

„суптилна поруга у симфонији” не разликује од „пијаног просјака који скида панталоне и показује задњицу честитом свету”, јер су обе побуне личне и пружају краткотрајну утеху. Упркос незавидном положају који је Шостаковича приморао да у својим говорима клевета и осуђује многе уметнике које је приватно ценио, у *Шуму времена* је осетна Барнсова наклоност према свом протагонисти, те је често немогуће прецизно одредити да ли је неки фрагмент унутрашњи монолог или говор наратора. Читалац саосећа са Шостаковичем чак и онда када композитор издаје своја начела у име неке будуће, апстрактне слободе коју жели да освоји за своју музику јер, за разлику од Хрењикова, он своју срамоту носи скрушено, попут песника што је просио на улици са транспарентом на којем је писало „ПЕСНИК”. Напослетку, Барнс не даје одговор на питање које одзвања овим романом – *коме припада уметност* – јер, попут трозвука трију чаша с вотком на крају романа, „музика припада музици”, а звук звуку – и ништа друго не преостаје након смрти композитора.

Попут суптилне ироније у Шостаковичевим композицијама, трагична фигура Осипа Манделштама надвија се над *Шумом времена* као својеврсни коректив, подсетник на могућу судбину руског композитора да су околности биле другачије – да иследник који је требало да га осуди није и сам био осуђен на смрт у првом делу романа, или да је Шостакович одбио да осуди Стравинског и све дисиденте у говору у САД. Ипак, упркос одабиру теме којом Барнс покушава да осветли статус уметника и његове уметности у тоталитарним режимима, *Шум времена* не спада у његова најбоља остварења пре свега јер се неретко стиче утисак *већ виђеног*, односно поновљених мисли и општих места, али свакако завређује читалачку пажњу као другачија перспектива у односу на, Бочонијевим насловом речено, *оне који осијају*.

Дајана МИЛОВАНОВ

## ПОГЛЕД НА ЗЛАТНО ДОБА МУЗИЧКОГ СПОТА

Петар Јончић, *Музичке сликовнице осамдесетих*, Службени гласник, Београд 2015

Збиља право чуђење изазива чињеница да се до сада ни теоријски ни практично нико од домаћих аутора није озбиљније подухватио изузетно атрактивне теме која је обележила најлепша сећања више генерација младих људи, као што је то учинио Петар Јончић у својој студији *Музичке сликовнице осамдесетих*, у издању београдског Службеног гласника из 2015. године. Као да је и кроз недостатак ваљане теоријске рефлексije овој револуционарној појави екранизације популарних музичких

хитова, нарочито у поменутој декади, дата потцењена улога и значај, иако је естетика видео-спотова из осамдесетих трајно обележила социјализацију милиона тинејџера и нешто старијих у том периоду.

Подељена у седам поглавља, изузетно дизајнерски опремљена, са мноштвом илустративних сличица на готово свакој страни, ова књига разматра, подсећа и полемише, а превасходно упућује на (поново) преслушавање и (нарочито) прегледавање непрегледног обиља споменутих композиција на данас неизбежном YouTube каналу. Тако ће пажљиви читалац *Музичких сликовница осамдесетих* вероватно књигу читати поред монитора свог рачунара истовремено упоређујући анализу дотичних нумера са својим властитим, махом накнадним, доживљајима тих остварења. А списак аутора песама које су обележиле ту златну еру видео спота уистину је импресиван, па ћемо ми тако овде навести тек неке од њих: Duran Duran, The Cure, Japan, Kim Wilde, David Bowie, The Stranglers, Ultravox, Elton John, Jean Michel Jarre, ABBA, Depeche Mode, Foreigner, Michael Jackson, Tanita Tikaram, Madonna, R. E. M., Pet Shop Boys итд.

Спотови као такви сами не би оставили толико неповратну улогу у историји популарне музике да их у том подухвату нису прилежно пратиле тада новонастајуће музичке телевизије, MTV пре осталих. Нужно је разумети особени дух епохе, када није као данас све било „надохват руке” на мрежи-свих-мрежа и када се за свако приказивање омиљеног *музичког броја* чекало данима и недељама пред екраном специјализованих ТВ станица. На много места у студији Јончић аргументује како су тадашњи спотови у односу на потоње екранизације музичких подлога представљали оно што је ними филм значао за историјски развој кинематографије – почетне кораке у дефинисању и формирању естетике дотичног медија. У свом разматрању аутор се строго држи два приступа теми: научно популарног и теоријског. Усмерена на најшире слојеве љубитеља музике, нарочито оне који су ову почињали да слушају у „Периклово доба” спотовске естетике, он истовремено демонстрира и респектабилно познавање стручних филмских и телевизијских термина, који неће увек бити лако проходни сваком од читалаца. Корене креативне експлозије управо у том добу Јончић налази у отпору према ауторитету као таквом, па је тако и увек присутан бунт овде био изражаван кроз снажну индивидуалност музичара и аутора њихових спотова.

Пролиферација ове врсте презентације масовног музичког стваралаштва налагала је императивно приклањање текућој сезонској моди и постепеном укључивању у потрошачко друштво, са оним заводљивим додатним елементом привида властите оригиналности и различитости у томе. Оно што је циљану популацију издвајало од осталих сегмената становништва било је пажљиво осмишљавано у порукама усмераваним ка омладинским групама. На много места у књизи аутор доказује како је умеће манипулације досегло импресивне размере, и то у таквом облику

да њени реципијенти тога никада нису постали свесни. Суштинску на-слоњеност на традицију рекламне индустрије овде појашњава Дејвид Финчер: „Сваки кадар у њему претенциозно је поручивао да је популар-на култура у служби концепта задовољства и односи се на многе аспек-те тог задовољства, посебно на манипулацију људима и моћи.” Финчер поручује да бављење популарном културом кроз музички видео много више говори о друштвеној динамици, стратегијама представљања и колективној подсвести: „Уметност је од рекламе позајмила моћ комуни-кације и манипулације, али и увид у организацију економског система.” Прослављени фотограф Корбин тако је у својим спотовима тежио ка из-једначавању фотографског израза и уметничких стремљења, прилагође-них изражајним средствима осамдесетих. Ваља нагласити и преузимање архетипских мотива из ликовних уметности, па се тако макабријски начин схватања смрти јавља у готском периоду, што ће у *мрјивачкој иџри (dance macabre)* постати тематски оквир за осмишљавање нумере „Cities in Dust” састава Siouxsie and the Banshees.

Јончић у *Музичким сликовницама осамдесетих* доследно обасипа читаоца обиљем теоријских и садржајних података, попут занимљивих детаља са снимања, симпатичних анегдота, контроверзних интервјуа, накнадних сећања и томе слично. Друга половина осамдесетих доноси јасну превагу image-а у односу на инхерентан квалитет саме музике, па се бројни бендови сукобљавају у креирању, преузимању или задржава-њу већ једном достигнутог „имица” на основу оригинала који није ни постојао у тренутку када је сваки нови извођач желео да паразитира на *и́редсћави* оног старог. Символично је однело јасну и дефинитивну пре-вагу у односу на реално у периоду „новог романтизма”. Посебну пажњу аутор скреће на динамичну и турбулентну историју чувене шведске групе АВВА, која је за осам година континуираног и посвећеног рада на стварању визуелног оквира своје музике пружила више информација о свом раду него што би то био у стању да учини било који документарца! Посматрајући само њихове спотове били бисмо и данас у стању да у пот-пуности реконструиремо њихову професионалну и животну сагу. То је у великој мери случај и са Мајклом Џексоном, чији идентитет масовне поп иконе, трансформације до нивоа апсурда и гротеске, осликава још један од раних спотова за песму „Thriller”, који је, по Јончићевом тумачењу, повратно утицао на самог уметника и на његову жељу да дословно трансформише своје (црно) лице.

И док је провокација оно што је обележило почетак деценије, што смо бивали ближи њеном завршетку она је била све мање видљива: не-стало је оних класично ангажованих тема попут окамењеног блоковског сукобљавања, тематизације социјалне беде у Африци и већ назиране глобалне економске кризе, за рачун самосвесне критике самодоволјне индустрије музичких спотова. Славни спот „Sledgehammer” Питера

Гебријела верно дочарава настанак људског бића од сусрета сперматозоида и јајне ћелије, оплодње, до потоњег развоја у самосталну јединку. Уметник који је можда најексплицитније критиковао западну културолошку хипокризију и суштински неравноправан однос Првог и Другог био је нико други до Дејвид Боуви, у неколико спотова који се детаљно анализирају у овој студији. Међутим, и поред површне сензације, и даље је тренутна импресија визуелним утиском брзо уступала своје место равнодушности, на трагу истовременог задовољавања естетских прохтева музичара и публике. Знатну улогу у овој студији заузима и предочавање напретка у каријери аутора самих спотова, од којих су најталентованији, или најпросто они са наклоњенијим околностима, успели да касније остваре и запажену холивудску каријеру као „прави” редитељи играних филмова!

Продукција Godley&Creme долази до закључка како тада револуционарно модерна телевизијска форма не производи стабилне представе и тиме искључује своју декоративну улогу, па су самим тим њене особине другачије врсте од сликарских и вајарских. Свако коришћење саобразно њеном медију морало је носити и промену уметничког израза. Ако је ишта било претеча интернета, тог револуционарног медија деведесетих, онда је то била управо телевизија у претходној деценији, а као њен савршен репрезентант тај израз представљао је музички спот, који се у готово тренутној брзини преносио на све стране наше планете. Границе еротске провокације у регуларним временским интервалима померане су Мадониним спотовима, који су као свој унапред урачунати предумишљај садржавале могућност – чак и пожељан исход – забране спота у сврху јавних дебата и контроверзи. Пионирски рад ове продукције можемо пронаћи још у видеу „Girls on Film” групе Duran Duran из јула 1981, што нам говори да Мадона није била сасвим оригинална у свесној експлоатацији деликатног визуелног израза, али несумњиво јесте најупорнија и најхрабрија да у томе у циљу сопствене промоције истраје. Своја програмска размишљања о властитом уметничком раду и превази несвесног, случајног и креативног у односу на планирану и претенциозну уметничку форму карактеристичну за декаду или две после, Годли је сажео у скретању пажње на ствараоца музике, а не на пратећи филмски рад њој посвећен. „Мислим да публику не треба да занима ко прави видео. Њено интересовање треба да буде окренуто ка музичару. Задатак редитеља је да прикаже оно најбоље од уметника, да га суочи с јединственим и нестварним кроз видео-спот. Током осамдесетих нико од нас није био озбиљно схваћен. Тек крајем деведесетих, а посебно крајем 2000. године, објављују се сабрани радови неких музичких редитеља на ДВД-ју. Данас је то уметност, а некада је била само добра забава”, присећа се Годли.

Фундаменталне промене стижу средином ове деценије, нарочито на Острву, где је, за рачун до тада доминантних и преовлађујућих састава

који су у свом музичком изразу преиспитивали идентитетска питања и дилеме, долазило до масовног налета диско жанра, а музички спотови као такви губе своју круцијалну важност међу омладинском популацијом. Анализирајући стил знатног броја аутора тог периода, Јончић подсећа како се већина њих задовољавала пуким уклопљавањем слике са музичком подлогом, текстом или имицом фронтмена/бенда. Мало је било истинских иноватора и оних који су били спремни на одважан искорак, попут већ поменутог Корбина и концептуалних електро-дадаиста Godley&Creme, у односу на прилежне *извођаче радова* који су се спремно поводили за ставовима и жељама музичких звезда, и сходно томе били у осетно већој мери ангажовани у индустрији тог периода. Још један куриозитет који овде заслужује да буде поменут јесте отворена нетрпељивост рок и хеви метал бендова према видео уметности која се јасно могла увидети још почетком деценије. И онда када су давали свој пристанак за израду неког спота, они су махом били тек овековечења режираног живог наступа, пошто је онај истински рокерски хабитус нужно подразумевао и одређену филозофију свакодневног живота, тј. дословно разумевање и прихватање текстова композиција. Све то је, разуме се, суштински различито у односу на већину поп извођача, који су видео-презентацији сопствене музике давали несразмерно велики значај.

Онај прави и скривени мотив за овакву хиперпродукцију видео-спотова била је разумљива претензија ка слави и богатству, која пак нипошто није смела да се у таквом светлу експлицитно и прикаже. Наместо уметничких истина она истинска мотивација лежала је у *доброј сīарој* тежњи индустрије ка стварању профита, а ако се уз то створи и понеко вредно уметничко дело, утолико боље, али само колатерално, а никако са унапред одређеним непристрасним циљем. Један од аутора сумира дотични период кроз рекапитулацију те и потоњих деценија, упоређује их и вредносно одређује: „’Осамдесете су биле невинне. Мислим да не желим да будем редитељ музичких спотова данас као што сам желео онда. Технологија чини све оно што смо тада радили уживо. Некада су идеје биле добре. Данас више нису. Теже је бити оригиналан. Сада је дошло до те демократизације у медијима, што је у неку руку сјајно. Али сада сви знају све. Музичке компаније онда нису ништа знале, баш као ни музичари. Али ни ми нисмо много знали па смо могли да радимо шта смо желели. Постојала је слобода’, закључује Грант слично као и његов колега Стив Берон.”

Протоком времена индустрија музичких спотова све више губи на значају, а тај процес је посебно убрзан појавом и масовним ширењем интернета на свим меридијанима. Сада готово незамисливо делују сцене глобалног ишчекивања премијерног емитовања неког најављеног спота омиљеног музичког састава, које се, сасвим извесно, више никада у тој мери неће поновити. Аутор суптилно увиђа како су (само) тада подједнако

право на јавно препознавање свог рада имали и мали експериментални пројекти анонимних аутора или почетника, као и мегаломански пројекти великих студија, који су за потребе своје режије били у могућности да потроше знатна финансијска средства. Разделницу на којој се уметничке тенденције трајно губе у маглама комерцијалних подухвата представљао је улазак у деведесете, а чини се да развој глобалне мреже није погодовао и опстанку те даљем напретку овог сегмента индустрије: „Када се све те приче и легенде о снимању спотова узму у обзир, постаје јасно зашто су деведесете постале глобални филтер. Било је неопходно супротставити се импровизацијама, а спот свести на комерцијални производ и умањити његову претензију на статус уметничког дела. Чинило се да је музички видео био делимично окамењен у начину продукције и дифузије баш у тренутку развоја напредније индустрије интернета...”

У закључном делу књиге Јончић подсећа како је и наша средина тада била изузетно развијена у том погледу. Ноћни програм београдске телевизије ни у чему битном није заостајао за најбољим западним ТВ изданцима, а увелико је предњачио над већином преосталих европских телевизијских станица. Поменимо само емисије „Београд ноћу” и „Рокенролер”, које су умешно комбиновале Мелетову и Боувијеву естетику у сарадњи редитеља, музичара и визуелног уметника. Јончићеве *Музичке сликовнице осамдесетих* јесу вредна студија која у модерном „crossover” маниру умешно комбинује две можда најпопуларније масовне уметности савременог доба: филм и музику. Своју превасходну публику она тражи међу припадницима генерација које су своју социјализацију пролазиле у ери ничим непомућене владавине естетике музичких спотова осамдесетих, али ће бити драгоцено и информативно штиво и онима којима тај период не представља више од једног неутралног историјског тренутка.

Дејан ПЕТРОВИЋ