

IVAN MAJIĆ

Filozofski fakultet, Zagreb

Odsjek za južnoslavenske jezike i književnosti

## **BIG BROTHER – OD SIMULACIJE PREMA SUVREMENOM MITU (ČITAJUĆI/GLEDAJUĆI DRAMU *HODNIK* MATJAŽA ZUPANČIČA)**

U članku se preispituje uloga i značaj *reality showa* u kontekstu suvremene medijske situacije uz pomoć analize drame *Hodnik* suvremenog slovenskog dramatičara Matjaža Zupančiča. Drama je to koja omogućuje oprimjeravanje Baudrillardova teorijskog promišljanja simulacije kao posljedice medijske slike koja recipijentima nudi cirkularni znak lišen referenta. Zavodljivošću igre *reality show* u spektaklu stvarnosti upotrebljava elemente mitoloških obrazaca u kojima povlašteno mjesto ima instanca koja ima najveću moć nadzora. Simulacija mitoloških obrazaca unutar *showa* poput preživljavanja, organizacije, nedostatka tehnoloških aparata, zapravo je nostalgija za stvarnošću koja je u digitaliziranom društvu iščezla, a ujedno je i potencijal za generiranje novih suvremenih mitoloških reprezentacija.

Ključne riječi: *reality show*, simulacija, nadzor, suvremeni mediji, Baudrillard, suvremeni mitovi

### **I.**

Kada Walter Benjamin u poznatoj raspravi "Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije", govoreći o procesu nastanka filmske, odnosno umjetničke slike, taj proces uspoređuje s kirurgom i vračem, gdje bi vrač simbolizirao slikara, a kirurg snimatelja, kao da kirurško-snimateljskim zahvatom "prodiranja u tkivo danosti" (Benjamin 1986:142) naslućuje dalekosežno ukidanje distance između sudionika toga procesa, dok vrača-slikar zadržava "prirodni razmak između sebe i pacijenta" (ibid.). Posljedica su potpuno različite slike koje nastaju, "slikareva je totalna, snimateljeva rascjepkana u

mного djelića koji se slažu prema novom zakonu" (ibid.). Taj novi zakon koji, iz današnje perspektive, tih davnih Benjaminovih dana počinje stupati na snagu, osim što podrazumijeva u tehničkom aspektu drukčiju obradu slike, nije ništa drugo već isti onaj zakon zbog kojega će Jean Baudrillard posumnjati u istinitost te "tehnološke (bilo da je riječ o fotografiji, filmu ili televiziji)", blještave, hiperrealne slike te će za nju postaviti radikalnu dijagnozu da je ona "tu najdijaboličnija, najnemoralnija i najnastranija" (Baudrillard 2001a:155-156). Intenzitet i smjer Baudrillardovih optužbi kao da svojom performativnom ilokucijskom snagom pokušavaju uskrsnuti auratsku moć preminuloga Benjaminova vrača i povratiti onaj prijeko potrebni "prirodni razmak između sebe i pacijenta". Međutim, vrač je u tom shvaćanju nepovratno mrtav, ali to nipošto ne znači, kao što vidimo iz prethodnog Baudrillardova citata, da je potreba za njim nestala. Drugim riječima, sama pozicija performativa, odnosno govora koji je uvijek već čin, ovdje, čina negativne (etičke) prosudbe tehnološke slike, pozicija je koja sugerira ako ništa drugo, a ono žudnju za povlaštenim mjestom autoriteta vrača.

Međutim, upravo se u dijaboličnosti slike, preko "zloduha slike" koji obitava "onkraj istinitoga i lažnoga" (kako glasi naslov Baudrillardova članka), anti-vrač pojavljuje s novim autoritetom i novom pseudo-aurom spektakla. Suvremeni će vrač, primjerice metaforom "Velikog Brata", posebice u fenomenima *realityja*, upravo hiniti, simulirati onaj autoritet koji je nekada zbiljskom vraču jamčio gotovo božansku snagu i mitološku povezanost s onostranim. Suvremeni će pak gledatelj *Big Brothera*, *Survivora*, *Farme* itd. sudjelovati u inscenaciji, simulaciji one zbilje koja, nimalo slučajno ne može bez tog mitskog odnosa unutar kojega se uspostavlja prikrivena nostalgija za prvotnim mitovima preživljavanja, opstanka, autentičnog, iskonskog "golog" života. Jer "mitovi obično spadaju u posebnu kategoriju ozbiljnog, vjeruje se da su se stvarno dogodili, ili da su od posebne važnosti za objašnjenje određenih oblika života, kao što je obred" (Frye 1991:50). Upravo obrednost *realityja* odražava suvremenu situaciju u kojoj "zbilja nije ono što je bila, te nostalgija dobiva svoj puni smisao" (Baudrillard 2001b:15). Posrijedi je "nadmetanje prvotnih mitova i znakova zbilje, nadmetanje posredovane istine, objektivnosti i izvornosti" (ibid.).

Prema Baudrillardu, simulacija je uvijek igra jer ne postoji ni označeno ni referent onoga što slika prikazuje, slika je kružna, te je stoga upravo za *realityje* simptomatično to poigravanje efektom prikazivanja stvarnosti "stvarnije od nje same", odnosno prikazivanja "onoga najstvarnijega od stvarnoga – hiperrealnoga" (Baudrillard 2001a:133). U pozadini je te strategije privid jer hiperrealno je posljedica simulacije, odnosno kružne površinske igre. Stoga bi, iz perspektive *reality showova* zanimljiv bio Baudrillardov citat upravo o odnosu privida i značenja: "Svi prividi nastoje svladati značenje, iskorijeniti značenje, namjerno ili ne, i preobraziti ga u igru, podrediti ga drugom pravilu igre, ovaj put proizvoljne, drugom neuhvatljivom obredu, pustolovnijemu,

zavodljivijemu od linije koja upravlja značenjem" (Baudrillard 2001a:110). I doista, *realityji* nemaju jasnog značenja ni smisla, oni se jedino mogu promatrati u svjetlu globalne liberalno-kapitalizacijske konstelacije profita. Međutim, zanimljivo, unutar svih tih *showova* se nazire naglašen zahtjev za stvarnošću (koja se, kako je navedeno, pretvara u simulaciju), ali taj snažan zahtjev s jedne strane za prisutnošću suvremenog vrača u vidu "Velikog Brata", kamere ili gledatelja, s druge za zbiljskim, stvarnim, realnim životom sugerira tumačenje fenomena *realityja* upravo kao oblika suvremenog mita. Jer, uzmemo li u obzir uspostavljanje vrača kao onoga koji svojim povjerenjem i autoritetom nadilazi ingerencije natjecatelja, tj. "malog čovjeka", potencijalno bilo koga, mene i tebe, taj je oblik iznenađujuće blizak Cassirerovom "mitološkom procesu kao teogonijskom procesu u kome sam bog *postaje*, u kome on sebe, kao istinski bog, postepeno proizvodi" (Cassirer 1985:20). Drugim riječima, vrač u personifikaciji "Velikog Brata" priča priču o onome kako to stvarno biva u početnoj zajednici unutar koje su uspostavljeni oblici mitološkog sustava i mitološke hijerarhije. Sve se to, dakako, odvija unutar prethodno zadane igre koja cijeli "mitološki" proces čini hinjenim, simulacijskim, pretvarajući ga u spektakl slike.

Isto tako se i prethodno izabranim anonimnim natjecateljima dodjeljuje blještavost popularnosti, pridaje im se plemenski, mitološki značaj zaogrnut novom austom spektakla kamere, oni postaju ("hrvatski") idoli. Za Baudrillarda je upravo ta "idolatrija zvijezda (...) veličanstveni oblik filma, to je njegova mitska preobrazba, možda posljednji veliki mit naše moderniteta, upravo u mjeri u kojoj idol ne predstavlja ništa, nego se nudi kao čista strastvena, zarazna slika, briše se razlika između stvarnoga bića i njegove imaginarne uznesenosti" (Baudrillard 2001a:158).

## II.

Upravo problematizirajući te fenomene suvremenog društva Matjaž Zupančič piše i redateljski priređuje dramu *Hodnik* unutar koje na književno-scenski način možemo vidjeti kritičku analizu fenomena *realityja* i svih njegovih nuspojava. U ovom ću radu analizirati dramu *Hodnik* imajući upravo u vidu posljedice tog fenomena na kategoriju identiteta, njegova oblikovanja u hiperrealnom prostoru tehnološke slike, vodeći računa i o (pseudo)mitološkim elementima tih popularnih televizijskih *showova*.

Drama *Hodnik* suvremenog slovenskog romanopisca, dramatičara i redatelja Matjaža Zupančiča (1959.), dvostrukoga dobitnika Grumove nagrade, najvećeg priznanja za dramsko ostvarenje u Sloveniji, svojom tematikom, problemima koje postavlja, načinom na koji ih rasvjetljava i prije svega, snagom kojom djeluje na čitatelja/gledatelja, nedvojbeno je svojevrsan izazov i proučavateljima dramske književnosti i književnosti uopće, i istraži-

vaćima širih sociološko-kulturnih tendencija suvremenog vremena i društva. Drama je doživjela širok inozemni odjek, gostovala je diljem Europe na festivalima ili u samostalnim izvedbama. U Hrvatskoj je drama *Hodnik* prikazana u okviru 13. međunarodnog festivala malih scena što se održavao u Rijeci od 3. do 10. svibnja 2006., a dva je puta emitirana na 3. programu Hrvatskoga radija.

To je drama, koja se, imajući "slučajnu sličnost" (Zupančič 2004:72) s televizijskim *reality showom Big Brother*, pozicionira ne samo unutar književno-estetskog kulturnog polja, već tematikom koju obrađuje i unutar političko-ideološkog konteksta suvremene (medijske) situacije. Ona time na različitim razinama postavlja brojna pitanja, koja zbog aktualnosti, a time i neodgodivosti, zahtijevaju odgovor, a sama drama zbog te različite pozicioniranosti preseže svoje granice i smješta se u međuprostor u kojemu postaje zrcalna slika okolnosti u kojima je nastala, ukratko, konteksta suvremene situacije obilježene medijskom sveprisutnošću. Stoga je čitanje, a potom i gledanje ove drame od samoga početka poziv na zauzimanje različitih recipijentskih uloga. Ne samo da se recipijent nalazi u procesu premještanja iz, čitanjem omogućena, prostora vlastite imaginacije u realni prostor pozornice u kojemu postaje gledatelj kazališne predstave, već se gledajući dramu o televizijskoj emisiji, štoviše, spektaklom obogaćenom *reality showu*, postaje i potencijalni gledatelj toga *reality showa*. Drugim riječima, gledanje drame na pozornici je istodobno sučeljavanje nekoliko vidika istodobno, onog književno-tekstualnog, zatim, kazališno-redateljskog i na kraju televizijskog. Tako se u samom činu gledanja te drame odvija istodobno sup(r)ostavljanje triju priča, a krajnja je posljedica kritička pozicija recipijenta koji gledajući varijantu *reality showa* može uspoređivati viđene situacije na pozornici s onom na televizijskom ekranu. Time drama prekoračuje zadane književno-kazališne (estetske) okvire i otvara se prema mogućnostima kritičkog djelovanja u suvremenom medijskom kontekstu.

*Hodnik* je drama u kojoj pratimo sedmero igrača, natjecatelja, koji su pristali na život u "kući" u kojoj će pokušati pridobiti naklonost publike koja glasuje za svoga kandidata, ali prostor drame je prostor "hodnika" koji je jedino mjesto unutar "kuće" koje se ne snima. Ta inovacija, prividno odmoriste od kamera, a kasnije će se pokazati kao glavni problem kod natjecatelja, izum je vlasnika emisije Maxa, koji svojim postupcima i načinom utjelovljuje hladnu kapitalističku "korporaciju" i njezinu logiku profita. Natjecatelji postaju žrtve, i situacije cjelodnevnog nadgledanja u kojoj su postavljeni izvan hodnika, i zahtjeva vlasnika *showa* za točno određenim scenarijem koji će donijeti veću gledanost. I u tom je elementu primjetna sličnost s *Big Brotherom* jer se također i u toj igri/*showu* koristi "tehnikom narativnog uokvirivanja, što će reći, snimanu stvarnost stanara Big Brother kuće, televizija pretvara u dramom nabijenu priču" (Madžarević u Blagonić et al. 2004:96). Demokracija odabira pobjednika samo je prividna, a iza toga se nalazi prora-

čunata strategija stjecanja profita koja je dirigirana Maxovim nalogima kojih se igrači moraju držati misle li pridobiti naklonost gledateljstva, a time i veće šanse za pobjedu.

Gledanje drame je stoga gledanje upravo toga, kamerama lišena prostora, u kojemu se odvijaju osobne "drame" likova. Tim pomakom, odnosno, problematiziranjem upravo nesnimanoga prostora, naznačuje se, pored ostaloga i upitni status igračeva identiteta jer ulaskom u prostor nadzora kamera započinje "narativizacija karaktera" (ibid.:97), a izlaskom iz tog prostora i dolaskom u hodnik igrač je prisiljen napuštati jednu priču o sebi kako bi već započeo drugu koja će mu eventualno omogućiti bolji suživot s ostalim kandidatima. Likovi u drami/natjecatelji u *realityju* su time postavljeni u identitetsku stupicu, postaju rastrgani između dvaju tipa nadgledanja: kamera i mikrofona postavljenih izvan hodnika i pogleda upućenog od svojih suigrača/sustanara. Međutim, i recipijentu drame se, sugeriranjem različitih razina prikaza, otvara mogućnost različitih uloga pa tako od početne uloge čitatelja teksta drame postaje gledatelj drame, a na kraju potencijalno postaje "voajer" jer mu je dostupan prostor hodnika (jer je to prostor izvan dosega kamera). Svaka od tih pozicija reafirmira dramu kao mjesto međuprostora koji se kritički okreće prema kontekstu vremena i društva unutar kojega djeluje.

### III.

Nekoliko je pitanja koja mogu biti razmatrana, a koja su potaknuta ovom dramom. Prije svega, koji tip stvarnosti nudi ovakav *reality show*? Odnosno, pozivajući se na realnost, stvarnost, je li to pozivanje opravdano uzme li se u obzir sam sadržaj *showa*? I nadalje, ako događaje unutar "kuće" ipak ne bismo okarakterizirali realnima, stvarnima, u kakvu su oni odnosu prema zbilji?

U odnosu prema stvarnosti *reality show* se pozicionira na zanimljiv način stoga jer ga obilježava s jedne strane zahtjev za realnim, istinitim, stvarnosnim prikazivanjem, a s druge strane zahtjev za čistom zabavom i užitkom. *Reality show* je prema Janu Jagodzinskom postao "'antiteza' svoga žanrovskog preteče dokumentarnog filma. Iako se trsio uhvatiti 'stvarnost' onakvu kakva je 'stvarno' bila, *reality show* je, za razliku od dokumentarnog filma, izostankom sveznajućeg autoriziranog glasa naratora (koji je odvajao publiku i davao mu obično dosadne didaktične poruke) postizao efekt da se uvijek nešto događa" (Jagodzinski 2003:320). Slično smatra i Blagonić: budući da je "definiran kao *reality show*, *Big Brother* obećava isporuku zabave što počiva na 'zbiljskim' akterima oslobođenih scenarističkih stega" (Blagonić et al. 2004:47), ali istodobno, to je inscenirana, montažirana zabavna emisija koja itekako vodi računa o tome kako ta "stvarnost" ne bi bila dosadna.

Vrlo je važna i dalekosežna činjenica da *Big Brother* selektira snimljeni materijal i stvara kolažnu strukturu odabranih scena za emisiju koja će biti prikazana u udarnom terminu, a "samim time što neke scene iz svakodnevice *Big Brother* prikazuje, a druge ne, što pojedine događaje izdvaja kao važne i prati njihovo razvijanje te eventualno razrješenje, *show* dramatizira kontingentnu svakodnevicu i daje joj dimenziju intrigantne priče" (Madžarević u Blagonić et al. 2004:97-98). Stvaranje intrigantne priče o stvarnosti s jedne strane povećava gledanost *showa*, ali na dubinskoj razini poručuje da je stvarnost koja je naoko prikazana neposredno bez scenarističkih ili montažnih intervencija zapravo plod strategijskog postupka koji od takvog "stvarnosnog materijala" uzima ono najbolje, stvarnije od stvarnoga što ponovno rezultira simulacijom kao osnovnim postupkom u kreiranju *showa*. U tom smislu, nije "gola" stvarnost temelj *showa* jer bi u tom slučaju on postao dosadan i neprofitabilan, štoviše, odnos stvarnog, zbiljskog unutar *showa* potpuno je suprotan proklamiranom, tu više nije riječ o prikazivanju, već upravo suprotno, posrijedi je kružna putanja slike, simulacija, koja je "suprotna prikazivanju jer prikazivanje polazi od načela istoznačnosti znaka i zbilje, dok simulacija polazi od *utopije* načela istoznačnosti, od *korjenitog nijekanja znaka kao vrijednosti*, polazi od znaka kao obrata i uništenja svake referencije" (Baudrillard 2001b:14, istakao J. B.).

S tim u vezi, Jan Jagodzinski ima zanimljivu tvrdnju koja se razlikuje od prethodnog tumačenja. On, naime, smatra da je proces išao obrnutim smjerom, da *reality* nije uzrok, generator simulacije, već upravo posljedica, odgovor, "reakcija protiv postmodernističkog simulakruma, odnosno osjećaja da je u našem post-fotografskom, digitalnom i 'stripovskom' vremenu sve konstruirano i ništa se ne čini 'stvarno', da nas je *reality* televizija trebala uštignuti kako bi nam dokazala da nas slom javnog i privatnog ne bi trebao zabrinjavati jer su 'obični ljudi' kao što su prikazani u mnogim oblicima takvih emisija upravo to: 'obični ljudi' baš kao ti i ja" (Jagodzinski 2003:326). Međutim, temeljna Baudrillardova postavka dovodi u pitanje upravo povezivanje medija televizije i načela stvarnosti. Drugim riječima, ako je *reality* televizija samo odgovor na prethodno "razdoblje" simulacije, ako je to produkt želje za realnim, medij preko kojega se *reality* "ostvaruje" i dalje ostaje isti, a time se sadržaj onoga što se prikazuje ne može otrgnuti strategijama medija koji *a priori* destabiliziraju i iskrivljuju takvu eventualnu kritičku intenciju poruke. Jer "mediji kotrljaju smisao i besmisao, manipuliraju u svim smjerovima istodobno, taj proces nitko ne može kontrolirati; oni prenose simulaciju koja je dio sustava i simulaciju koja razara sustav prema posve moebijevskoj i kružnoj logici" (Baudrillard 2001b:121). U tome je procesu efekt ključan, ali efekt nije dio događanja.

Osim toga, posredovanje medijem nosi sa sobom neke posebne aspekte koji modificiraju način komunikacije između proizvođača poruke i njezinih konzumenata i mijenjaju predodžbu o stvarnosti. Posrijedi je drukčiji tip

komunikacije koji uvjetuje da konzument shvati i doživi medij, ali i građenje novog tipa komunikacijskog odnosa između pošiljatelja poruke i primatelja. Jer upravo nedostatak povratne informacije u percepciji televizijskog programa, taj izostanak recipijentskog odgovora čini tu komunikaciju "ne-komunikacijom"; prema Baudrillardu "masovnim je medijima svojstveno da su ne-posredovateljski, ne-prijelazni, da proizvode ne-komunikaciju – ako komunikaciju odredimo kao 'razmjenu', kao uzajamni prostor govora i 'odgovora', dakle neku odgovornost" (Baudrillard 2001a:32). Iskorištavajući to polje manipulativne neodgovornosti, mediji recipijentu "zauvijek zabranjuju odgovor" (ibid.). Oni time zauzimaju onu presudnu i nenadoknadivu prednost u odnosu na recipijenta, u toj se strategiji "zasniva sustav društvenog nadzora i moći" (ibid.). Ili, još jasnije, "dati i djelovati na način da se vama ne može uzvratiti, znači prekinuti razmjenu sebi u korist i uspostaviti monopol: društveni je proces na taj način neuravnotežen" (ibid.).

#### IV.

Sljedeći niz pitanja uključivao bi status natjecatelja, transformaciju njihovih identiteta, odnosno, još točnije, što se događa s njihovim tijelima kada postanu objekti žudnje voajerskog, bezimenog i upravo stoga neuhvatljivog pogleda koji je moguć intrigantnom prisutnošću kamere? Upravo je u ovoj drami prostorom hodnika otvorena mogućnost rascjepa subjekta, rascjepa dviju predodžbi o sebi, one pod kamerama ili ispred kamera i one pod nadzorom ili ispred pogleda svojih suigrača. Pitanje glume, mimikrije tako među samim likovima dobiva upravo doslovno egzistencijalnu težinu. S druge pak strane, na drugome se polu komunikacijskog lanca nalazi pogled recipijentsko-voajerskog pojedinca koji se nalazi u sigurnosti vlastite sobe i upravo bira gledati *reality show*. Što tim postupkom čini i što bira gledati? Odnosno, što je za njega/nju *Big Brother*, koji tip informacije traži gledatelj/ica televizijskog ekrana, a koja mu/joj se informacija nudi? Odgovori na ta pitanja nerijetko su prilično negativno intonirani, pa Blagonić primjećuje: "trud onih koji javno pokušavaju razumjeti izvor ugone koju *Big Brother* kod gledatelja pruža, najčešće završava dijagnostičiranjem gledateljskog voajerizma: praćenje *Big Brothera* uzbudljivo je jednako koliko i virenje u stan susjeda – dakle: nimalo" (Blagonić et al. 2004:67). Blagonić sugerira kako u takav stav valja posumnjati jer je *Big Brother* proizvod suprotan voajerstvu, odnosno, njegovi sudionici su subjekti koji u "narcističnoj kulturi žude za pogledom nepoznatih-drugih, neizrečeni moto stanara *Big Brother* kuće je: Evo, gledaj me!" (ibid.:68), što djeluje "kao hladan tuš pravom voajeru" (ibid.) koji uživa tek u spoznaji da gleda neprimjetno. Time nezaintereiranost gledateljā za *Big Brotherom* ne znači isključivanje njihova voajerizma, upravo suprotno.

U toj je igri važna strategija kojom *reality* djeluje zavođenje. Zavođenje je bitan dio manipulacije, ono je u medijskoj aktivnosti neizostavno, zavođenje je "ono što diskurzu oduzima značenje i okreće ga od istine" (Baudrillard 2001a:109), "ono djeluje u trenutku, tek jednim potezom, i uvijek je cilj samome sebi" (ibid.:123). Zavođenje je glavni uvjet ostvarivanja spomenute igre u kojoj će se igra nerijetko temeljiti na simuliranju početnih mitova. Da je u drami *Hodnik* prisutna simulacija (u Baudrillardovu smislu) kao jedno od glavnih "pravila igre" vidimo u nekoliko primjera u kojima se natjecatelje upućuje na vjerodostojnost i autentičnost događaja unutar kuće. Da je situacija u drami analogna situaciji prvog emitiranja *Big Brothera* u Hrvatskoj pokazuje rečenica natjecateljice Valentine, koja je nakon osamdesetak dana u kući uzviknula: "Kao da ne postoji ništa drugo osim ove kuće." (Blagonić et al. 2004:50). U drami se na nekoliko mjesta uzastopno ponavljaju sintagme u kojima se sugerira da se život, "pravi život", "život zapravo" može naći upravo u *reality showu*, čime se potencira izokrenuta teza u kojoj se na televiziji može naći stvarnost, stvarnija od sebe same. Televizija je generator simulacije, "ekstaza stvarnog" jer se u cjelokupnom programu televizije "stvarni događaju nižu u posve ekstatičnom odnosu, to jest s vrto-glavim i stereotipnim obilježjima, nestvarnima i ponavljajućima, omogućujući njihovo sumanuto i neprekinuto nizanje" (Baudrillard 2001a:132). To je strategija koja sugerira kako se upravo istinski, autentični, pravi život može vidjeti samo na televiziji, život istinitiji, stvarniji, spektakularniji od onog običnog svakodnevnog, monotonog života.

Gledanost *reality showa* tako postaje posljedično povezana s tipom poruke koja se nudi. Medijska strategija ne-komunikacije, okretanja od istine, sugerirana simulacija koja mami gledatelja svojom zavodljivošću informacija koje dobivaju drukčiji status, u krajnjoj liniji naglašavaju pitanje: što povećava gledanost takve emisije te što se time novim generacijama recipijentata nudi? S jedne strane simulacija svojom zavodljivošću igre i "spektakularne" informacije, eventualni užitek nadgledanja te konačno, pseudo-mitološki povratak prvotnom životu. U svakom je slučaju posrijedi drukčiji status informacija koje se serviraju potencijalnom Svatkoviću. Te informacije, prema načelu simulacije, ne odgovaraju zahtjevu istine, generirana medijska simulacija kao da postaje dovoljna sama sebi.

Bitna činjenica *reality showa* njegovo je pojavljivanje u vremenu kada je informacijska revolucija već uznapredovala, gledatelji današnjih *realityja* pripadnici su drukčijeg tipa kulture, *cyber*-kulture, oni su, osim što su pripadnici svojih matičnih kultura "u stvarnom životu", također baštinici virtualne kulture u kojoj, svakodnevno pristupajući, oblikuju i drukčije varijante svog identiteta.<sup>1</sup> Stoga, Bellovim riječima, "u *cyber*-prostoru, tijelo

---

<sup>1</sup> Za detaljnije informacije o transformacijama identiteta i ostalim posljedicama *cyber*-kulture v. Senjković i Pleše 2004.



'stvarnog života' zaposjeda ambivalentnu poziciju igrajući na različite načine (...), jer identiteti djeluju *online*" (Bell 2003:160).

U takvom kontekstu, imajući na umu ambivalentan zahtjev s jedne strane prema stvarnosti, zbilji, a s druge istodobno prema zavodljivosti "igre autentičnih početaka" s porukama koje se pojavljuju preko točno određenih simbola, *reality show* se može razumijevati kao oblik suvremenog mita. Učestala tendencija prikazivanja baš onoga što konotira preživljavanje (*Survivor*), nedostatka ikakvih računalnih aparata u *Big Brotheru*, cjelokupan sustav života u *Farmi* govore u prilog činjenici da je u pozadini te "igre" pokušaj čvrste organizacijske strukture života unutar koje će cjelokupni sustav odnosa koji se nastoji prikazati težiti mitološkom shvaćanju za koje je svojstveno "jedinstvo opažanja, *intuitivno* jedinstvo, koje prethodi svim razlaganjima" (Cassirer 1985:78). Isto tako, taj sustav je uvijek stanovito skretanje u odnosu na situaciju izvan prostora nadzora kamera. Barthesovim riječima, "mit niti što krije niti što objavljuje: on iskrivljuje; mit nije ni laž ni priznanje: on je skretanje" (Barthes [Bart] 1979:249).

Problematika mita, definiranja mita, okolnosti u kojima se pojavljuje, način na koji djeluje, sve su to kompleksna pitanja koja nisu primarni predmet interesa ovoga rada, međutim, suvremeno doba i prostor *cyber*-kulture nas opominje da se neki osnovni oblici ljudskog djelovanja i znakovni sustavi koji ga okružuju, mijenjaju. "Život, pravi život, život zapravo", to je glavna reklama *Big Brothera*, to i Max, vlasnik *showa* u drami *Hodnik*, nekoliko puta ponavlja, ta maksima kao da sugerira mitološki poziv u ime "Svetosti Boginje Zabave" da se život nanovo preispita, da se uspostavi dijalog s autentičnim pra-životom. Taj novi mit, to iskrivljenje, ima ambivalentan odnos prema istini, i jest i nije istina, i može mu se vjerovati, a i ne mora, to jest život, ali kao "drugostupanjski semiološki sustav" (ibid.) funkcionira s novim označiteljima (vizualni identitet *showa*, "logo", glazba, pozicija kamere, sustav glasovanja za kandidate...). Ambivalentnost vjerodostojnosti tog "suvremenog mita" prisutna je zbog simulacijske matrice koja ga omogućava. Informacija u simulaciji mora biti "blještava", ali istodobno, ona je prazna, nema referencije na koju se odnosi. Iako je *reality* suvremeni pokušaj ostvarivanja McLuhanove "pripovijesti prema kojoj nas tehnologija i mediji mogu vratiti u kontradiktorno stanje naprednog primitivizma" (prema Horrocks 2001:49), upravo zbog simulacije koja mu je inherentna u konstelaciji poruke, takav ideal ostaje nedosegnut. Stoga je dovođenje suvremenih *realityja* u vezu s nekim mitološkim elementima suočeno s igrom simulacije koja tu poruku preoblikuje. Kod takvog je odnosa mita i *realityja* ključan "način na koji mit poruku pripočava" (Barthes [Bart] 1979:229), u ovom slučaju, on funkcionira kao podivljala metafora suvremenoga života.

Ono što klasični mit razlikuje od suvremenoga o kojemu je ovdje riječ odnos je prema prošlosti/povijesti/pripovijesti. U Durkheimovu shvaćanju,

"mit je ovjekovječivao uspomenu prošlosti, izražavao je prošlost, on je bio način na koji društvo sebi predstavlja čovjeka i svijet, obred je služio jedino da se održi životnost vjerovanja, da se spriječi njihovo brisanje iz sjećanja" (prema Solar 1998:58). U tom smislu, "mitovi su uvjetovani činjenicom društvenoga života, takvog života koji je (...) upravo tako organiziran da čini pravi društveni život, za razliku od života u zajednici koji može biti svojstven i životinjama" (ibid.:59).

Suvremeni pak mit na jednak način ima potrebu djelovati u društvenom smislu. Predaje, vjerovanja, obredi sada mijenjaju svoja prebivališta koja su prije zauzimala vrijeme i prostor prošlosti/povijesti jer se način njihove aktualizacije mijenja. Novim generacijama gledatelja, konzumenata *cyberkulture*, mitska misao također je Levi-Straussov *bricolage*, "krpež" (prema Biti 2000:36), korisnici suvremenog mita umjesto prostora povijesti sada imaju virtualni prostor u kojemu rade sličan posao kao i njihovi očevi. Taj posao "krparenja" znakovima može se sastojati od mijenjanja televizijskih programa, upijanja blještavih *logova* i *brandova*, do mijenjanja varijanti vlastita identiteta u virtualnom svijetu interneta. Gledanje *reality showa* stoga je pristajanje na novi mit medija kojemu se vjeruje, jer mitu se mora vjerovati, on je, Barthesovim riječima, "po prirodi zapovjedan, interpelacijski" (Barthes [Bart] 1979:244). Njegovo prevladavanje je, prema Solarevu mišljenju posljedica "krize osobne sigurnosti, a takva kriza (...) pogoduje da se stvore uvjeti za odustajanje od ponašanja koje je orijentirano prema (...) dostižnim ciljevima" (Solar 1998:171).

Takav suvremeni mit, shvaćen kao "potencijalna snaga svakodnevice koju živimo" (Samuel i Thompson 1990), plod je diskursa koji povjesničare osuđuje da "žive od mita realizma" (Tonkin 1990:25). Realnost, stvarnost, kao da iščezava. Simulacija svojstvena medijima postaje dominantna strategija koja manipulira i premješta smisao, time je "svaki događaj danas virtualno bez posljedica, on dopušta sva moguća tumačenja, ali nijedno ne može sadržavati smisao" (Baudrillard 2001a:139). Slike kojima se služe mediji "u mediologiji se, unutar društvenih i komunikacijskih znanosti razumiju kao simboličke forme, (...) one podliježu medijalnim uvjetima, kada su 'formulirane' i 'kanalizirane' u procesu komunikacije kroz sustave medija. Mediji su, pak, 'oruđa za konstrukciju zbilje'" (Sachs-Hombach 2006:69-70). Konstrukcija se zbilje provodi u prvome redu medijskim slikama zbog čega, prema Baudrillardu, "valja radikalno posumnjati u načelo referentnosti slike, strategiju preko koje ona uvijek stvara privid da se odnosi na neki stvarni svijet, na stvarne predmete, da reproducira nešto što joj logički i kronološki prethodi" (Baudrillard 2001a:155). U tom smislu, značaj se slike oslobađa upravo jer je ona posrednik onoga što kreira "sliku zbilje", a u *reality showu Big Brother*, slika, pogled, kamera podmeće simulacijom ostvaren mit suvremenoga života, nadgledanoga i zabavnoga, *cool* života.

## V.

Dramom *Hodnik* Matjaž Zupančič preispituje granice do kojih nas dovodi suvremeni život prožet medijskom simulacijom i nadgledanjem. Prikazani se život u *realityju Big Brother*, prema McGrathu pokazuje unutar "performativnog prostora nadgledanja u smislu prihvatanja činjenice da prostor ne dobiva značenje niti kao originalno mjesto, niti kao samovidljiva reprezentacija toga mjesta" (McGrath 2004:54), prostor tek postaje, postupno nadgledanjem dobiva značenje. U tom smislu, unutar takvog prostora-u-nastajanju omogućen je simulacijom posredovan suvremeni mit kojemu je, za razliku od starog mita, način djelovanja usmjeren na sinkroničnost ekrana *cyber*-prostora. U tom tipu mitologije, strukturalistički rečeno, dijakronija je zamijenjena sinkronijom, a slika je zamijenila govor, priču, odnosno, točnije, sada slika priča priču. Priče *realityja* mogu biti shvaćene prema Jagodzinskom kao "forme kolektivne terapije. (...) Mi trebamo takve igre 'otoka' kako bismo ponovno uspostavili 'velike narative' o nama. Trebamo *talk showove* da provjetrimo naše 'prljavo rublje' kako bismo počeli razumijevati vlastite simptome" (Jagodzinski 2003:325). U tom smislu, osim simulacijskih strategija zavodjenja slikom, postoji i nešto drugo što nas vuče prema ekranu, a to je odraz vlastitih unutarnjih želja za razrješenjem unutarnjih konflikata. U tome Jagodzinski vidi "simptom našega vremena", ali je sam uvjet mogućnosti dolaska do tog simptoma zaražen simulacijskom strategijom obrtanja od smisla.

Zaključno, drama *Hodnik* Matjaža Zupančiča problematizira suvremeni fenomen tzv. *reality televizije* te time čitanje/gledanje drame ujedno sugerira i problematiziranje konteksta u kojem je nastao taj tip medijske informacije. U pozadini *showa*, onkraj svih blještavilom ukrašenih poruka, nalazi se strategija simulacije, koja, pozivajući se na spektakularnu stvarnost, nudi upravo suprotno – vladavinu kružne televizijsko-digitalne slike bez stvarnog referenta. Sve je to omogućeno zavodljivošću igre u kojoj i gledatelji (prividno) mogu utjecati na kreiranje *showa*. Igra, odnosno simulirana stvarnost poput kakve nostalgije za izgubljenim vremenima jasnog (autoritarnog) smisla (prisutnost dominantne instance koja odlučuje o "sudbini" natjecatelja), organizira se po mitološkom sustavu shvaćanja. Time *show* postaje simulakrum starog mita, prostor u kojemu se revitalizacijom starih mitoloških obrazaca, na implicitan način stvara obrazac za generiranje novih, suvremenih mitoloških reprezentacija.

## NAVEDENA LITERATURA

- Barthes, Roland [Bart, Rolan]. 1979. *Književnost, mitologija, semiologija*. Beograd: Nolit.
- Baudrillard, Jean. 2001a. *Simulacija i zbilja*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Baudrillard, Jean. 2001b. *Simulakrumi i simulacija*. Karlovac: Naklada DAGGK.
- Bell, David. 2003. *An Introduction to Cybercultures*. London – New York: Routledge.
- Benjamin, Walter. 1986. *Estetički ogledi*. Zagreb: Školska knjiga.
- Biti, Vladimir. 2000. *Pojmovnik suvremene književne i kulturne teorije*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Blagonić, Sandi, Mario Kovač i Predrag Madžarević. 2004. *Big Brother: 100 dana ispred ekrana*. Zagreb: AGM.
- Cassirer, Ernst. 1985. *Filozofija simboličkih oblika*, 2. dio. Novi Sad: NIŠRO Dnevnik.
- Frye, Northrop. 1991. *Mit i struktura*. Sarajevo: Svjetlost.
- Horrocks, Christopher. 2001. *Marshall McLuhan i virtualnost*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Jagodzinski, Jan. 2003. "The Perversity of (Real)ity TV: A Symptom of Our Times". *Journal for the Psychoanalysis of Culture and Society* 8/2:320-329.
- McGrath, John E. 2004. *Loving Big Brother: Performance, Privacy and Surveillance Space*. London – New York: Routledge.
- Sachs-Hombach, Klaus, ur. 2006. *Znanost o slici, discipline, teme, metode*. Zagreb: Antibarbarus.
- Samuel, Raphael, i Paul Thompson. 1990. *The Myths We Live by*. London – New York: Routledge.
- Senjković, Reana, i Iva Pleše, ur. 2004. *Etnografije interneta*. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku.
- Solar, Milivoj. 1998. *Edipova braća i sinovi*. Zagreb: Naprijed.
- Tonkin, Elizabeth. 1990. *History and the Myth of Realism*. U *The Myths We Live by*. Raphael Samuel i Paul Thompson, ur. London – New York: Routledge.
- Zupančič, Matjaž. 2004. *Štiri drame*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

**BIG BROTHER – FROM SIMULATION TOWARDS  
THE CONTEMPORARY MYTH  
(READING / WATCHING MATJAŽ ZUPANČIČ'S PLAY  
*HODNIK* [THE CORRIDOR])**

**SUMMARY**

The role and significance of the reality show in the context of the current media situation is examined in this article through analysis of the contemporary Slovenian playwright Matjaž Zupančič's play, *Hodnik*. This drama is one that enables exemplification of Baudrillard's theoretical deliberations on simulation as the consequence of media images that offer recipients a full circle stripped of a referential. The seductiveness of play in the reality show spectacle utilises elements of mythological patterns, in which the privileged position is that of the authority having the greatest supervisory power. Simulation of mythological patterns within the show in the form of survival, organisation, and lack of technological devices is actually nostalgia for the reality that has disappeared from digitalised society, while also being a potential for regeneration of new contemporary mythological representations.

Key words: reality show, simulation, supervision, contemporary media, Baudrillard, contemporary myths