



V predavanje

## DRUŠTVO SPEKTAKLA I SPEKTAKL U MEDIJIMA

<b>1. DRUŠTVO SPEKTAKLA GI DEBORA</b> .....	<b>1</b>
1.1. ANALIZA I POGLAVLJA DRUŠTVA SPEKTAKLA .....	2
<b>2. MEDIJSKI SPEKTAKL DAGLASA KELNERA</b> .....	<b>7</b>
2.1. VRSTE MEDIJSKOG SPEKTAKLA.....	8
2.1.1. <i>Primer medijskog spektakla: Izborna noć</i> .....	11
2.1.2. <i>Otvaranje Olimpijskih igara kao medijski spektakl</i> .....	12
2.2. MEGASPEKTAKLI - KELNER .....	13
2.3. DEKONSTRUKCIJA SPEKTAKLA - ČITANJE SPEKTAKLA.....	14
<b>3. MEDIJSKI DOGAĐGAJ - DAJAN I KAC / KELNER</b> .....	<b>14</b>
<b>4. MEDIJSKI OBREDI (RITUALI), OBREDI I MEDIJI</b> .....	<b>16</b>

*U sadašnje vreme, koje prednost daje znaku nad onim što je označeno, kopiji nad originalom, predstavi nad stvarnošću, pojavnosti nad suštinom... istinito se smatra profanim, a samo je iluzija sveta. Tačnije, sveto se uvećava u meri u kojoj istinito uzmiče, a iluzija pojačava, tako da najvišem stepenu iluzije odgovara najviši stepen svetosti. Fojerbah*

## 1. Društvo spektakla Gi Debora

Koncept društva spektakla razvio je Gi Debor (Guy Debord) sa istomišljenicima u Situacionističkoj internacionali. Ovaj koncept u mnogome je uticao na moderne teorije društva i kulture. Za Debora, spektakl je nadvijajući koncept nad medijima i potrošačkim društvom, uključujući promociju, potražnju i produkciju dobara, kao i efekte svih medija zajedno.

U prvom poglavlju Debor uspostavlja odnos između realnog iskustva i medijalizovane reprezentacije (predstave) modernog doba, sa tvrdnjom da *Sve što je nekada bilo neposredno doživljavano, udaljeno je u predstavu*. Debor iznosi veoma negativni i kritički stav naspram razvoja koji po njemu isključivo služi individualizaciji i odvajanju ljudi jačanjem eksploatorske klase u kapitalizmu.

Za Debora spektakl ne predstavlja samo skup slika već *društveni odnos među ljudima, medijalizovan slikama* čime se spektakl ukotvljuje u društvo i opravdava njegov način funkcionisanja. Ipak, za Deobra ne postoji razlika između materijalnog *realnog života* i njegove veštačke reprezentacije - spektakla. Oni su umreženi u takvoj meri da *istinito [predstavlja] [...] momenat lažnog*, jer prikazivanjem života spektakl negira njihovo postojanje jer ih umanjuje na puku pojavu.

Spektakl ne stremlji ni čemu osim sebi samom. Jedna od najpoznatijih tvrdnji jeste očigledna *degradacija iz biti u imati [...] i iz imati u izgledati*. Ono što kasnije, u drugom poglavlju navodi Debor, jeste da se kapitalizam čini robom, što je najgori proizvod spektakla.

Spektakl ima moć koju povlači iz činjenice da zahteva pokornost i ne omogućuje bilo kakvu sumnju niti dijalog. Spektakl je sredstvo odvajanja i kreiranja *usamljene mase*, koja proističe iz nestanka jedinstva u svetu.

*Društvo spektakla* je podeljeno u 221 kratkih teza, od kojih će biti citirano i analizirano 15 iz prvog poglavlja koje nosi naslov *Vrhunac odvajanja*.

## 1.1. Analiza I poglavlja društva spektakla

*1. U društvima u kojima preovlađuju moderni uslovi proizvodnje, život je predstavljen kao ogromna akumulacija prizora (spektakla). Sve što je nekada bilo neposredno doživljavano, udaljeno je u predstavu.*

Debor ovde govori o nestajanju realnog, živog, ispunjujućeg doživljaja života i pomeranju društva u predstavu takvog života, ali i njegovog doživljaja.

*2. Slike odvojene od svih aspekata života stapaju se u jedinstveni tok stvari u kojem prethodno jedinstvo života više ne može biti ostvareno. Fragmentarno opažana stvarnost regrupiše se u novo, sopstveno jedinstvo, kao odvojeni lažni svet, predmet puke kontemplacije. Specijalizacija slika sveta dostiže vrhunac u svetu nezavisnih slika koje obmanjuju čak i same sebe. Spektakl je konkretizovana inverzija života, nezavisno kretanje neživota.*

Slike odvojene od svih aspekata života, kao na primer rođendani, mature, ratovi, za koje svi imamo šablon po kojem ih pojmimo, predstavljaju fragmente koji su izdvojeni iz života. Zajedno se spajaju u *jedinstveni tok*, čime se onemogućuje realan život. Ovo je ironično jer se upravo sve ulivaju u jedan tok, a u isto vreme svi se udaljavamo od sopstvenih života jer slike stvaraju nestvarne, pseudo, svetove na koje samo gledamo. Šta znači poslednja rečenica drugog citata?

*3. Spektakl se u isto vreme ispoljava kao samo društvo, kao deo društva i kao sredstvo objedinjavanja. Kao deo društva, to je fokusna tačka naše vizije i svesti. Sama činjenica da je reč o odvojenom sektoru govori o tome da se nalazimo u domenu obmane i lažne svesti: jedinstvo koje spektakl postiže nije ništa drugo do zvanični jezik opšteg odvajanja.*

Ovde Debor objašnjava značenje reči *spektakl*, kao u gramatici, ili čak matematici, tako da je  $A=B$ , ali je i A u isto vreme i podskup B. Iako prkosi logici, upravo je karakteristika spektakla da prkosi logici, jer je spektakl deo društva i samo društvo. On nas (danas) ujedinjuje u društvo. Ako uzmemo na primer fudbal, da li nas on ujedinjuje (ako uzmemo da svi volimo fudbal)? Da li je fudbal deo društva, ili je fudbal društvo (po sebi)? Teško je nekad reći.

Možemo se vratiti na drugi citat ponovo, iako je jedinstveni tok slika u potpunosti odvojen odn nas a u isto vreme nas fragmentira da se čini da jedinstvo ne postoji, ČINI SE da nas ujedinjuje jer je upravo spektakl ono što delimo kao društvo.

*4. Spektakl nije samo skup slika; to je društveni odnos među ljudima posredovan slikama.*

Dakle, sam spektakl kao prizor u isto vreme predstavlja i prizor naših međusobnih odnosa.

*5. Spektakl ne može biti shvaćen kao puka vizuelna obmana koju stvaraju masovni mediji. To je pogled na svet koji se materijalizovao.*

Ovde se govori o *materijalnom* čiji je rezultat spektakl.

*9. U potpuno izokrenutom svetu, istinito je momenat lažnog.*

U današnjem svetu koji čine prikazi sveta i prikazi međuljudskih odnosa, što je složićete se pogrešno, ono što se čini za istinito, zbog ovih odnosa je ipak laž.

*12. Sam spektakl predstavlja sebe kao široku i nedostupnu stvarnost koja nikada ne može biti dovedena u pitanje. Njegova jedina poruka glasi: "Ono što se vidi je dobro, ono što je dobro vidi se." Pasivni pristanak koji spektakl zahteva zapravo je već efikasno nametnut njegovim monopolom nad pojavnošću, načinom na koji se pojavljuje, ne ostavljajući ni malo prostora za bilo kakav odgovor.*

Ovde Debor govori o sveprisutosti spektakla, o tome da ga nismo svesni jer je svuda oko nas i ne možemo ga razlikovati od nespektakla. Naše učešće u društvu spektakla nije dobrovoljno, niti mu se možemo odupreti jer je sveprisutan.

*14. Moderno industrijsko društvo je suštinski, a ne slučajno ili veštački spektakularno. Za spektakl - vidljivi odraz vladajućeg ekonomskog poretka - ciljevi su ništa, razvoj je sve. Spektakl ne teži ničemu drugom do sebi samom.*

Ovde se govori o začaranom krugu u kome se vrtimo, jer spektakl teži da se održi, i ništa mu se ne suprostavljaja, putem društva koje je već spektakl.

*16. Spektakl je u stanju da podredi sebi ljude, upravo zato što ih je ekonomija već potpuno podredila svojim ciljevima. Spektakl nije ništa drugo nego ekonomija koja se razvija zbog sebe same. To je, u isto vreme, veran odraz proizvodnje stvari i izobličujuće opredmećenje samih proizvođača.*

Na primer, ako Vam prijatelj koji ima novca kaže da kupuje skupu odeću ne zato što želi da je kupi ili zato što želi da je nosi, već zato što nema ničeg drugog! Ovde se radi o podređivanju ljudi spektaklu. Sledeći citat se može objasniti istim primerom:

*17. Prvi stupanj u dominaciji ekonomije nad društvenim životom ispoljava se kao očigledna degradacija biti u imati: ljudsko ostvarenje više se ne izjednačava sa onim što neko jeste, već sa onim što ima. U sadašnjem stadijumu, kada društvenim životom potpuno dominira akumulirana ekonomska proizvodnja, dolazi do opšteg pomaka od imati ka izgledati: Sveukupno “imanje” sada mora da obezbedi prestiž i da postigne krajnji cilj kroz svoj pojavni oblik. U isto vreme, individualna realnost je postala društvena, u smislu da je potpuno zavisna od društvenih sila i oblikovana njima. Individualnoj stvarnosti je dopušteno da se pojavi samo ako zapravo nije stvarna.*

*20. Filozofija, moć odvojene misli i misao odvojene moći, nikada nije bila u stanju da prevaziđe teologiju. Spektakl je materijalna rekonstrukcija religiozne iluzije. Spektakularna tehnologija nije razvejala religiozne mitove u koje su ljudi projektovali svoje otuđene moći; ona ih je samo spustila na zemlju, tako da su čak i najsvetovnijih aspekti života postali neprozirni i nepodnošljivi. Lažni raj, koji je nekada bio potpuna negacija zemaljskog života, više se ne projektuje u nebesa; on je ugrađen u sam taj život. Spektakl je tehnološka verzija*

*progona ljudskih moći u onostrano; to je vrhunac čovekovog unutrašnjeg odvajanja od samog sebe.*

Spektakl, po Debora ima novoreligijski aspekt jer je *tehnološka verzija progona ljudskih moći u onostrano, [...] vrhunac čovekovog unutrašnjeg odvajanja od samog sebe*, što znači da sami zadajemo svrhu našeg postojanja u nešto što je izvan našeg života koji je podređen predstavi života, na primer profil na Fejsbuku, koji ne predstavlja pojedinca, već spektakl o pojedincu.

*26. Opšte odvajanje radnika od proizvoda rada teži da eliminiše svaku zaokruženu svest o ostvarenoj aktivnosti i svaku direktnu, ličnu komunikaciju između proizvođača. Sa sve većom akumulacijom odvojenih proizvoda i sve većom koncentracijom proizvodnog procesa, dostignuća te aktivnosti i komunikacija postaju monopol onih koji upravljaju sistemom. Trijumf tog ekonomskog sistema zasnovanog na odvajanju proletarizuje čitav svet.*

Proletarijat je izraz koji u i označava potlačenu društvenu klasu u kapitalizmu, odnosno pojedince i društvene grupe koji nemaju vlastitih sredstava za proizvodnju te su za život prisiljeni zarađivati isključivo od svog rada. Dakle, u kontekstu spektakla, ukoliko je vaš posao da napravite čip, vi ne dobijate zaokruženu vrednost, već ste prinuđeni da nađete proizvođača procesora, pa onog što pravi kablove ili sličnu opremu, a time vaš zajednički rad postaje monopol *proizvođača IT opreme*, a ne monopol vašeg znanja i umeća u pravljenju čipa, već umeće *proizvođača IT opreme* da vas natera na rad i vrši monopol, jer kada promeni jednu komponentu, jučerašnji model čipa postaje neodgovarajući.

*30. Otuđenje posmatrača, koje nesvesno povećava snagu predmeta njegove kontemplacije, odvija se na sledeći način: što više pokušava da ga shvati, manje živi; što se više poistovećuje sa vladajućom predstavom*

*o potrebi, sve manje razume vlastiti život i vlastite želje. Otudjenje aktivnog subjekta u spektaklu ogleda se i u činjenici da njegovi gestovi više nisu njegovi; to su gestovi nekog drugog, koji mu ih predstavlja. Posmatrač se nigde ne oseća kod kuće, jer je spektakl svuda.*

Primer aktivnog subjekta je imitacija nekog muzičkog izvođača.

*33. Iako odvojeni od onoga što proizvode, ljudi ipak proizvode svaki detalj svog sveta sa sve većom snagom i na taj način se još više udaljavaju od tog sveta. Što više njihov život više postaje njihovo delo, to su oni više isključeni iz svog života.*

Ovde možemo dati primer, osobe koja je kupila kuću u selu, a ima novca i želi da se odvoji od gradske vreve i posla, ali od prvog dana *novog života* počinje da radi oko kuće, i neprestano nešto doraduje i uređuje, rekli bismo da je vredan, ali zapravo takav konstantni rad onemogućuje tu osobu da živi, već isključivo da radi i stvara *idealni život*.

*34. Spektakl je kapital akumuliran do stepena u kojem postaje slika.*

Debor zaključuje prvo poglavlje tvrdnjom da tolika proizvodnja, svojina, novac tj. kapital predstavljaju samo sliku svega toga jer je zapravo u pitanju spektakl a ne vrednost.

## **2. Medijski spektakl Dagleasa Kelnera**

Medijski spektakl po Dagleasu Kelneru (Duglas Kellner) predstavlja različite vrste tehnološki konstruktovanih medijskih produkcija koje se prave i šire kroz takozvane masovne medije, od radija i televizije do Interneta i bežičnih



gedžeta, naravno, ključujući društvene medije, kompjuterske igre, virtuelne svetove.

*Medijski spektakl uključuje one medijske događaje i rituale potrošnje, zabave i nadmetanja kao što su političke kampanje koje predstavljaju vrednosti današnjeg društva sa ciljem oblikovanja pojedinaca sopstvenom životu. Koldri*

## 2.1. Vrste medijskog spektakla

Kategorizacije spektakla:

- Medijski (u užem smislu)
- Politički
- Spetakl terora
- Spektakl katastrofe
- Zabavni spetakli
- Interaktivni spetakli

Medijski spektakli su oblici u koje vesti, informacije i događaji jednog doba procesiraju medijske korporacije, države i političke grupe, inistitucije i pojedinci koji poseduju moć u konstruisanju političke i društvene realnosti. U rano vreme emitovanja, medijski događaji su bili značajni oblik u kojima su mediji i države konstruisale važne društvene rituale koje su oslikavale postojeće društvo.

Prema Kelneru spektakl predstavljaju i *politički spektakli* kao glavni društveni konflikti: problemi rase, nacionalizma, pola, seksualnosti, rata i sl. Obe strane u ovim konfliktima eksploatišu spektakl, te navodi primer rata u Vijetnamu koji je imao spektakl rata s jedne i anti-ratne kampanje s druge strane ili opoziv predsednika Klintona.

Prema viđenju Kelnera, prvi orkestrirani medijski spektakl, u kontekstu rata bio je Zalivski rat, koji se nastavio u Bušovoj administraciji *rata protiv terorizma*. Kelner navodi više nivoa i načina kategorizacije spektakla:

- Primeri medijske kulture: Svetski kup, Olimpijske igre, dodele Oskara, MTV nagrada, čiji je cilj veličanje vrednosti nadmetanja i pobede.
- Politički konflikti: predizborne kampanje, TV vesti (podvrgnute logici spektakla Gi Debora i tabloidizaciji) u vreme senzacionalizma, *infotainment*-a, političkih skandala.

Spektakl terora, poput događaja 11. septembra, razlikuje se u mnogome od onih koji spektakala koji slave ili potkrepljuju Debrovo koncept ili koncept medijskog događaja, jer oni predstavljaju veoma uznemirujuće događaje koje su u rukama suprostavljenih grupa ili pojedinaca koji unose nove metode u ratovanje. Poput medijskog i potrošačkog spektakla kod Debora, spektakl terora umanjuje individue na nivo pasivnog objekta, manipulišući postojećim institucijama i društvenim figurama. Ipak, spektakl terora proizvodi strah, demorališući mete svog napada, u isto vreme služeći kao sredstvo manipulacije konzervativnih grupa poput Bušove administracije koja nameće desničarsku ideologiju, ukidanjem društvenih sloboda i militarizovanjem društva. Spektakl terora, treba odvojiti od spektakla katastrofe, poput uragana Katrina ili cunamija koji je pogodio istočnu Aziju.

Zabavni spektakli popu Elvisa Prislija, Bitlsa, rok end rola, hip-hopa, Terminatora, koji omogućavaju definisanje jedne *kulturne epohe*.

Prema Kelneru, postoji novi svet interaktivnog spektakla koji stvara iluziju interakcije i kreativnosti, koji još više obmanjuje pipke našeg društva i tehnologije.

Danas, zahvaljujući medijskim spektaklima vesti i informacija, sami medijski spektakli postaju difuzniji, varijabilniji, više nepredvidivi i takmičarski. Oni su

postali glavni oblik koji definiše današnje društvene i političke realnosti u vreme velikog broja TV kanala i Interneta. Iako mediji imaju želju da budu nacionalni, medijski spektakli žele da budu globalni. Zahvaljujući onome što je Mekluan predvideo (globalno selo), umrežavanje je omogućilo da u isto vreme strepimo od sloma finansijskih tržišta ili eksplozije nuklearnih elektrana na drugom kraju sveta.

Medijske spektakle orkestriraju države u slučaju ratova ili političkih previranja, odnosno kampanja, dok medijske korporacije dnevno produciraju i konstruišu spektakle preko *najvažnijih vesti*, *poslenje vesti* koje definišu spektakl jednog ili dva dana. Medijske korporacije žele da privole gledaoce putem velikih priča kako bi ostali uz program, ili kako bi bili na njihovom sajtu, kako bi svu svoju pažnju usredili na velike događaje tog dana.

*Spektaklom, podrazumevam medijske konstrukte koji izlaze iz dnevne rutine čime postaju medijski spektakli. Uključuju estetsku dimenziju, često dramatično povezanu s Olimpijadama ili Oskarima. Oni su veliki društveni događaji, često koriste obredne oblike u cilju proslavljanja najviših društvenih vrednosti... Medijski spektakli su sve više komercijalizovani, vulgarni, glamurozni i, tvrdim, važna uporišta političke borbe. (Kellner)*

Kelner navodi da medijske spektakle stvaraju (medijske) one korporacije, države, političke i društvene grupe koje imaju moć da stvore politički i društveni centar oko koga se gledaoci okupljaju.

Medijski spektakl za Kelnera predstavlja različite medijske sadržaje čija se proizvodnja i deseminacija vrši kroz medije masovne komunikacije.

Kelner navodi razliku između medijskih događaja i medijskog spektakla u činjenici da prvi služe samo prenošenju obrednog sadržaja (bez transformacije), na diskretan i predvidiv način, dok su spektakli *difuzni, varijabilni, nepredvidivi i takmičarski* (Kellner 2009, 6).

### 2.1.1. Primer medijskog spektakla: Izborna noć

Izborna noć je uvek veliki politički spektakl kada cela zemlja, ili u slučaju vodećih država sveta, ceo svet, prati izveštaje i rezultate glasanja. I pored toga što je u pitanu pokrivanje neminovnog procesa koji se odigrao nekoliko sati od kako je *prebrojavanje glasova počelo* nekoliko sati, a u nekim državama i čitavog dana ili nedelje traje politički medijski spektakl izbora.

Kada je prvi put biran Barak Obama, mediji u SAD su izveštavali tokom celog dana o nezapamćenom izlasku glasača na izborna mesta, sa slikama ljudi koji čekaju u redovima da glasaju, kandidatima koji su glasali, analizom ovih, zapravo uobičajnih događaja kako bi se podigla još veća pažnja.

Vrhunac interesovanja usledio je nakon što je Obama dobio više glasova u državama za koje se verovalo da su uporišta republikanskog kandidata, da bi kasno uveče televizijske mreže objavile da je Barak Obama izabran za 44. američkog predsednika.

U međuvremenu u Velikom parku u Čigau, scena spektakla *Ceo svet gleda* predstavljao je prostor s nekoliko stotina hiljada ljudi, uglavnom mladih, ali i poznatih Džesi Dežkson, Opra Vinfri, Sapjk Li, dočekali su Obamin pobednički govor. Park se utišao kada je protiv-kandidat u govoru priznao poraz, što je sugerisalo mirenju nacije, oko *istorijskih izbora*. Potom su televizijske mreže prenosile spektakl proslave od Tajms skvera do Atlante, ali i širom sveta, u Keniji ili Indoneziji u kojima je Obama živeo. Obamina pobeda je bila globalni spektakl, koji ga je učinio super-zvedom globalne politike.

### 2.1.2. Otvaranje Olimpijskih igara kao medijski spektakl

Daglas Kelner (*Douglas Kellner*) govori o tranziciji sporta iz industrijskog u današnje postindustrijsko doba. U industrijskom, sport je kao vrsta treninga služio za postizanje boljih rezultata u stvaranju kolektivističkog duha, ali i fizički snažnije radne snage, što objašnjava Kubertenove napore s kraja XIX veka, da se mladi ljudi okrenu sportu, kao jednoj vrsti pripreme za nemile ratove koji su bili izvesni. Ovde je važno naglasiti da su olimpijske igre uvek bile prožete idejom mira. Danas, sport ima slične vrednosti, dok u isto vreme predstavlja deo kapitalističkog društva.

*Jedna od glavnih savremenih uloga postindustrijskih društava je stepen u kojoj je sport postao komercijalizovan i transformisan u spektakl... u našem dobu, sport artikuliše spektakle rase i nacionalizma, moći zvezda i poznatih, prestupe i skandale izdužujući svoje ikone u status bogova, a nekada spuštajući ih u dubine skandala i sramote. (Kellner 2003, 65).*

Preuzimajući Bodrijarov (*Jean Baudrillard*) termin implozije, Kelner u slučaju sportskih spektakla, koji su nastali uplivom trgovine, industrije zabave i izuzetno velikih zarada sportista i menadžera u sportu, govori o imploziji spektakla sporta (Kellner 2003, 66). Međutim postoje podaci da je status sportista u antičko vreme bio donekle sličan današnjem, a razliku je činila finansijska strana sporta.

*Stari grci su takođe imali zvezde, kao mi. Najpoznatiji od svih grčkih atleta bio je Milo, rvač iz italijanskog grada Krotona (Young 2004).*

Postoje podaci koji govore o nagradama pobjednicima antičkih igara naspram pobjednika muzičkih takmičenja, pobjednici igara su bili *narodni heroji*, a pobjednici muzičkih takmičenja su dobijali značajne novčane sume (Young 2004, 100).

Kao što je navedeno ranije, značaj sporta za čin otvaranja igara je relativno mali, međutim, odlike sporta kao spektakla prema Kelnerovim kriterijumima pojavljuju se u nekoliko slučajeva na otvaranju, to su: Bredli Viggins, Dejvid Bekam ili Džejd Bejli. Takođe, vrlo često u Paradi nacija trenutno najpoznatiji sportisti zemlje čija se ekipa predstavlja (sportista-kinja sa statusom zvezde) nosi zastavu ispred olimpijskog tima, a ne najuspešniji olimpijski sportista, što je u suprotnosti s antičkom praksom, kada su najuspešniji sportisti s prethodnih igara uživali veliko poštovanje na narednim igrama (Young 2004, 23).

U ovim odlikama medijskog spektakla, s lakoćom se može prepoznati otvaranje londonskih igara. Naizgled linearno-istorijski narativ, koji predstavlja osnovnu ideju Bojlovog šoua kroz odabrana, naglašena i nenaglašena mesta pocrtava ideju difuznosti. Varijabilnost se ogleda u interakciji različitih medija, ali i samog sadržaja, koji se iz istorijskog konteksta seli u fantaziju, a zatim nazad, bez jasnih granica i jasnog cilja. Nepredvidivost otvaranja ne proizilazi iz zapleta, već služi kao promena tempa, *mamac*, koji treba svakom gledaocu da ponudi sadržaj za njega ili nju. Ipak, takmičarski aspekt spektakla ne postoji u slučaju olimpijskih igara jer su svoj medijski prostor zauzele, upravo svojom veličinom i sveprisutnošću - transformacijom u megaspektakl.

## **2.2. Megaspektakli - Kelner**

Megaspektakli stvaraju situaciju u kojima određeni spektakli postaju ključni događaji svog doba, poput McDonalda, Najka, Makl Džordana, NBA lige, koji definišu *doba potrošnje*.

Megaspektakli definišu društveno političke drame koje karakterišu određeni period, Zalivski rat, opoziv Klintona, Rat protiv terorizma, definišu se kvantitetom i kvalitetom. Najveći medijski spektakli uključuju vreme vesti, novinarstva i Internet dojava koje su svaka u svoje vreme uokvirile jedno vreme, npr. venčanje princeze Dajane, njenu smrt i njenu sahranu. Ipak iako traju duži period megaspektakle mogu zameniti, na kratko dnevni spektakli, poput masakra na Virdžinija Teku, ili predsednički izbori

### **2.3. Dekonstrukcija spektakla - čitanje spektakla**

Dobro informisana i inteligenta publika treba da nauči da izvrši dekonstrukciju spektakla kako bi bili u mogućnosti da vide, šta se zapravo krije ispod spektakla, kada su primer izbori: koju ideologiju kandidati predstavljaju, kakvu vrstu spinovanja, narativa i različitih medijskih spektakla uključuju u svoje kampanje. Svakako na kampanju utiču i drugi oblasti predstavljanja kandidata, debate, izlazak na glasanje, ali po Koldriju spektakl je sve značajniji odlik izbornih kampanja širom sveta.

Na primeru dekonstrukcije olimpijskih igara, može se videti želja za stvarnjem i promenom značine istorije Britanije, kao i oživljavanje i rebrandiranje slavne britanske imperijalističke prošlosti, kao i proces pacifikacije kolonizacije.

## **3. Medijski događaj - Dajan i Kac / Kelner**

Denijel Dajan (*Daniel Dayan*) i Elihu Kac (*Elihu Katz*), navode da onaj događaj koji se uživo prenosi, udaljen od publike i koji je *pravi*, jer mu je centar društvo, a ne medijski fabrikovana realnost predstavlja medijski događaj. Oni putem prenosa ovakvog događaja vide stvaranje posebnog televizijskog žanra, multi-lokalnog narativa *koji nema paralelu u događaju koji prenosi...* (npr. obrednoj praksi ili religijskoj ceremoniji koja se uživo prenosi) *već je [ona] isključivo namenjena gledanju od kuće* (Couldry 2003, 58). Gledaoci pri tome iako ne dele prostor s mestom održavanja određene obredne prakse, veruju da

su u njenom centru i da učestvuju u celom obrednom iskustvu, čime se naglašava moć spektakla i integracija društva. Kao primer ovakvog događaja navodi se prenos krunisanja kraljice Elizabete II, 1953. godine, kada je BBC po prvi put intimni događaj crkvenog obreda *doneo* u kuće širom Britanije (Moran 2013). Potonji teoretičari u ovome su videli početak stvaranja navike (ne bi se reklo rituala) gledanja televizijskih događaja u društvu, što je dovelo do stvaranja osećaja kolektiviteta koji je od velike važnosti za razvoj televizije, a povezan je s osnovnim odlikama svečanosti, karnevala i ceremonija.

*Televizija stvara liturgijski kontekst događaja kroz veoma selektivno čitanje obreda, kao i njegove pripreme, kroz reakcije učesnika [na samom događaju u odnosu na gledaoce]... (Couldry 2003, 58)*

Dajan i Kac navode medijski događaj, kao način da politički sistem eksploatiše živi televizijski prenos, ceremoniju, planirane događaje, poput sahrane predsednika, kraljevskog venčanja i olimpijskih igara sa ciljem stvaranja društvenog sistema. Kasnije ova teorija je dorađena, razdvajanjem medijskog događaja na:

- Medijske događaje
- Ceremonijalna takmičenja, pohodi i krunisanja u prvih 50 godina televizije
- Katastrofe, teror i rat.

Medijski događaji imali su za cilj da budu vremenski tačni, diskretni, jednovremeni i relativno predvidivi.

Definiciju medijskog događaja Dajana i Kaca, Kouldri precizira na *one događaje koji pokrivaju velike medijski-fokusirane narative u kojima su posebno snažni iskazi povezani s mitom medijalizovanog centra (2003, 67).*



Ako sagledamo ove razlike na primeru otvaranja olimpijskih igara može se uočiti veća razlika: U slučaju prve, za koju je neophodan realni društveni centar kakvo je otvaranje igara bilo početkom XX veka, a ne medijski transformisana realnost kakva je u prenosima olimpijskih igara danas, olimpijske igre se ne mogu svrstati u ovu kategoriju jer se u međuvremenu iz vremena industrijske revolucije došlo do post-industrijskog vremena u kome sport ima veliki novčani, a tek potom kolektivistički, nacionalni ili drugi značaj.

Ipak, ni sami autori teorije petnaest godina kasnije nisu ostali čvrsto pri njoj, te upravo na primeru igara navode izvesne promene: *[Igre su]... medijski događaj - repertoarski događaj isprekidanog postojanja koji čine veliki intervali i epizodične izvedbe, sa dve dimenzije: religijskom (doktrina olimpijskog duha) i legalističkom (ugovori koji garantuju franšizni [TV] format koji garantuje uspešnu reprodukciju) (Couldry, Hepp, and Krotz 2009, 237),* svrstavajući Igre u medijski događaj.

Jasno je da se Kouldrijeva teorija medijskog događaja kao medijski-fokusiranih narativa prepoznaje u otvaranju igara, jer *prosečan* gledalac očekuje određene elemente, i dobija ih svakom prilikom: olimpijsku baklju, Paradu nacija, goluba mira, scensko-umetnički spektakl i osećaj učešća, pripadnosti globalnom selu, ali i porodičnog i nacionalnog jedinstva. Ovde je važno napomenuti da su pomenuti narativni elementi utvrđeni Olimpijskom poveljom u članovima o Protokolu igara (IOC 2011, 94-97).

#### **4. Medijski obredi (rituali), obredi i mediji**

Obred (ritual) se prepoznaje kao individualna ili grupna praksa, koju čini grupa definisanih radnji koje se izvode sa ciljem stvaranja *simbolične* vrednosti. Ove vrednosti najčešće jesu deo religijskog života, ali kako Dirkem navodi ne moraju nužno biti.

Znatno savremenija teorija, Nika Kouldrija (*Nick Couldry*) pozivajući se na Roja Rapaporta (*Roy Rappaport*) i novo čitanje Dirkema navodi da obredi mogu biti navike; specifične formalizovane navike i specifične formalizovane navike s verskim aspektom (Couldry 2003, 3). Ovo čitanje omogućava znatno lakše postavljanje obreda u ceremoniju u kontekstu otvaranja olimpijskih igara, ipak, Kouldri koristi samo elemente specifičnih formalizovanih navika (i onih s verskim aspektom) kako bi dokazao teoriju medijskih obreda, koji se izmeštaju iz same mimetičke prakse u medijalizovanu realnost televizijskog i Internet prenosa

U kakvom su odnosu obredi i mediji, i kakav je odnos medijskog događaja i medijskog obreda?

Dejvid Čejni (*David Chaney*) utvrđuje tri nivoa odnosa obreda i medija:

1. *Obred koji mediji prenose* (npr. prenos sahrane)
2. *Način prenošenja obreda* (stvaranje specifičnog televizijskog jezika, što može dovesti do pojave posebnog žanra)
3. *Situacija u kojoj je medij sam po sebi obred ili kolektivna ceremonija* (npr. izbor za pesmu Evrovizije) (Couldry 2003, 57).

Za Kouldrija *medijski obredi su posebne vrste formalizovanih događaja organizovanih oko glavne [određene] medijske kategorije i okvira, čije se predstavljanje uokviruje, ili ukazuje na povezanost sa širim medijskim vrednostima* (2003, 29), ali istovremeno *ne uključuju proces stvaranja medijskog sadržaja* (2003, 25). Medijske vrednosti o kojima Kouldri govori su one koje privlače pažnju gledalaca i koje su zasnovane na mitu *medijalizovanog centra* kome se pristupa putem društvenog ili medijskog konstrukta (2003, 59).

U pogledu otvaranja olimpijskih igara može se u određenoj meri govoriti kao vrsti medijskog obreda jer se ovaj čin zasniva na medijalizovanom centru, zahvaljujući sveprisutnosti i dostupnosti medijskog sadržaja; takođe, oni oblici

otvaranja koji se menjaju zahvaljujući medijalizaciji (a koji izlaze iz ovog okvira) predstavljaju manji deo čina čije je originalno mesto događanja na samom olimpijskom stadionu.

Ipak, moderno otvaranje olimpijskih igara i televizijski prenos koji u sebi imaju elemente digitalnog narativa i specijalnih video efekata, kao i žive prenose događaja u okviru samog događaja unutar lokacije (ispred samog stadiona i na stadionu), za sebe vezuje značajnu količinu kreiranih medijskih sadržaja. Zbog svega ovoga čin otvaranja se ne svrstava u medijski obred, već njegova diseminacija (u najrazličitijim medijskim oblicima), kao i društveni kontekst: zajedno stvarajući medijski obred olimpijskih igara.