto što treba kao zabavni sadržaj što prije konzumirati. Migrant nije postojeća stvarnost jer ne postoji aktivna i kritička interpretacija uma zainteresirana za razumijevanje cjelokupnosti i ukupnosti migranta (njegove biografije, kulture, motiva migracije, obiteljske pozadine,

budućih želja i planova). Migrant nije postojeća stvarnost, migrant je hiperstvarnost proizvedena ne za potrebe podudaranja uma i zabave, nego je proizveden kao zabava na temelju interpretativnog monopola i dominacije televizijskog jezika nad ljudskim umom i stvarnošću.

LANGUAGE OF TELEVISION AND MIGRANTS: PERSPECTIVES OF INTELLECT AND ENTERTAINMENT

Summary

The phenomenon of migration and the experience of migrants is impossible to summarize even when we go into specifics. Diverse sociological, religious, and political approaches have produced a large volume of literature and research. This article is a modest attempt at partial understanding and maintains a limited scope. Research on language is to some extent rendered impossible, as it posits an understanding of language as a complete experience of communication. Hence, the term language is limited here to the definition of television language formulated by Neil Postman. We leave aside the language of media as a generic term for all the actual means of communication, which goes beyond the language of television. The term 'migrant' also does not include sociological, religious, political and anthropological interpretation but is limited to the fields of news and entertainment. Even the terms of news and entertainment are understood in the sense defined by art theorist Boris Groys and philosopher Gilles Lipovetsky. Hence the scope and purpose of the present article is not a comprehensive attempt at some sort of final interpretation of the reality of the migrant experience through a hermeneutical approach. Rather, the article is a synthesis of views by three authors in a narrow context limited by the terms 'the language of television', 'news' and 'entertainment', so that discussion of the migrant phenomenon can be continued and developed into new and different views and interpretations.

Key words: language of television, intellect, entertainment, interpretation, hyper, Neil Postman, Boris Groys, Gilles Lipovetsky, migrant.

Translation: Oliver Jurišić and Kevin Sullivan