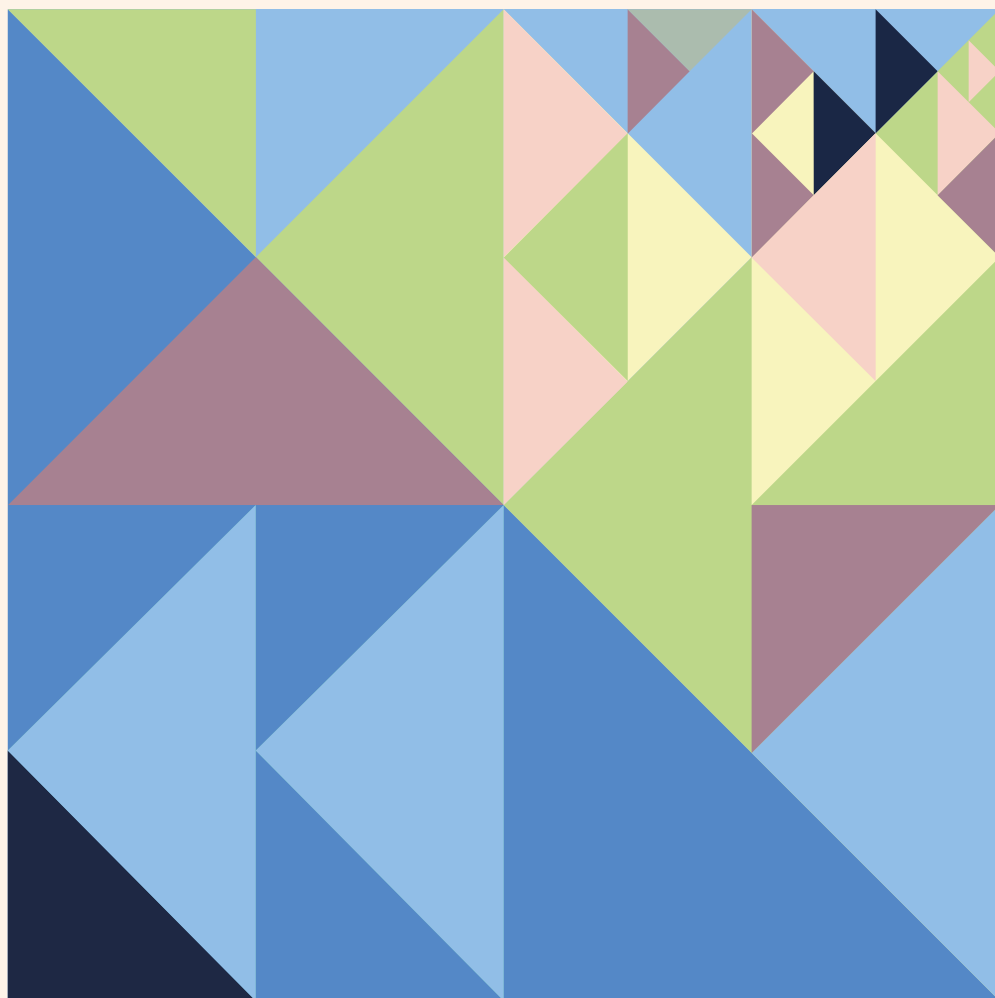


# KREATIVNOST I INOVACIJE POZORIŠTA, MEDIJA I KULTURE

CREATIVITY AND INNOVATIONS OF  
THEATRE, MEDIA AND CULTURE



UREDнице / EDITORS

**Maja Ristić**

**Ana Martinoli**

**Ljiljana Rogač Mijatović**



FAKULTET  
DRAMSKIH  
UMETNOSTI  
U BEOGRADU

Fakultet dramskih umetnosti  
Faculty of Dramatic Arts

**KREATIVNOST I INOVACIJE**  
**POZORIŠTA, MEDIJA I KULTURE**  
CREATIVITY AND INNOVATIONS OF  
THEATRE, MEDIA AND CULTURE

UREDнице / EDITORS

Maja Ristić, Ana Martinoli, Ljiljana Rogač Mijatović

Beograd / Belgrade, 2023



**KREATIVNOST I INOVACIJE**  
**POZORIŠTA, MEDIJA I KULTURE**  
CREATIVITY AND INNOVATIONS OF  
THEATRE, MEDIA AND CULTURE

Urednice / Editors

Maja Ristić, Ana Martinoli, Ljiljana Rogač Mijatović

Recenzenti / Endorsed by

prof. Milena Dragičević Šešić, Emerita, University of Arts in Belgrade

prof. Nada Zgrabljic Rotar, Faculty of Philosophy, University in Zagreb

prof. Ana Stojanoska, Faculty of Dramatic Arts, University of Skopje

Izdavanje ovog tematskog zbornika finansijski su podržali Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i Ministarstvo kulture Republike Srbije. Zbornik je rezultat naučnoistraživačkog rada i institucionalnog finansiranja Fakulteta dramskih umetnosti u Beogradu.

This publication has been published with the support of Ministry of Education, Science and Technological Development and Ministry of Culture of Republic of Serbia. The publication is a result of research work and institutional funding of the Faculty of Dramatic Arts in Belgrade.

## SADRŽAJ / CONTENTS

- 6 Ljiljana Rogač Mijatović, Maja Ristić, Ana Martinoli  
KREATIVNOST I INOVACIJE: PERSPEKTIVE I IZAZOVI ZA  
BUDUĆNOST
- I POZORIŠTE / THEATRE
- 18 Darko Lukić  
RETHINKING THE THEATER IN CONTEXT OF THE “NEW  
NORMAL”
- 34 Vēsma Lēvalde and Gustavs Zālītis  
IMMERSIVE THEATRE AS A TOOL TO CREATE SUBTEXT
- 46 Predrag S. Šiđanin, Maja S. Budžarov, Luka Z. Tilinger  
APPLICATION OF VIRTUAL REALITY (VR) IN IMPROVING  
THE PUBLIC PRESENTATION OF PERFORMING ARTS IN  
THE PANDEMIC AGE
- 66 Miloš Rašić  
ANTROPOLOŠKO TUMAČENJE AMATERSKIH POZORIŠNIH  
PREDSTAVA SRPSKIH GASTARBAJTERA U BEČU
- 88 Jelena Đ. Gojić  
NOVI PRISTUPI AMATERSKOM POZORIŠTU U VREMENU  
PANDEMIJE COVID-19
- 108 Maja Ristić  
CRISIS AS A CHALLENGE IN THE CREATION OF  
INNOVATIVE THEATER PROGRAMMES
- II MEDIJI / MEDIA
- 128 Radmila Janičić  
SOCIAL MARKETING IN SENDING MESSAGES BY ARTS
- 148 Mirjana Nikolić, Milica Ilčić  
MENADŽMENT MEDIJA PRED IZAZOVIMA I RIZICIMA  
IZAZVANIH PANDEMIJOM
- 164 Kristina Milić, Aleksandra Ugririć, Ana Milojević  
MEDIJSKA PRODUKCIJA KAO ASPEKT MEDIJSKE  
INFORMACIJSKE PISMENOSTI: PREPORUKE ZA  
DODATNU EDUKACIJU NASTAVNIKA U SRBIJI
- 186 Violeta Kecman  
MEDIJSKA PRODUKCIJA U OBRAZOVANJU: ROMAN  
“MAJSTOR I MARGARITA” MIHAILA BULGAKOVA
- III KULTURA / CULTURE
- 206 Quan Liu  
CULTURAL COLLABORATION AND DIPLOMACY  
BETWEEN CHINA AND VIETNAM: CONSTRUCTING  
LANDSCAPE PERFORMING ARTS ‘HOI AN MEMORIES’  
IN VIETNAM
- 236 Olga Mirković Maksimović  
VEŠTAČKA INTELIGENCIJA (VI) I UMETNOST: DA LI  
JE MOGUĆE DA VI ZAMENI UMETNIKA?
- 254 Јована Пикулић  
ДИСЕМИНАЦИЈА ДИГИТАЛИЗОВАНОГ КУЛТУРНОГ  
НАСЛЕЂА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ – МОДЕЛИ ДОБРЕ  
ПРАКСЕ И КУСТОСКЕ ПЕРСПЕКТИВЕ
- 274 Dominic Fayenuwo Nigerija  
ENDURING STRUCTURE OF TRADITIONAL  
MANAGEMENT SYSTEM IN YORUBA LAND. USING  
THE IPEDI AND AJEGEMO FESTIVALS OF EDELAND  
AS CASE STUDY
- 292 Biografije / Biographies

# KREATIVNOST I INOVACIJE - PERSPEKTIVE I IZAZOVI ZA BUDUĆNOST

— Ljiljana Rogač Mijatović  
Maja Ristić  
Ana Martinoli

U savremenom svetu koji se suočava sa neizvesnostima i krizama, kreativnost i inovativnost često su označene kao ključni preduslovi za uspeh u gotovo svim aspektima života ljudi. Godine 2020. Svetski ekonomski forum rangirao je kreativnost na treće mesto – u prvih 10 osnovnih veština za uspeh u četvrtoj industrijskoj revoluciji, naročito u vezi sa otkrićima u veštačkoj inteligenciji (WEF 2020). Polazeći od ovih i drugih pretpostavki o važnosti kreativnosti za budućnost čovečanstva, ova knjiga nastoji da doprinese razumevanju kreativnosti i inovacija kao kulturnih, umetničkih i društvenih procesa.

Sistematična istraživanja različitih perspektiva kreativnosti obuhvataju shvatanja kreativnosti u različitim kulturama, različite manifestacije kreativnosti i inovativnosti, uticaj kulturnih vrednosti, normi i multikulturalizma na kreativnost, dijalošku koevoluciju kulture i kreativnosti, itd. U literaturi se istražuju mnogi pojmovi koji se tiču inovativnosti i kreativnosti na sistemskom nivou: kreativna ličnost, kreativni proizvod, kreativna inteligencija, psihologija kreativnosti, kreativni proces, kreativno okruženje, inovativnost, organizaciona kreativnost, organizaciona kultura, preduzetnička kreativnost i korporativna kreativnost itd. (Becker, 1995; Kozbelt, Beghetto, & Runco, 2010; van Gundy, 1987; von Stamm, 2005; Zhou & Shalley, 2008; Mandić i Ristić, 2013; Škorc, 2013; Mikić, 2021).

Broj studija na temu kreativnosti kontinuirano se povećava poslednjih godina. Iako je kreativnost bila predmet interesovanja istraživača uglavnom iz oblasti psihologije tokom prve polovine dvadesetog veka, od 1950. godine istraživanja kreativnosti postala su zastupljenija kako po obimu tako i u pogledu spektra naučnih oblasti (Albert, Runco, 1999; Baer, Kaufman, 2006). Predsedničko obraćanje Džoja Gilforda (Joy Guilford) Američkom psihološkom udruženju označilo je prekretnicu u pristupu kreativnosti i otvorilo veliko područje istraživanja, tako da je kreativnost počela da dobija značenje divergentnog mišljenja (Baer, 1993). Kao glavne odlike kreativnosti Gilford je klasifikovao nekoliko sposobnosti spram ideja i mišljenja: fluentnost, fleksibilnost, originalnost i elaboracija, koje u kombinaciji proizvode preko 120 različitih mentalnih sposobnosti, prema kojima su Gilford i njegovi saradnici osmislili testove za merenje i demonstriranje kreativnosti pomoću faktorske analize (Guilford & Hoepfner, 1971). Na

tom tragu razvijena je jedna od najuticajnijih teorija kreativnosti kao divergentnog mišljenja Pola Toransa (Paul E. Torrance), koji je ustanovio specijalne testove kreativnosti (Torrance, 1990). Pored ove psihometrijske tradicije Gilforda i Toransa iz Sjedinjenih Američkih Država, jedan od uticajnih francuskih psihologa Alfred Bine (Alfred Binet) u svojim istraživanjima bio je veoma zainteresovan za maštu, mada je ova tradicija postala aktuelna tek kasnije.

Kreativnost kao saznajni proces bila je deo teorijskih pristupa Vigotskog (Lev Vygotsky), kao i Pijažea (Jean Piaget), posebno u kontekstu razvoja kod dece. Upravo je Vigotski posmatrao kreativni proces ljudske svesti, vezu između emocija i misli i ulogu mašte, razmatrao pitanje reprodukcije i kreativnosti, stavljajući u prvi plan povezanost stvarnosti i mašte, na čitav obim ljudske delatnosti (Lindqvist, 2003: 245). U toj perspektivi, kreativnost se sagledavala kao rastuća, pozitivna sposobnost zdravih ljudi, kao transformišuća sila u svakome, koja menja samog stvaraoca i istovremeno kulturu u kojoj se događa, a koja je neraskidiva od ukupnog razvoja čoveka i društva (Vigotski, 1971, prema: Škorc, 2012: 61). Kreativnost je, više od nekih drugih oblasti u psihologiji i obrazovanju, bila predmet popularizovanih programa koji nisu prošli rigorozno testiranje. Stoga je kreativnost u umovima mnogih ljudi povezana sa komercijalizacijom pre nego sa rigoroznom naukom (Sternberg, 2006: 2).

U kontekstu rada organizacija, procena kreativnosti i inovacija stvarnih proizvoda značajno je dobila na važnosti poslednjih godina, podstaknuta uglavnom pionirskim radom Amabile (Teresa Amabile). Svoj metod naziva tehnikom konsenzualne procene, u kome subjekti kreiraju neki proizvod (kao što je pesma, kolaž ili priča) kao odgovor na zahtev eksperimentatora, a zatim kreativnost njihovih proizvoda ocenjuje više nezavisnih stručnjaka (Amabile, 1996).

U zemljama nemačkog govornog područja, ideja se prihvata kao kreativna ako je nova u određenoj situaciji ili ako sadrži nove elemente i posmatra se kao korisno rešenje problema. Prema Prajzeru (Siegfried Preiser), osoba, proces, problem i proizvod čine četiri P-a istraživanja kreativnosti u zemljama nemačkog govornog područja (Preiser, 2006: 167). Glavni fokus nemačkih modela je na kreativnim procesima, koji su podstaknuti

suočavanjem pojedinca sa problemom i koji u krajnjem ishodu treba da daju proizvod. Teorijski pristupi kreativnosti koji su usmereni na proizvod težište stavljaju na ishodišta kreativnog procesa. Kreativnost uključuje razmišljanje koje ima za cilj proizvodnju ideja ili proizvoda koji su relativno novi i koji su, u izvesnom pogledu, ubedljivi (Sternberg, 2006: 2). Ovi pristupi nalaze svoju primenu naročito u oblastima kulturnih i kreativnih industrija (CCI).

Koncept organizacione kreativnosti sastoji se od dve sposobnosti: i) sposobnost stvaranja ovog društvenog okruženja, kao i ii) sposobnost da se iskoristi i eksploatiše rezultirajuća individualna kreativnost članova osoblja (Meyer, 2014: 8). Postoji inherentna tenzija u organizacijama između potrebe za stabilnošću i potrebe za inovacijama. Kanadski teoretičar Mario Min Basadur (2005) predložio je tri opšte vrste pristupa organizacijskoj kreativnosti: identifikovanje kreativnih radnika unutar organizacije i njihovo usklađivanje sa odgovarajućim zadacima; korišćenje organizacionih faktora koji će verovatno negovati ili inhibirati kreativni učinak (uključujući strukture koje podstiču unutrašnju ili ekstrinzičnu motivaciju); i ulaganje namernih napora da se radnici obuče da postanu kreativniji (Basadur, 2005: 209).

Mnogi autori opisuju uticaj inovacione kulture na inovativne kapacitete preduzeća i jedinica preduzeća. Sistemi kategorija koji ocrtavaju prateće okvirne uslove za kreativnost i inovaciju razvijeni su poslednjih godina (van Gundy, 1987; Amabile, 1996; von Stamm, 2005). Od tada se pojavio novi istraživački pravac kao oblast organizacione kreativnosti koja se manje fokusira na kreativni učinak pojedinca, već više na kreativni učinak organizacije (Zhou & Shalley, 2008). Sadašnje shvatanje upravljanja inovacijama karakterišu procesno orijentisani pristupi koji se fokusiraju na uspostavljanje inovacionih procesa (Drucker, 1985; Cooper, 1988).

Uloga kreativnosti i inovativnosti u obrazovanju i savremenom sistemu obrazovanja od izuzetnog je značaja, imajući u vidu stalne promene koje nastaju u digitalnoj transformaciji društva širom sveta. Oblasti kulture, medija i dramskih umetnosti naročito su relevantne kako za teorijsko promišljanje tako i za praktično delovanje spram procesa kreativnosti i inovacija. Ova knjiga tematski objedinjuje upravo te oblasti, pozicionirajući

ih u interdisciplinarnoj perspektivi. Svako poglavlje sadrži raznovrsnost pristupa i metoda analize odabranih tema i istraživačkih problema.

Poglavlje 1 sadrži tekstove koji se bave istraživanjima uticaja COVID pandemije na funkcionisanje i opstanak pozorišta u vanrednim okolnostima koja je ugrozila živu komunikaciju između glumaca i publike tokom izvođenja predstave. Darko Lukić u svom članku izučava „novu normalnost” u pozorištu, nove pozorišne forme u vreme pandemije kao i načine prevazilaženja krize i uspostavljanja, koliko god je to moguće kontinuiteta u radu pozorišta. Inverzivnim pozorištem kao izazovom u pozorišnom stvaralaštvu bave se Vesna Levade i Gustav Zalitis. Virtualno pozorište danas predstavlja aktuelni oblik izvođenja u digitalizovanom svetu, a o njegovim osobenostima pišu Predrag Šibanin, Marija Budžarov i Luka Tilinger. O novim pristupima i izazovima u radu amaterskih pozorišta piše Jelena Gojić. Tekst Miloša Rašića koji je u teorijskom pogledu smešten u polje pozorišne antropologije pruža zanimljiv prikaz amaterskog pozorišta srpskih gastarbajtera u Beču. Rad urednice zbornika Maje Ristić, redovne profesorke Fakulteta dramskih umetnosti u Beogradu, posmatra krizu kao izazov za poboljšanje programa pozorišta kao i njegovog novog promišljanja. U tekstu autorka analizira pojmove kriza, trauma, krizni menadžment, pružajući čitaocu uvid u najmarkantnije primere događaja (festivala, pozorišta na trgovima, izgradnje posebnih prostora, za igru) kojima su se pozorišta u Srbiji „borila” protiv pandemije. Tekstove koje smo odabrali osvetljavaju krizu u pozorištu iz različitih uglova sa idejom da prikažu nove pristupe koji će obogatiti pozorište u budućnosti.

Poglavlje 2, u kome su grupisani tekstovi iz oblasti medija i medijske produkcije, već svojom raznovrsnošću u smislu fokusa i obrađenih tema ukazuju na širinu i dinamičnost ovog polja. Tako rad Radmile Jančić sagledava ulogu i funkcije komunikacije socijalnog marketinga u oblasti kulture i umetnosti, sa akcentom na razvijanje pristupa društvene odgovornosti. Snažno i relevantno teorijsko utemeljenje svog rada autorka produbljuje i obogaćuje praktičnim primerima, primerima dobre profesionalne prakse. Ova vrsta povezivanja delikatnih specifičnosti marketinške komunikacije u oblasti kulture i umetnosti sa odgovornošću prema potrebama i dobrobiti publike, ali i celog društva, predstavlja važnu smernicu u trenutku kada

tržište medija u globalnom kontekstu prolazi fazu krize etičnog i profesionalnog pristupa medijskoj produkciji, dominacije tržišnog nad javnim interesom, imperativa profita nad odgovornošću producenta i novinara. Saradnja i povezivanje medija, kulture i umetnosti sa ciljem oplemenjivanja društava, načina komunikacije i razumevanja aktuelnih izazova i problema može biti jedan od produktivna, efikasna i za publiku atraktivna. Neizostavno, uticaj COVID pandemije na medijsku produkciju bio je predmet interesovanja protekle dve godine teoretičara i praktičara, pa je tako ova tema našla svoje mesto i u ovom zborniku. Način prilagođavanja medija kriznom periodu, izazovi u smislu vrste sadržaja i dinamike njihovog plasiranja, te načina organizacije unutar redakcija bili su predmet analize rada Mirjane Nikolić i Milice Ilčić. Posebnu vrednost teksta čini kontekstualizacija preporuka na nivou EU sa praksom lokalnih medija koji su bili predmet analize. Kontekst COVID pandemije bio je okvir i rada Aleksandre Ugrinić, Ane Milojević i Kristine Milić, ali su njihova perspektiva i fokus bili usmereni na one koji se nalaze „sa druge strane ekrana” i njihove kapacitete, znanja i veštine da se nose sa svim izazovima medijskog izveštavanja u digitalnom okruženju. Tekst se posebno bavi dragocenom temom medijske i informacione pismenosti nastavnika, njihovim sposobnostima da uvide i prepoznaju zahteve digitalnog doba, posebno u svetlu krize izazvane pandemijom, da svoje uvide oblikuju u nastavne materijale koji za potrebe mlade „publike”, učenika, moraju zadovoljiti kriterijume kvalitetnih i atraktivnih multimedijalnih koji ujedno imaju i snažnu pedagošku funkciju. Kritičko mišljenje i medijska produkcija u kontekstu obrazovanja i nastavne prakse zaokružuju poglavlje posvećeno medijima kroz rad Violete Kecman. Neophodnost kontinuirane edukacije, sticanje novih znanja vezanih za analizu i kritičko promišljanje medijskih sadržaja, efikasno reagovanje na promene koje se iz prostora medija prelivaju na sve segmente društva i imperativ adaptacije sistema obrazovanja koji te promene nameću, samo su neki od zaključaka ovog teksta.

Poglavlje o medijima svojom strukturom i temama ukazuje na neke od, možda, i najosetljivijih tačaka vezanih za odnos publike prema medijima, obaveze društva kada je u pitanju razvijanje kritičkog i odgovornog odnosa prema medijskim sadržajima, te neodvojivost kulturne, umetničke

i medijske produkcije u funkciji razvoja otvorenih, demokratskih društava, podsticanja humanosti i dobrobiti građana. Izvesno je da su kreativnost i inovacije ključne reči ne samo za opstanak, već i za dalji progres medija, medijske produkcije, medijske politike i upravljanja medijskim sadržajima na različitim kanalima.

Poglavlje 3 razmatra raznovrsna pitanja iz oblasti kulturne politike i menadžmenta, kulturne saradnje, digitalizacije kulturnog nasleđa, veštačke inteligencije i umetnosti, itd. U radu o kulturnoj saradnji i diplomatiji putem pejzažne scenske umetnosti, autor Quan Liu objašnjava kako je ova oblast postala „kolosalna industrija” sa izrazito regionalnim odlikama i kako je poslužila u političke svrhe da bi se povećala meka moć Kine u Vijetnamu, te način na koji se usklađuje sa inicijativom Pojas i put kao zajednički kulturni pejzaž. Analizirajući različite forme umetničkog izraza, sa naglaskom na slikarstvu, u radu o odnosu veštačke inteligencije i umetnosti, autorka Olga D. Mirković Maksimović postavlja nekoliko pitanja: da li veštačka inteligencija može sama da stvori umetničko delo ili je veštačka inteligencija samo oruđe u rukama umetnika? Hoće li zameniti umetnike? Na tragu izazova postavljenih novim tehnologijama, Jovana Pikulić se u svom radu bavila digitalizacijom i difuzijom pokretnog kulturnog nasleđa muzeja Srbije, te razmatranjem mogućnosti za razvoj dostupnosti i upotrebe kulturnog nasleđa, kao i značaja digitalnog pristupa kulturi. Poslednji rad u poglavlju o kulturi autora Dominika Fajenuova (Dominic Fayenuwo) iz Nigerije bavi se temom tradicionalnog menadžmenta na primeru Edelend festivala kako bi se razumelo na koji način su autohtoni stilovi menadžmenta doprineli njihovom opstanku i daljem, sa ciljem doprinosa, širem sociokulturnom razvoju. Ovo završno poglavlje u knjizi zaokružuje postavljeni tematski okvir na način koji potvrđuje složenost i disperzivnost polja kreativnosti i inovacija kao društvenih i kulturnih fenomena savremenog sveta. U osnovi, ova knjiga potvrđuje da je bogatstvo kulturnih izraza u osnovi kreativnih procesa koji će učestvovati u oblikovanju budućnosti sveta.

## Literatura

- Albert, R. S., & Runco, M. A. (1999). A history of research on creativity, in: R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* New York: Cambridge University Press, pp. 16–31.
- Amabile, T. M. (1996) *Creativity and Innovation in Organizations*. Boston: Harvard Business School Publications.
- Baer, J. (1993) *Creativity and divergent thinking: A task-specific approach*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Baer, J. and J. C. Kaufman (2006) Creativity Research in English-Speaking Countries, in: Kaufman, J. C. and Sternberg, R. J., eds. *The International Handbook of Creativity*, Cambridge University Press, pp. 10–38.
- Basadur, M. S. (2005). Management: Synchronizing different kinds of creativity, in: J. C. Kaufman & J. Baer (Eds.), *Creativity across domains: Faces of the muse*. Mahwah, NJ: Erlbaum. pp. 261–280.
- Becker, M. (1995). *Nineteenth-century foundations of creativity research*. *Creativity Research Journal*, 8, pp. 219–229.
- Cooper, R. G. 1988. The New Product Process: A Decision Guide for Management. *Journal of Product Innovation Management*, 3(3), pp. 238–255. <http://dx.doi.org/10.1080/0267257X.1988.9964044>
- Drucker, P. F. 1985. *The Discipline of Innovation*. Harvard Business Review, 63(3), pp. 67–72.
- Guilford, J. P., & Hoepfner, R. (1971). *The analysis of intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Kozbelt, A., Beghetto, R. A., & Runco, M. A. (2010) Theories of Creativity, in: J. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge Handbook of Creativity*. New York: Cambridge University Press. pp. 20–47.
- Lindqvist, G. (2003) Vygotsky's Theory of Creativity, *Creativity Research Journal*, 15: 2, pp. 245–251.
- Mandić, T. i Ristić, I. (2013) *Psihologija kreativnosti*. Beograd: FDU.
- Meyer, J.U. (2014) Strengthening Innovation Capacity through Different Types of Innovation Cultures. *Technology Innovation Management Review*, 4(12), pp. 6–16. <http://timreview.ca/article/853>



- Mikić, H. (2021) *Kreativno preduzetništvo i kulturno nasleđe: kreativnost inspirisana tradicijom*. Beograd: Institut za kreativno preduzetništvo i inovacije.
- Preiser, S. (2006) Creativity Research in German-Speaking Countries, in: Kaufman, J. C. and Sternberg, R. J., eds. *The International Handbook of Creativity*, Cambridge University Press, pp. 167–201.
- Rou, Dž. A. (2008) *Kreativna inteligencija*. Beograd: Clio.
- Sternberg, R. J. (2006) Introduction, in: Kaufman, J. C. and Sternberg, R. J., eds. *The International Handbook of Creativity*, Cambridge University Press, pp. 1–9.
- Škorc, B. (2012) *Kreativnost u interakciji – psihologija stvaralaštva*. Beograd: Most art.
- Torrance, E. P. (1990). *The Torrance Tests of Creative Thinking: Norms – technical manual* (rev. ed.). Bensenville, IL: Scholastic Testing Service.
- van Gundy, A. (1987) Organizational Creativity and Innovation, in: S. G. Isaksen (Ed.), *Frontiers of Creativity Research: Beyond the Basics*, Buffalo, NY: Bearly Ltd. pp. 358–379.
- von Stamm, B. (2005) *Managing Innovation, Design and Creativity*. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons.
- WEF. World Economic Forum (2020). The Future of Jobs. Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution. [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf)
- Zhou, J., & Shalley, C. E. (2008) *Handbook of Organizational Creativity*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.

**POZORIŠTE**  
THEATRE

# RETHINKING THE THEATER IN CONTEXT OF THE “NEW NORMAL”

— Darko Lukić

The coronavirus epidemic is thus a major test of citizenship. In the days ahead, each one of us should choose to trust scientific data and healthcare experts over unfounded conspiracy theories and self-serving politicians. If we fail to make the right choice, we might find ourselves signing away our most precious freedoms, thinking that this is the only way to safeguard our health.

— Yuval Noah Harari

As a keynote speaker of the conference "Creativity and Innovations in Theatre, Media and Cultural Productions: Visions and Values for the Future", I feel free to raise several questions which I find important for our reflection and analysis of the topics mentioned in this Conference. I will not even try to pretend that I have the answers to these questions. Unfortunately, at this moment, nobody does. But I strongly believe that our common effort to discuss, reflect and analyse such questions at this conference and in our future work, both theoretical and practical, is the common goal and common interest. Living in Germany during the Corona crisis, a country with the longest total lockdown in Europe and a country with one of the most rigid and strict health protection measures in the whole world, I had the unwanted opportunity to observe the impacts and consequences of such a lifestyle to the everyday human life and on the theatre and performance. Also, again unwanted, I had a huge surplus of the free time to research it. Online, of course. I did it by attending conferences on such topics, reading the articles and research results, taking part in the Zoom webinars and discussions, monitoring carefully European differences in the response to the pandemic. Here are several sets of the questions raised from such activities I would like to share with you.

## **The Concept of the “New Normal”**

The huge, global social experiment we are living in real-time in the very beginning was “a sort of nightmare” (O’Kelly, 2021). But it was also a challenge for innovations and experiments which might have never happened or at least should have waited for a long time to be tested. And

for me, it was a great challenge to rethink and to reflect, to re-define my knowledge and to learn some new things. Even more, that was the push to unlearn some previous biases. Leaving the comfort zone of my intellectual conformism and entering the field of new curiosity and openness for the completely unknown new experiences and habits with as much flexibility the situation allowed, brought me to the new sets of questions and research topics I would like to share with you here.

Our previous understanding of what the theatre is (and what probably is not) was deeply challenged during the COVID19 pandemics. During the coronavirus outbreak, global audiences quarantine, public lockdown, global theatre and festival shutdown, the phenomena often called “COVID crisis” or “corona crisis”, caused the closing of the theatres, postponing or cancelling of the productions, and at the same time caused sudden, unexpected and unprepared, totally forced theatre migration to the virtual sphere on the web.

During 2020 and most of 2021, the theatre lived, or to better say survived, almost exclusively in the virtual environment. Theatres and festivals reacted to lockdown actively, almost immediately broadcasting older performances on their websites or from different video archives and offering the new experience of global and free online theatre performances. Some could even experience it as the big global free theatre online festival. The best theatre productions were worldwide accessible at any time and completely free. Later researches in the UK showed that two-thirds of the online audience discovered some new form of the performing arts through their online watching during the lockdown (Masso, 2021a). Gradually the communication started to use different platforms, live-streaming and more and more direct communication with the audiences on social media.

At the same time, or at least after the recent modest return to “new normal”, meaning slowly and gradually reopening of the theatre performances and festivals to the live audiences, a new set of questions (artistic, theoretical, technical, aesthetic, philosophical, social, economic, political, managerial...) arose. No need to stress that all of them have a direct impact on theatre production and theatre education. What kind of performance is a live stream or video broadcasting? Is it the theatre at all? How much dig-

ital performance challenges the concept of engaging the audience? What is the immersion in such a kind of performance? How can it challenge the dominant performative strategies and cultural narratives? Is the theatre online even theatre or just a digital image of the theatre?

Is this nothing more than the substitution for live performance what Thomas Ostermeier described so sharp in just one sentence: “Live streamed theatre is like methadone for heroin addicts: you don’t get the same kick as with the real thing”? (O’Kelly, 2021). Or is it maybe the completely new form of the theatre performance?

What is the impact of such media transition on the theatre, audience, performance, media, critics, theatre production, theatre education, cultural policies and cultural establishment? The search for the answers most certainly requests the inter-disciplinary approach and open discussion between many different scientific fields and many different performative practices. The focus of this keynote paper is now and here on just one question: *What is the short- and long-term impact of the corona crisis on the theatre in all the mentioned aspects?* These are the answers we need to adapt contemporary theatre production in the long term changed environment.

Any discussion about the “New normal” inevitably raises the question about so-called Normality itself. What is the “old normal” compared to this “new” one and who, how and by which criteria defines “normality” in the theatre. That brings us immediately into the field of philosophy, sociology, cultural studies and psychology. And that is the question which already is, and for sure, will be more and more discussed in the inter-disciplinary and trans-disciplinary fields. Let us reflect here more from the theatre and performance studies point of view. In such a framework the very foundation of our research is the performance itself. And our understanding of *what the performance is* has been deeply influenced in terms of basic performing elements which were challenged: such as the place, space, time, audience participation, immersion, audience response, performers-audiences communication, the nature of performance as the social event...And, of course, that poses tasks and challenges in our future theatre production and theatre education process.

## Performative Space and Time

Most probably the first obvious change during the digital covid period was the redefinition of the performing space. Suddenly, practically overnight, the same space was not necessary anymore. The spatial transcendences were not the author's experiment but everyday standard. Besides such breakdown of the performers-audiences common space sharing, completely new performing spaces were also imported to the theatre. Location-based experiences (LBE) previously reserved for entertainment in specific locations outside the spectator's home, challenged the previous concept of the site-specific performance. Location-based experiences have arisen as the usable possibility to experience the performance outside our living rooms when the theatre venues were locked and silenced. Not to mention that our living rooms or bedrooms or, to be precise, our computers, tablets and smartphones suddenly became performing spaces during the lockdown.

The next direct and obvious impact was the redefinition of the performative time. Suddenly, the simultaneous presence and same time sharing between the performers and the audience was not necessary at all. The performers, together with their performance were still waiting for us with the simple "pause" button pushed on our remote control during any kind of interruption we had. Such challenge in our understanding of the time in the performance was logically followed by the redefinition of the narrative arc in dramaturgy. The break of the narrative arc was the exclusive privilege of the directors, choreographers and dramaturges as a part of their creative ideas and performing strategies. During the theatre migration online that was a random, voluntary individual decision of every one of the spectators, transformed into the consumers. Such an important turn leads us to the question of the performative presence. Digital theatre and online performances opened a completely new field of presence and absence possibilities. In understanding such a new concept of presence (and absence) our previous knowledge about the performer's presence from, e.g., Diderot, Stanislavski, Chekov or Schechner simply cannot meet new contemporary expectations of the "post-covid" theoretical reflection. I find Marina Abramović's concept of the performative presence much more helpful to start from.

## Hybrid Models in Theatre

From simple live streaming of the performances or simply broadcasting theatre archives at the very beginning of the pandemic, performance artists moved very quickly during 2020 and 2021 toward the new productions, completely created in digital, virtual or hybrid reality. Something which was a relatively rare experiment or modest research division in the most advanced theatres suddenly became not only mainstream production, but often the only one. The transcendences of the performance from live to digital and from exclusively three-dimensional art into the two-dimensional space brought sudden and mostly uncontrolled "intrusion" of the very different digital experiences in the theatre. Performances borrowed, or adopted, or simply emulated the dramaturgy, strategies and concepts of the gaming industry, E-sports, Virtual Realities and Augmented realities. Such digital immersive technologies challenged the theatrical concept of reality and imposed a new set of questions about the immersive and participatory performance. Virtual and Augmented realities in the theatre performance quite quickly moved the spectator from the position of co-creator and manipulator to the position of manipulated and passive receptor or just end-user controlled by the virtual system.

In the sudden increase of the hybrid models, hybrid performative forms developed interaction between technologies and classical staging. Most of such performances developed the forms of mixed reality, blending the physical and digital worlds, bravely exploring the very limits of the human, computer, and environment interactions. Such new reality, or better to say a variety of the different realities, are based on the extreme using the possibilities of the input systems, computers, display technologies, graphical processing and cloud computing. Finally, as the last challenge in the Extended reality field, performances entered the space of a Multimmersion 4D collaborative and interactive environment, without the need for head-mounted displays. And, all that happened in less than two years around the world.

I asked myself several questions. What do we know about all that? How can we understand, analyse and reflect new forms of the performance? How can we apply new realities to our theories? How can we adapt

our theatre production and theatre education according to such new theories? There is so much data, but even theories we used to take as granted are not applicable at all to analyse and evaluate such kinds of performances. Just several theoretical books and just a few more scientific articles are published on this topic so far.

What we do need is a sharp shift, resetting the theoretical framework and changing the paradigms. And it is not up to our decision. It's the necessity we are pushed toward. And facing the challenge of digitalization and virtualization of the performance we should keep in mind the famous and notorious Amara's law: "We tend to overestimate the effect of a technology in the short run and underestimate the effect in the long run", coined in 1960. by Roy Amara, past president of The Institute for the Future. (PC MagEncyclopedia, 2022). I do believe that the long-term impacts of the migration of the theatre into the virtual sphere will be various, strong, important and at this point mostly unpredictable.

During the first months of the lockdown, the audience had only the opportunity to watch the performances online. Everybody searched or surfed according to her or his own theatrical interests. But suddenly, just like in any other type of digital consumption, the algorithms started to recognise our theatre interests. Familiar with our searching history, algorithms started to suggest us the performances, according to the analysis of the genres, institutions, author's names or titles we already searched or watched. On such kind of theatre "marketing" and theatre "programming" we mostly were not prepared. At least not in such a short time and on such a large scale. Even though it might have been somewhat uncomfortable and unusual at the beginning, perhaps we should pay more attention to the algorithms and their possibilities in our further communication with the audiences and curatorial analysis. (Bastian at all, 2020 and Makhortykh at all, 2020). Understanding such a new digital environment and its behaviour, we should definitely concern more serious phenomena which Lev Manovich calls "Artificial Spectator" (Manovich, 2012), in order to understand better both curatorial approaches and the audience's behaviour.

## Production

With all that social and physical distance, disinfection, masks, constant testing, reducing the crew, we should not ignore the impact of the Corona on the working process and production. For now, let us leave apart the most terrifying question of the economic impact of the covid crisis on the performing arts economies which is for sure a topic for at least one whole conference. But we should not ignore it. The world economy is deeply disturbed by corona.

According to a comprehensive survey conducted in Croatia by the Foundation "Kultura Nova" and Croatian Ministry of Culture, the economic impacts during 2020 caused by pandemics were significant in both institutional and independent theatres. The number of the contracted external collaborators in the whole cultural sector was reduced by 25,2 % in 2020 compared to 2019, and "the biggest loss of external collaborators can be seen in the field of drama, opera and ballet" where almost half (precisely 44,7 %) institutions and organisations reduced the number of the collaborators. (Vidović, 2021: 30). These are mostly freelance artists which lost their only opportunities to work in their field. The same problem of losing the professional resources alarmed in the UK amongst many others Nicholas Hytner, Bridge Theatre artistic director, the former National Theatre director, to alarm the society publicly warning about the fact that theatres are rapidly losing their artists and technicians due to theatre lockdowns and that significant time will be needed to gather them back from all over the country. Together with the audience's loss, he had all the reasons to cry out: "We are in crisis mode at the moment." (Hemley, 2021).

In Croatia, due to health regulations, lockdowns and social distancing 70,1 % of participants in the survey reported a notable loss of spectators in 2020. Luckily 23,2 % of them managed to keep the same number of the audience as they had in 2019, and just 6,7 % reported an increase in the audience numbers, mostly because of already developed and strong web content and well-established practice in online participation. (Vidović, 2021: 56-57). International collaboration suffered very severely because of international travel regulation, through postponing or cancelling all international business trips (58,2 %), additional financial costs for frequent



PCR testing and postponing or cancelling festivals and residences events.

From the beginning of the pandemic governments and cultural politics around the world reacted very different in helping the theatres to cope with the crisis. From very generous and careful help and deep understanding (for example in Germany) to total neglect.

Economic impacts are predicted to have long term effects on each country and its economy. How will the cultural policy strategies in different countries accommodate to such situation? How will that affect the cultural production in that particular country? How will such inequality of production conditions reflect on international theatre productions, co-productions and festivals? How will very different immigration policies and COVID rules and travel restrictions affect international projects such as residences, touring, festivals, coproductions? Will certain countries and regions for a long time stay out of the coproduction, festival and residence projects? Will it bring in the production even more inequality than we already have?

### **The Impact on the Audiences**

Besides the impacts on the performance, the Covid crisis made a significant and probably long-term impact on the audiences. Because of the already changed space and time relation in the performance, the audience spatial-time transition zones have been changed as well. The very protocol of the production was affected. The meeting of the audience's expectations was disturbed as well. Classical theatre venues and classical live performances as a social event are fulfilling certain expectations, such as the intimacy of the theatre, dramatic experience of the participation, spectators' comfort zone and their collective participation. Attending theatre events is also satisfying certain particular motivations such as belonging, affirmation, learning, following the tradition, establishing trust... What happens when there is *nothing* of the mentioned?

That is the area that should be carefully examined and analyzed. Most of the surveys up to this moment (January 2022) have been conducted in the UK, so we can here show some of the results not only to use the data but also to show how deep and how sophisticated researches and analysis

we do need for understanding this problem. Most of them are available partially or not completely published yet, so I refer here to their presentations, comments and analysis in respectable professional magazines and reviews. Important international conference "The Future of Theatre" also took part in the UK organized by The Stage Magazine (The Future..., 2021), and its continuation is planned for 2022.

After the first reopening of the theatre venues after the lockdown, several questions arose immediately. The feeling of confidence and security in big groups has been changed after a long period of lockdown and social distancing experience. The fear of the virus, but also the fear of the other human being around us or close to us was established and it still persists. The early researches from the Audience Agency in the United Kingdom, for example, showed that "members of the public are still reluctant to return to live events" and 65% of the previous regular theatre-goers do not plan to attend live events soon, and 40% prefer to stay "more local" on attending cultural events after the pandemics. (Masso, 2021b). Even the majority of 93% of the regular theatre-goers missed very much live performances, but still, 52% of them said they would stay away from the big groups of strangers, the meaning of going to the theatre if advised for the healthy reason. Also, 41% of the regular theatre-goers said they will wait a certain time before going to the live theatre again. Just 19% said they will go to the theatre as soon as it opens the door. (Snow, 2021a). Comfortability was disturbed by the new protocols with checking covid passes, measuring body temperature, social distancing in the audience, wearing masks all the time in the theatre...

In the very beginning, the complete audience was reduced to "bubble audiences", a small group of professional theatregoers, so-called "usual suspects". That puts a very important question on our idea of the new audiences, raises the question of the elitism, of accessibility and equality and the new concept of the theatre and cultural establishment. Social anxiety during the lockdown and fear for health and life, produced by pandemic panic, results in a completely new situation with the audience. People now have the fear or at least feel very uncomfortable socializing in big groups. Most of the people going to the theatre also feel uncomfortable wearing

masks during their whole stay in the theatre venue. Even after the vaccination and reopening, new regulations affected the audience behaviour. A significant number is still hesitant to attend full capacity auditoriums without social distancing, 34% of respondents find social distancing essential for their return to the theatres. Such regulation is accepted by 60% and opposed by just 5% of the participants in the survey, while 19% find mandatory face coverings very uncomfortable (Snow, 2021b).

From excessive protection measures, often extreme, to the almost forced pushing the performances outside the venues just in order to perform, however, were two ends on the continuum of the reactions. Both were desperate and equally inadequate answers to the pandemic challenges. Happiness about reopening with strictly reduced audiences with social distances and health measures at this moment depends only on the question “How long in our desperation can we pretend that a small group of the isolated and insulated audience watching 2 or 3 distanced performers on the stage really means “normalization” of the theatre life and returning the audience in the theatre venues? On the other hand, the rise of the unconventional open and closed public spaces offered a completely new chance for audience participation and audience recovery after the pandemics (Snow, 2021c).

The end of 2020, however, brought some positive news and good signals. Ticket sales in the UK experienced “incredible recovery” but unfortunately with visible differences depending on theatre size and location. Much better recovery of big, central and subsidised organisations compared to still suffering commercial models of smaller theatres warns of the possible greater vulnerability of small organisations and their prolonged post-covid recovery (Brownlee, 2021).

### **Social “New Normal”**

Probably the most serious long-term problem with quite unpredictable development and impacts on both artists and audience behaviour is a post-traumatic state caused by the collective trauma of COVID19. A study of five most developed Western countries showed that 13 % of people “reported symptoms of post-traumatic stress disorder attributable

to actual or potential contact with the coronavirus, stay-at-home orders, the inability to return to a country of residence or other coronavirus-related factors. The researchers also found that anticipating a negative pandemic-related event was even more emotionally painful than experiencing one.” (Iati, 2021). Such a long period of imminent danger, health and life threat, professional and personal uncertainty and media panic simply drained the amount of the human’s coping abilities, bringing most of the people “on the edge” and at the breaking point because humans are “just not meant to live under this level of tension for such a prolonged period,” (Iati, 2021). Already mentioned Croatian survey also reported negative psychological consequences such as depressive and anxious states, extreme stress and feeling of uncertainty (Vidović, 2021: 63).

Another serious behavioural change important for future audiences is certainly the radical migration of the youngest generations to online communication. As the direct impact of the Corona crisis the adolescents now spend around 7,7 hours daily in front of their screens. (Marples, 2021). It’s a practically full working day. Whether we like it or not, it’s simply the fact that we cannot ignore. The completely new context of the experience in such reflection includes the smartphone culture, Zoom culture, platforms such as TikTok, Triller, Clash Video, Byte, Instagram Reels, as well as the new communities residing on such platforms and the possibilities to engage them as the new audiences with a necessary and inevitable adaptation of our previous communication strategies. All this can be confusing, overwhelming, even frightening. But we, theatre researchers already know much about the huge and almost indefinite diversity of the performances and artists, of the venues, media and of the production strategies. Such a crisis is also the right moment to test everything we know about crisis management in production. So, all this challenge is just another one, however great and deep change we must accept and embrace. Theoretical questions and challenges appearing from all the facts and topics mentioned are how to approach post-Covid theatre performances, which tools of analysis and which evaluation parameters to use, how to rethink and reflect the theatre, how to reshape the theatre theory and critic.

And, last but not least, how to rethink and reshape theatre and fes-



tival production. Theatre production itself already started to change significantly due to pandemic impacts. In Croatia, for example, cultural organizations, and theatres among them, implemented some new business models such as organizing the meetings online (57,5 %), introducing new health security measures and protection on work (70,7 %), adaptation of the spaces and venues to the new health regulation (69,7 %). Almost half (precisely 44,8 %) of the survey participants practice working from home, but just 30,5 % of them managed to assure necessary equipment to their workers for their home offices. Unfortunately, among the other adaptations and accommodations, 24 % of them reduced the fees and salaries to its employees. (Vidović, 2021: 69).

### Conclusion

During the Corona crisis, the artists had to reinvent the new performance strategies. The producers must find new production models. Cultural policies have to adapt to the new circumstances and help the sector. We theoreticians should join all of them reinventing our new theoretical approach and evaluation tools, as well as the new education models. There are many new generations waiting for their chance to join the production of the performances, and it's our task and obligation to reflect and rethink the new models and concepts of that production. We are all in the "same boat" and we can make it only together through collaboration and cooperation. "But to achieve such a level of compliance and co-operation, you need trust. People need to trust science, to trust public authorities, and to trust the media. Over the past few years, irresponsible politicians have deliberately undermined trust in science, in public authorities and in the media. Now, these same irresponsible politicians might be tempted to take the high road to authoritarianism, arguing that you just cannot trust the public to do the right thing." (Harari, 2020)

### References:

- Bastian, M., Makhortykh, M., Harambam, J. & van Drunen, M. (2020). *Explanations of news personalisation across media types and systems*. Internet Policy Review, 9(4), 1-34. at: <https://doi.org/10.14763/2020.4.1504>.
- Brownlee, D. (2021, December 16) On a knife edge: *Charting Covid's impact on ticket revenues*, The Stage. <https://www.thestage.co.uk/features/analysis-on-a-knife-edge-charting-covids-impact-on-ticket-revenues>
- Harari, Y. N. (2020, March 20), *The World After Coronavirus*, Financial Times. <https://www.ft.com/content/19d90308-6858-11ea-a3c9-1fe6fedcca75>
- Hemley, M. (2021, December 16) *Nicholas Hytner: Theatre is in crisis mode – we are in big trouble*, The Stage. <https://www.thestage.co.uk/news/nicholas-hytner-theatre-is-in-crisis-mode--we-are-in-big-trouble>
- Iati, M. (2021, December 24) *The pandemic has caused nearly two years of collective trauma*. Many people are near a breaking point. Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/health/2021/12/24/collective-trauma-public-outbursts/>
- Makhortykh, M., de Vreese, C., Helberger, N., Harambam, J., & Bountouridis, D. (2020). We are what we click: *Understanding time and content-based habits of online news readers*. New Media & Society (online first). at: <https://doi.org/10.1177/1461444820933221>.
- Manovich, L. (2012) *Visualising Video and image Sequences: Tutorials*, at [https://docs.google.com/document/d/1gaBvMNa6IyP9J\\_IXy-HDW3Z\\_2wMWxsiGnyX\\_6dQrlaJE/edit?fbclid=IwAR1wREkSx-8Zqc0ID1EEV9T5c7suG4A9epJjZVxzNIgw36le7HxTFBVz9EFU](https://docs.google.com/document/d/1gaBvMNa6IyP9J_IXy-HDW3Z_2wMWxsiGnyX_6dQrlaJE/edit?fbclid=IwAR1wREkSx-8Zqc0ID1EEV9T5c7suG4A9epJjZVxzNIgw36le7HxTFBVz9EFU)
- Marples, M. (2021, November 1) *Kids nearly doubled screen time during the pandemic, but there is something you can do about it*, CNN. <https://edition.cnn.com/2021/11/01/health/children-screen-time-increase-pandemic-study-wellness/index.html>
- Masso, G. (2021a, April 14) *Two-thirds of online audiences viewed new art form during Covid – survey*, The Stage. <https://www.thestage.co.uk/news/two-thirds-of-online-audiences-viewed-new-art-form-during-covid--survey>

- Masso, G. (2021b, June 30) *Public still reluctant to return to live events – Audience Agency research*, The Stage. <https://www.thestage.co.uk/news/public-still-reluctant-to-return-to-live-events--audience-agency-research>
- O, Kelly, L. (2021, March 14) *It has been a sort of nightmare”how major theatres abroad fared in the pandemic*, Guardian. [https://www.theguardian.com/stage/2021/mar/14/how-has-global-theatre-fared-during-pandemic-schaubuhne-international-amsterdam-public-theater-new-york-odeon-paris-helsingborg?CMP=Share\\_iOSApp\\_Other](https://www.theguardian.com/stage/2021/mar/14/how-has-global-theatre-fared-during-pandemic-schaubuhne-international-amsterdam-public-theater-new-york-odeon-paris-helsingborg?CMP=Share_iOSApp_Other)
- PC Mag Encyclopedia <https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/amaras-law>
- Snow, G. (2020a, May 15) *Coronavirus: Audiences fearful of returning to theatre – survey*, The Stage. <https://www.thestage.co.uk/news/coronavirus-audiences-fearful-of-returning-to-theatre--survey>
- Snow, G. (2021b, June 17) *Returning audiences confident but cautious of losing social distancing – survey*, The Stage <https://www.thestage.co.uk/news/returning-audiences-confident-but-cautious-of-losing-social-distancing--survey>
- Snow, G. (2021c, December 23) *Public art could be key to postpandemic recovery – report*, The Stage, <https://www.thestage.co.uk/news/public-art-could-be-key-to-post-pandemic-recovery--report>
- The Future of Theatre Conference, (2021), at <https://www.thestage.co.uk/events/future-of-theatre-conference>
- Vidović, D. (Ed.) (2021) *Utjecaj pandemije COVID-19 i potresa na kulturni sektor u Republici Hrvatskoj*, Zagreb, Biblioteka “Kultura Nova”

## PROMIŠLJANJE POZORIŠTA U KONTEKSTU „NOVOG NORMALNOG“

— Darko Lukić

Naše uobičajeno razumevanje šta je pozorište (i šta najverovatnije nije) snažno je uznemireno tokom pandemije Covid19. Tokom uzastopnih talasa pandemije, zatvaranja pozorišta, otkazivanja festivala i globalne karantine za publiku, fenomen najčešće označen kao “korona kriza” ili “Covid kriza” izazvala je odgađanja ili otkazivanja produkcija te izazvala neočekivan, potpuno nepripremljen i neplaniran prelazak pozorišta u digitalnu sferu. Tokom 2020 i većeg dijela 2021 godine pozorište je živelo, ili bolje rečeno preživljavalo gotovo isključivo u virtuelnom okruženju. Pozorišta i festivali odgovorili su na krizu brzo, emitujući snimljene predstave na svojim web stranicama ili u raznim web arhivima, nudeći globalno iskustvo predstava na internetu. Postepeno je komunikacija prelazila na različite platforme, uspostavljajući više interakcije s publikama. U isto vreme, ili barem nakon skromnih povrataka u ranije “normalno” stanje pred teoretičare se postavio čitav niz umetničkih, teorijskih, tehničkih, filozofskih, društvenih, ekonomskih, političkih, produkcijskih i drugih pitanja. Potraga za odgovorima na ova pitanja zahteva interdisciplinarnu pristupe i otvorene rasprave između mnogo različitih naučnih oblasti I mnogo različitih izvodačkih praksi. Fokus ovog uvodnog predavanja je na pitanju “Kakvi su kratkoročni I dugoročni uticaji korona krize na pozorište u svim navedenim aspektima?”

**Ključne reči:** pozorište, Covid19, novo normalno, digitalno, predstava, uticaji, publike.

# IMMERSIVE THEATRE AS A TOOL TO CREATE SUBTEXT

— Vēsma Lēvalde  
Gustavs Zālītis

## Introduction

Latvian professional theatre did not originate naturally from the rituals of traditional culture, in which theatrical expressions are found, but was created consciously, influenced by the German 19<sup>th</sup> century aesthetic principles of theatre, the early 20<sup>th</sup>-century Russian theatre and varieties of European modernism trends (Radzobe et.al. 2021: 405). The birth of Latvian theatre is associated with the national awakening in the second half of the 19<sup>th</sup> century to get rid of Germanization and Russification, conversely the influence of prolonged occupations. However, the acquisition of theatre professions until the establishment of an independent Latvian state in 1918, as well as after the Second World War, when Latvia was occupied by Soviet troops, took place mostly in Russia or in Latvia with curricula taken over from the Russian theatre school. Latvian acting students still study the Stanislavski method; the psychological approach can be seen in many theatre productions. At the same time, since Latvia regained its independence in the 1990s, Western theatre schools have been rapidly entering, with the intervention of project theatres, elimination of genre boundaries and a variety of theatrical experiments, including immersive theatre projects. In the Russian theatre scene, as far as it is presented abroad, large repertoire theatres with strong traditions still dominate. On this background, an unusual production at Russia's prestigious theatre show "Golden Mask 2020" was "Bird University" by the artists Shifra Kazhdan, Lesha Lobanov, and Ksenia Peretrukhina and producer Alexandra Mun from the Theatre of Mutual Operations (*Театр взаимных действий*), sound designer Alexei Najarov and composer Alexei Sjumak. The authors have defined the theatrical piece as an immersive sound performance, and the equality of the elements that make up the performance creates a multi-layered message. The story on environmental topics in the subtext allows one to feel the socio-political context, which is outlined in the poetic quote used in the play by the Russian poet and journalist Vladimir Monakhov (*Владимир Монахов*) "Man to Man is a Bird" (*Человек человеку птица*). This encourages comparison of this production with Latvian practice, searching for points of contact and differences in the message.

## An insight into the theory of immersive theatre

The practice of immersive theatre in the world marks two trends: one uses traditional theatre techniques to tear down the “fourth wall” between the show and the audience, while the other tends to link immersion to “immersing” the viewer in virtual reality, such as using 3D glasses. In both cases, the interactivity is emphasized, the viewer’s participation creating the story. The fundamental difference is in the communication model. U.S. theatre critic and journalist Jonathan Mandell offers six hallmarks that defined the best of immersive theatre:

1. “Immersive theatre creates a physical environment that differs from a traditional theatre where audiences sit in seats and watch a show unfurl on a proscenium stage with a curtain. [...] It’s important to note that “immersive theatre” is not a synonym for “site-specific, theatre.” Some immersive shows have taken place in actual theatres, but in such cases, the theatres have been radically redesigned. [...]
2. Immersive theatre tends to stimulate all five senses – sight and sound, as with conventional theatre pieces, but also touch, and frequently taste and even smell. Many of the immersive shows have constant eerie underscoring that seems more designed to unnerve than enchant. Most serve drinks. Some serve food. [...]
3. Immersive theatre doubles as an art installation and hands-on museum. The designers pay extensive attention to details, especially what might in more conventional theatre be called props, but here function as artefacts, providing an opportunity for the audience members to explore the world. There are photographs on the wall, postcards and period magazines on tables, but some of the shows go much further. [...]
4. Immersive theatre makes individual audience members feel as if they have had a uniquely personal experience, that they are not just part of the crowd. [...] Often, in immersive shows, a single performer pairs off with a single theatregoer for an encounter. This can be a performance for an audience of one, or the theatregoer can be volunteered as a character in the plot, or asked to participate in some other way. [...]
5. At the same time, immersive productions often emphasize social interactions, either through directed tasks in small groups, or by fos-

tering a looser party atmosphere. [...]

6. The most successful immersive theatre has a story to tell – and gives respect to storytelling. [...] Not all of the best of immersive theaters have all six elements, and not all shows that attempt all six elements are the best immersive theater.” (Mandell 2019: 1)

On the other hand, Thomas Oberender, Intendant of *Berliner Festspiele*, has defined the contemporariness of immersive theatre: “Immersion is not just a purely aesthetic phenomenon. It is a leading concept for an age that is creating new forms of the economy and different policy models and putting new challenges to our institutions. This applies equally to schools and museums, and theatres. Affects, feedback, bubbles – these are the new modes of operation of the mind and power, which are first of all sketched and thought through in the various expressions of art. At the same time, Uber, Airbnb and Facebook are changing the world. These are all phenomena that cannot be competently polemized with Brecht’s cigar by the lips.” (Wahl 2017: 1). Oberender’s definition, as well as Mandell’s, applies equally to democratic and totalitarian states. Both theories reveal the tools of directing to disclose the message of a production as effectively as possible. In the opinion of the authors of the article, immersive theatre, which envisages the physical involvement of the viewer, is more grateful for creating a multi-layered message. In this case, the viewer is involved in the show even if his role is only to watch what is happening. The performative aspect of the performance is complemented by the viewer’s physical feelings and psychological involvement in the game environment. The confrontation of visual, audible, and physical perceptions allows the formation of not only a multi-layered message, but also a number of potentially contradictory messages. The question is – are the messages of these productions created similarly?

### Man to Man is a Bird

The theatrical piece of the Moscow Co-Production Theatre “Bird University” more or less implements all six principles mentioned by Mendel, telling a story that has a readable or, more precisely, a physically perceptible multi-layered message or direct text and subtext. At the beginning

of the show, the audience gathers in a vaulted room with red brick walls, which seems to be a modern exhibition hall, but in the past, it was probably a cellar, a Spijker or some other gloomy room. Thick walls and vaults create both mysterious and depressing atmosphere, as rooms without windows provoke association with prison. As in the theatre, lighting design is important. The author Yelena Perelman (*Елена Перельман*) has created a smoky atmosphere with bright blue swaths alternating with a golden glow, and bright shades of light make the rooms nooks and unlit areas twice as dark. Along the brick walls, there are various cages – wooden houses, which we install in the spring to enjoy the songs of birds. Among the props there are other cages – not for free birds, but for captives. The room is filled with sounds – the recording features works by various literary classics that mention birds. Pushkin’s “Prisoner”, Richard Bach’s “Seagull named Jonathan Livingston”, Anna Akhmatova’s poem about longing birds, Gorky’s “Song of the Hawk” and “Song of the Storm bird”, Mayakovsky, Lermontov... The voices merge to form a joint sound, from which only a few words stand out – the bluebird, the firebird, the captive – and the rhythmic voice of the speaker with a little pathos. Music sounds that mimic the songs of birds are added, the play of light and shadow marks the silhouettes of people and illuminates works of art – “Laughing Owl”, “Carolinias Parrot”, “Auk Without Wings”. The audience goes to the next room, where a poster with extinct bird species is displayed, in the background a solemn, almost sacred track is sung, which is joined by the voices of birds. The ecocritical view is clear – the bird as a source of inspiration for writers, artists and composers is endangered and even destroyed by humans. However, the sub-text combines themes that unite selected literary works, light hues and the hulking architecture. In all these works, the bird is a symbol of freedom, spontaneous, creative and longing spirit, destroyed or subjected to brutal power, cynical philistine. The audience moves with the performers around the rooms where the action takes place, thus becoming part of the show. In this context, pandemic face masks make viewers look gagged. This is followed by an educational part – one of the performers – the vocalist Olga Vlasova (*Ольга Власова*) inserts images of birds with sound transcription into the projector, at the same time imitating the cry of a

bird. Viewers are introduced to the most popular communication signals for birds (call of danger, invitation, etc.). This is an introduction to the “Sparrow Opera” composed by Alexey Syumak (*Алексей Сюмак*), whose libretto is based on Mao Zedong’s Chinese reality in 1958: the government identified economically unfit species that everyone is obliged to destroy – including sparrows that destroy millet fields. All the farmers beat the drums at the same time, scaring the birds. In the noise, the signals from the birds were not audible. Because the sparrows can only stay in the air for 15 minutes, they have died in droves, a total of about two billion. Documentary footage is shown on the screen – a Chinese boy gathers dead birds. In the following years, locusts and other pests previously eaten by birds in China wiped out crops and around 30 million Chinese died from famine. The opera’s eco-critical message takes on an extra dimension with sound-inspired music written by one of the most famous French composers of the 20<sup>th</sup> century, Olivier Messiaen. Birds are an essential symbol in Messiaen’s work and they express the divine connection between heaven and earth. The theme of birds in the production also has a sacred dimension. In the final of the show, spectators enter a room with artwork on the walls – birds painted in the style of a traditional Orthodox icon. Combining literary, musical, and visual subtext, the icon can be read as “Freedom is sacred”, while the intersection of the eco-critical vector with the socio-political is expressed by a poster with “Man to Man is a Bird”, and the performers appear with large white wings at the end of the show. One of the props in this room is the book “To Kill a Mockingbird” by American writer Harper Lee – a classic of modern American literature, dealing with the severe issues of rape and racial inequality. Both signs now point to the fact that the relationship between man and nature is only an example of revealing socio-political problems. The man’s connection with nature, responsibility to other living beings, the impending global environmental crisis and the ethical values of humanity are topical issues in contemporary art, as is the idea of co-creation, which is democratic in nature, because the dictation of one author is replaced by the embodiment of an idea by different, but equal means of expression. The message of the production reports both relationships between humans and nature, as well as the destructive effects



of a cruel power on a free spirit. Even when watching the show remotely on a computer screen, the structure of the show's masterfully crafted "double" storyline, which consists of well-known cultural and historical codes such as the basement and the Mao government in China, is a purposefully created parallel man – a bird. The subtext consists of a synthesis of visual, aural and conceptual codes. When watching the show in person, the physical feelings would also be important – the touch, the air in the basements and, in essence, the forced involvement in the show, which takes place all around. The perception of the two layers of the message is facilitated by easy-to-read paradoxes: the icon as a work of art resulting from violence, religion as a code of morality and a tool for manipulating power. The very fact that a production with a distinct postulate of spiritual freedom as a humane existence is created in a tightly controlled and limited cultural environment is a paradox from today's point of view. This is the core value of Bird University – the ability to artistically illuminate the existence of humane thought in a totalitarian society.

### **F39 – individual chained by capitalism and prejudices about mental health**

For better comparison with Latvian immersive theatre production "F39" made in 2019 has been chosen. The play is about a middle-aged man who experiences a bad day that leads to his moral decay and violence. It was made by playwright, director, set designer and executive producer Gustavs Zālītis accompanied by creative team consisting of 15 people (not including 10 actors). Author based the production on art and theatre experiences from Homo Novus festival (unfortunately their archive is flawed so there is no possibility to pin-point all inspirations), especially Romeo Castellucci and his transgressive performance style plays. The play included a lot of shock value moments (brick throwing, fights between attendees and blending of a dog). The immersion was mostly produced by movement of the stage – each *mise-en-scène* takes place in a different room, so the audience has to move with the main actor taking foldable chairs with them. This connects them with the main character of the play, as they attend his daily routine. An audience also visits a restaurant and there are served beer

and a potato. The inspiration behind this kind of immersion is attraction parks that create a sense of belonging in a fairy-tale-like world – employees play a part in guiding, entertaining people, but also attend to their basic needs. Immersion is also produced by frequent fourth wall breaking moments; actors have to improvise some parts if the audience responds differently from the expected reaction.

### **Story of the play**

The unnamed protagonist is a middle-aged landscape designer. First act introduces his everyday life from his point of view – everyone around him seems very hostile. He starts out with a presentation about ecological bricks, but gets ridiculed by potential investors, he proceeds to his day-job where a shemale co-worker tries to sexually harass him. This scene is joined by their boss, who unexpectedly gives the protagonist more work. Later that evening he returns home to his wife who swiftly becomes angry with him, when it turns out that he has forgotten to buy something from the grocery store. She is more interested in her lap-dog than him. So, he goes back to the store and decides to buy new shoes for his wife to make up for the forgetfulness, but the store clerk refuses to sell him the last pair he decided to buy. At the end of his line, the man tries to find comfort in his friends, but they refuse him as a bad and egoistic person. The weight of the day becomes too much and the man snaps. In the second act we can clearly see that the offensive nature of people in the first act is only a figment of our protagonist's imagination. First, he meets his friends on a different day – they go to a vegan restaurant where he fastly becomes drunk and very offensive. He flirts with best friend's girlfriend and makes fun of her taste in pop culture. Annoyed, she leaves the friends alone and they proceed to get even more drunk and start a fight. Next day, the man goes back to his day-job and gets triggered by his boss when called out on being hangover, then he proceeds to attack his employer and has intercourse with the transgender colleague. When he comes home it turns out that he has been lost for a few days and his wife is quite worried. They get into another argument which results in him blending her beloved lap-dog and pouring it all over himself. Furthermore, he seems to be lost in the craziness of the

character and attacks the actress who portrays the wife and leaps into the audience. He gets restrained and the audience is beseeched by the staff to stay for the last part where actors sing an ironic song for the protagonist.

### **The Message of the play**

The play was written and made in the year 2019. At that time, it seemed that there was no possible change in the everyday routine that is provided by mainstream lifestyle. The capitalistic world is constantly selling a phantasm of perfection in every detail. Failure to meet this goal seems to ostracize and alienate generation, that had connection to information technologies from their early childhood. The play shows the potential horrors of the millennial generation which seems to be disoriented in an expanding materialistic world, that attends mental problems only on a surface level, leaving most of the list of International Classification of Diseases obscure. For example, F39 – is an unspecified mood [affective] disorder that can strike people unexpectedly. The play tries to communicate the idea that even small inconveniences can slowly make anybody lose their mind and that integration of mentally disabled people is a very delicate decision, because it opens the door to integration of any mental diseases – who can judge, which ones will be left marginalized in asylums?

In comparison with the play *Man to Man is a Bird*, it is possible to see similarities in both productions, mainly on the immersive level. The audience has to move with the performers around the rooms where the action takes place, thus becoming part of the play. Each room has scenography that is interlaced with conceptual and contextual codes. For example, the vegan restaurant is decorated with old car tires and large logs, cut in half. This sends an ecocritical message as well, by ironically showing the absurdity of „woke” society, that ignores the cost of „eco” lifestyle, combined with consumerism. Both performances give a very effective emotional experience, as the content doesn't only work at an intellectual level, but by immersion, ties the viewer closer to the performers and their ordeal.

### **Conclusions**

Both productions communicate the main problems of modern society, that rushes to comfort and ignorance, while the ecosystem of which humans are only a small part, fastly becomes hostile in order to survive. Productions try to deliver this message by immersing the audience, in order to give a first-hand experience. Judging from the geographical location, it seems that countries closer to Europe can express themselves more bluntly and delve into Western problems of dissociation and other mental illnesses, while the Russian production leans heavily on symbolism. In other words, the main themes are similar, but the expression of immersion is different. Although productions make the audience move through space and have an individual experience of the play, the „Bird University” relies on the sound effects, but „F39” on more tactile experience. This differs because of the background of the artists. There is also a difference between playwriting – not every immersive production relies on visual, sound and tactile effects, but also uses the traditional text with roles and remarks – contributing to storytelling. However, the main difference between the Russian and Latvian immersive theatre performances is not so much related to the artistic techniques, but to the content of the message intended by the creative team and the possible perception of the audience. In the context of European democracy, there are no taboos in the message, and artistic creativity is mainly aimed at a more expressive theatrical language. In a totalitarian society, on the other hand, creative self-expression uses the modern diversity of the theatrical language to expand the „legitimate” layer of the message with unspoken content that the viewer perceives as an implicit emotional undercurrent, a hidden flow of feelings and will.

## References:

- Mandell, J. (2019). *What is immersive theater? The six elements that define it at its best*. <https://newyorktheater.me/2019/10/04/what-is-immersive-theater-the-six-elements-that-define-it-at-its-best/>
- Radzobe, S., Radzobe, Z., Ulberte, L., Siliņš, J. (2021). Teātris. In O. Spārītis, (compiler). *Latvijas kultūras vēsture*. Rīga: Jumava.
- Wahl, Ch. (2017). *Theater und Immersion*. "Man tritt selbst in den Raum ein". <https://www.goethe.de/ins/lv/de/kul/mag/21047908.html>

## IMERZIVNO POZORIŠTE KAO SREDSTVO STVARANJA PODTEKSTA

— Vēsma Lēvalde  
Gustavs Zālītis

Rad se bavi analizom predstava imerzivnog pozorišta u Rusiji i Letoniji. Cilj rada je uporediti umetničke poruke u društvu koje ima obeležja totalitarizma i u Evropskoj uniji, koja je proglasila državne principe demokratije. Poređenje je zasnovano i na teorijskom i na istorijskom kontekstu. Rusko pozorište ima veliki uticaj na istoriju letonskog pozorišta, kako zbog toga što je Letonija dugo bila okupirana, tako i zbog njihove geografske blizine. Dva su trenda koja obeležavaju praksu imerzivnog pozorišta u svetu: jedan koristi tradicionalne pozorišne tehnike da sruši „četvrti zid“ između predstave i publike, dok drugi teži da poveže imerzivnost sa „uranjanjem“ gledaoca u virtuelnu stvarnost, npr. upotrebom 3D naočara. U oba slučaja akcenat se stavlja na interaktivnost, na učešće gledaoca u stvaranju priče. Fundamentalna razlika odnosi se na model komunikacije. U radu su odabrani primeri u kojima pozorišna produkcija korespondira sa tradicionalnim pozorištem, upotrebljavajući tehnologiju kao sredstvo, a ne kao osnovni princip u konstruisanju poruke. Ovakva tačka gledišta omogućava donošenje zaključaka o umetničkom izrazu pozorišta kao mikromodela u društvu.

**Ključne reči:** imerzivno pozorište, društvo, interaktivnost, poruka, priča, duhovna sloboda



# APPLICATION OF VIRTUAL REALITY (VR) IN IMPROVING THE PUBLIC PRESENTATION OF PERFORMING ARTS IN THE PANDEMIC AGE<sup>1</sup>

— Predrag S. Šidānin  
Maja S. Budžarov  
Luka Z. Tilinger

<sup>1</sup> This paper is based on ongoing researches funded by the Provincial Secretariat for Higher Education and Scientific Research of Vojvodina, under contracts: No 142-451-2108/2021-02 and No 142-451-2110/2021-02

## Introduction

During the pandemic, any attendance at performing arts events, whether concerts or theater performances, was kept to a minimum, and took place with the use of protective measures. We still haven't gotten to know and master all the facts related to Covid 19 enough to enjoy performing arts in a safe and secure environment, in which the audience, often numerous, is in direct contact with the performers and each other. That is why research has been launched, which would provide guidelines for a possible alternative to improving the visibility of these types of artistic creations. Given the current pandemic situation and its two-year duration, many have relaxed, and with health care measures in place, they continued their program activities, which does not contribute to the suppression of the infection. Therefore, it is necessary to think and find alternative solutions that would enable the viewing of these specially produced performances in media that are available to a broad audience and that can be safely viewed. Today, these are digital media, for which the Internet is the dominant transmission channel hosting all kinds of information, as well as those related to performing arts. This paper will focus on the possibilities of using virtual reality (VR) technology, one of the immersive technologies in addition to augmented reality (AR) and mixed reality (MR), and as one of the media that can be used in improving the visibility of performing arts.

Before we begin to consider the discourse given by this research, let us look at contemporary theory and practice related to the role of VR in contemporary theater. A small number of Internet users' own VR equipment, which is a crucial limiting factor for the success of this research. Next, also a great limitation is the unwillingness of the vast majority of theaters to embark on a new medium, which in itself is very specific, and to step out of their established creative protocols, which theatrical production implies. In addition to not knowing the media, unknown financial effects also contribute to this hesitancy. Every production, no matter how much is invested in it, expects some return of the investment. In the case of integration with VR, this is still not defined and thus remains unknown. Preparing a play for VR requires a completely differently conceptualized approach in almost all aspects of its creation, from the choice of narratives to be pro-

duced, to acting, mise-en-scène, scenography, costumes, sound, lighting, and additional media aids (e.g., use of video or other unusual stage props). Also, the production team is no longer the standard one, known to the theater, but there are mostly IT experts, 3D designers, and programmers, a completely different team of producers. All these, conditionally speaking, restrictions based on the unknown were a challenge for some theaters, which they embarked on quite cautiously. So far, everything related to the synergy of theater and VR has been more or less successful, but mostly at the level of an experiment, insufficiently propagated, and with a relatively small audience response. A small number in comparison to the normal theatrical occasions.

### **Theoretical background and first experiences**

Since the beginning of the commercial application of VR, in the mid-nineties of the last century, it has been thought and tried to bring this new technology closer to theatrical art. A lot of experimental attempts have been made and each has contributed to that rapprochement. Here is a brief overview of several historically interesting ideas, as well as the application of VR in theatrical art today.

In the 1995 text 'Virtual reality on stage' (Reaney, 1995) Mark Reaney of the University of Kansas draws a parallel between theater and VR in that they operate similarly. Both offer transient, metaphysical experiences, creating fictional worlds that can be given a tangible form by intangible concepts. VR is a valuable theatrical ally as a play design tool, a play medium, and a means of watching a play from distant locations. The experience of theater and VR is generated by the audience at the moment when it is experienced during the period of performance and interactivity that is unique to them. Neither film nor animation provides such an experience, because the image is two-dimensional and predefined, there is no interaction with the audience within the play itself. 'Both theater and VR are ephemeral constructs producing illusions designed for perception rather than physical objects which can be touched or held. They exist only for the duration of the experience. Before the curtain goes up or the program is booted, they do not exist. While the show is playing or the simulation is

running, they have the power to entertain, inform, enlighten, and transform. After the curtain rings down or the computer is shut off, they once again cease to exist, except as memories or as potential means to enable everyone to do it all again' (Reaney, 1995, 30).

Thinking of VR as an alternative to theater certainly has a practical application, which is referred to in Jamie Dunn's text 'How VR could be the future of theater' (Dunn, 2017). He practically observes the role of VR, which enables a distant theater audience to 'experience watching a play without a physical presence in the theater and without buying expensive tickets. 'Both theater and VR have an audience that doesn't want to stay passive,' says Megan Reilly, a lighting designer (Dunn, 2017, 2). According to her, the audience wants to be an active participant in the story and to have a certain degree of action, freedom, and the opportunity to explore the environment in which the story takes place, which VR enables. In general, VR provides a solitary experience via the HMD set, although the ability to connect people over the Internet using VR chat is still rarely used. In contrast, augmented (AR) or mixed reality (MR) allows story layers to be experienced in a particular place and accessed only if a member of the audience is in that place. This reduces the possibility of watching the play from distant locations because the audience must be gathered in a place intended for performance, where, with additional equipment, they observe the real-life situation and the magic of the imaginary and virtual in the viewfinder headset at a specific, scheduled time. Ian Garrett, designer, and producer, concludes that 'VR is not necessarily a technology, but an achieved state' (Dunn, 2017, 2).

One of the world's leading theaters, which has begun experimenting with VR and AR, is the British National Theater (NT) in London. On average, this theater staged over twenty productions with over 1000 performances a year. The first VR performance was set in 2015 and was met with a positive response from the audience. This resulted in the formation of the 'Immersive Storytelling Studio' in 2016. This study aims to explore how virtual or augmented reality, applied in productions, can improve the audience's experience. They try to give meaning to new 'creative technologies' by developing 'new forms of performance, new audience experiences,

and new narrative forms, where narrators use technology rather than the other way around' (Rogers, 2019, 3). The notable new VR theater production of NT is from 2019, 'All Kinds of Limbo', which has been shown at several festivals and galleries, including Tate Modern. Tristan Sharps, creative director for this production, says that VR was 'just a tool and as with all these technologies, it is important how well you use it and how imaginatively you use it' (Ainley, 2020, 2).

The Royal Shakespeare Company (RSC) is a consortium of 15 British companies, which aims, among other things, to establish synergy in creative industries by creating an 'audience of the future' with digital innovations in arts and culture. Audiences need to experience live performances using new technologies such as VR, as Sara Ellis, director of digital development at Royal Shakespeare Company, says: 'culture evolves as technology advances, and there are more opportunities that can be developed and experimented with in order to present this technology to a global audience.' (Rogers, 2019, 3). In 2016, RSC did the production of 'The Tempest', where the virtual actor's avatar Ariel was projected on and around the stage. According to RSC, the audience is not defined by age or location, it is not disenfranchised and alienated from technology, and the goal is to see what future stages and productions will provide the audience with a never-before-seen experience and in which they will play an active role (Rogers, 2019).

The project 'The Under Presents', which was done for the Sundance Festival 2009, by the company 'Tender Claws' from Los Angeles, USA, is a VR theater play that was performed live at the scheduled time (Stein, 2020). It can currently be 'downloaded' for various HMD headsets, via the SteamVR gaming platform, and is available to a very wide audience. The production is done in 3D virtual animation with avatars of actors who speak the text, and who still do not have direct interaction with the audience, the production is something between a game and a theater. There do not have to be digitized faces of actors in VR theater, and they can take various forms: things, plants, or animals, and they can communicate with a quiet audience that watches them in undefined locations through their VR devices. 'BroadwayHD' founder Stewart Lane commented on today's

rapid influx of VR technology in the theater with the words: 'The marriage between the technology and the theater has been ongoing. Being sheltered as we have been because of the virus, we've just expedited that process by about 10 years.' (Utkarsha, 2020,2).

Most experiences related to merging theater productions are twofold, one that bases virtual reality in a theater zone or on selected physical locations and one that places production on platforms from which they can be downloaded. Audiences who gain VR experience within theatrical production in the theater or selected locations, in addition to the classic cognitive theatrical limitations in the movement and perception of actors on stage, usually had the opportunity to immerse in parts of the play using VR equipment, and that equipment provides a sense of scale, presence, and comprehensiveness of the visual field. Here, in addition to the planned scenarios of the audience's activities, it often happened that a part of the audience 'moved away' in the virtual space, seduced by the freedom of their own choice of movement and thus deviating from the imagined scenario of the play. And the script presented to the audience was supposed to be a shared, dynamic experience. Most of these steps were spontaneous and allowed freedom, however, if not limited by the software, they ended with the exit of that part of the audience from VR, and return to the real world of theatrical performance, without a fully completed pre-conceived VR experience. The second experience is based on productions with innovative narrative forms, those that are between acting, dream, and play, which the audience can download from certain platforms, wherever they may be physically located. This audience has absolute freedom in their consumption, but also to give up at any time since it is not bound by anything to the theater itself, except a virtual performance. Within it, the audience also has full freedom to follow the narrative, the play, the acting, and the allure of the production itself. They are free to choose their movement, but also the duration of the experience that is offered to them. This type of narration is free and its production is not directly related to a traditional theatrical production, it can use textual narratives that actors speak, and it can be without them, as a narrative that creates the illusion of various effects, which are difficult to experience in the theater (e.g., long-

term physical movement in some abstract environment, say the cosmos, and similar). This is completely immersive, in other words, that is theater produced for VR, which is also what the theater tends to aspire to and in which certain plays have been realized. This way of theatrical expression is also the topic of this work, where the audience has the freedom of their own choice, from choosing productions originating from any part of the world and it's downloading to their VR equipment, which in this case is a device for watching and participating, with the freedom of exiting the selected production in case they are not satisfied with their position within it or any aspect of the production. All in all, immersive VR theater has far more freedom of expression, but also comes with some restrictions of its own.

### **Methodology and VR technology**

The perceived problem of difficulty or impossibility for the audience to access contents of theatrical creativity requires finding alternative solutions. The primary goal of the research is to examine the possibilities of overcoming this problem by using virtual reality (VR) technology. The subject of the research was also based on the possibility of the audience interacting with the offered content, which proved to be important. Different methodologies have been combined for this research: qualitatively holistic; descriptive; structural, functional, and comparative/analog analytics and synthesis. The method of modeling was also applied, by creating two artistic VR projects, based on visual and textual narration, with direct interactive participation of users. Both models, as case studies, are available to users via the Internet. This successfully demonstrated the possibility of unlimited access by a large number of interested audiences to the given content and their direct creative participation in them. Virtual reality (VR) is a media technology for the three-dimensional visualization of data, by using a head-mounted display (HMD) and controllers, for immersive interaction, control of objects, and movement within the virtual environment (VE). According to Sherman and Craig (Sherman & Craig, 2003), these basic VR devices provide the users with a high level of immersion. The basic functions provoking the key experiences of immersive VR are: 1) that it is a communication medium; 2) that it requires physical immer-

sion; 3) provides synthetic sensor stimulation of senses; 4) that the user is mentally immersed in the medium, and 5) it is interactive, i.e., responds to the user's activities within the virtual environment. Thus, through VR visualization the user is enabled to 'enter' space, consider all its aspects defined by the generated environment through intuitive navigation, feel the atmosphere, light, colors, and sound, navigate from one object to another, and manipulate them. Gutiérrez et al. associate the presence with the subjective psychological sense of the user being conscious to be in a VR and e.g., behaving regarding the emotional and physical reactions as if he was in a real-world situation (Gutiérrez et al., 2008). The users are very quickly becoming familiar with the virtual environment in which they are present in a way to easily discover and analyze its potential.

Immersive VR theater is a personal experience of each individual, a consumer of a certain production. Production preparation, on the other hand, is a synchronized creative work process with teams of theater and IT experts. Immersive production is hard to imagine without the joint work of screenwriters, directors, actors, set designers, masters of sound and light, 3D designers, programmers, and all those people who are necessary for such a project to come to life. In this paper, we will not deal with the issue of production, but with the possibility of making it visible and accessible to as wide an audience as possible, wherever that audience is. For gaming, there are platforms from which players download the desired games, similar to movies and music. For now, such platforms do not yet exist for virtual theater performances. They use currently available platforms, mostly intended for VR games, such as the 'SteamVR' already mentioned here, but also the increasingly popular 'Oculus Store' and 'Oculus App Lab' which will be discussed later. Depending on the platform and model of the HMD, it is possible to install the application from other sources, although in that case the audience's path to the content is bypassed, and the availability of the content is lower. Completed VR productions that are to be placed on a download platform, which is available to audiences around the world, must be pre-optimized for a specific type of device through which they can be viewed. The most significant would be the optimization for the most widespread HMD, 'Oculus Quest 2', which runs the Android oper-

ating system. Of course, other HMD equipment (Valve Index, HTC Vive Flow, HP Reverb, etc.) requires prior optimization and adjustment. When the production is optimized and placed on one of the platforms for it to be downloaded, it is necessary to check on which device the production will be watched and whether the application is to be made available for it. Each device has its specifics and limitations. In this study, we tested three models of Facebook's Oculus HMD. The first is the 'Oculus Go, which has only 3 degrees of freedom, unlike the 'Rift' and 'Quest', which have 6. Its advantage is that it is a standalone device that can be used with full batteries for about 2 hours. The next device is the 'Oculus Rift', a great device that is wired to the user's computer and provides all the navigation capabilities and quality playback of both images and sound. Its disadvantage is the limited movement due to the connecting cables and the advantage that the VR experience can be experienced in a wide time range that is not limited by the battery life. And the last, and proved to be the most acceptable device is the 'Oculus Quest 2'. It's a self-contained VR HMD that doesn't require a PC or external tracking sensors. It uses four built-in cameras to let users move around in VR. It has two Oculus Touch motion controllers as well as limited controller-free hand tracking. This HMD set is applied to enable intuitive navigation and comprehension of the virtual environment completely naturally and freely, with the possibility of observing the setup in great detail.



— Figure 1. The atmosphere of the BLACK CARBON with a tree that eludes the pursuit of users

## Results and discussion

For this research, two art projects have been made with an emphasis on the visual and textual narrative form, as well as direct interactivity with the users. The first project is called 'BLACK CARBON' and it is a non-textual narrative. On the site of our production ([www.virtualunit.org](http://www.virtualunit.org)) or the project page on the 'Oculus App Lab' ([www.oculus.com/experiences/quest/4188524877934961/](http://www.oculus.com/experiences/quest/4188524877934961/)), the user is offered a text that contextualizes the work. In case the users have not read this text, but have directly accessed the VR show 'BLACK CARBON', they will encounter an entirely new experience based on atmosphere, movement, and interaction, accompanied by certain, logical sound effects. During play, the users are subjective actors who create a personal 'strategy' and an approach to interacting with the object within the virtual environment. This play is a new VR narrative experience that aims to point out certain possibilities that VR allows, that in a real theater and beyond, in the physical world, it is not possible to experience. The users repeat their actions in the play, which never fulfill their ultimate goal, which is to approach or catch a tree that is constantly eluding them until they give up and lose patience. 'BLACK CARBON' has no goal of satisfying the actors or the users of the play, the experience goes beyond their expectations. This is a play on absurdity, to which the whole context also points: the complete devastation of the planet, an ecological catastrophe that destroyed all that exists, the only thing left is one powerful tree with a strange ability – movement, and



— Figure 2. QR code - link to download BLACK CARBON performances from Oculus App lab



the users of the VR experience as a ‘superman’ (*Übermensch*), in the context of transhumanism. The role of the users is active and they are always in the position of initiating action and interaction with the tree, which is always in the lead and persistently runs away from them. As the user approaches the tree, it changes position and moves away. The whole atmosphere is gloomy and heavy, the landscape is endlessly polluted with black carbon, and soot, the air through which the sun’s rays barely penetrate... Everything is dense, dark, threatened by the constant noise of some winds, where only a lone tree shines with its light and who runs away from superman out of fear of being destroyed, Figure 1. This play can last indefinitely, like a VR show, in fact until the HMD battery is discharged.

This is a personal user experience, which in the context of VR performance, cannot be shared with anyone else. It is unrepeatable, each user has their own experience different from the others, no matter how identical the contact of the action is. A user who returns to ‘BLACK CARBON’ will have a very similar experience to the previous one, but still new, modified, and authentic for that new, repeated experience. VR production ‘BLACK CARBON’ can be downloaded from the ‘Oculus App Lab’, which leads to the attached QR code, Figure 2, posted on the website of the research team. ‘Oculus App Lab’ site is a platform for mostly VR games, but also for such artistic and performing projects. For the project to be placed on this platform, it must pass a technical inspection by Oculus experts. Only then is it placed on the platform, and the download is enabled for users of ‘Oculus Quest 2’ anywhere in the world via the Internet. The play ‘BLACK CARBON’ is free, while some more demanding productions can require payment for each download, which could compensate for the in-



— Figure 3. User’s view outside of the spiral and selection of word inside spiral

vestment that was put into the production. This possibility would be analogous to the sale of tickets for theater performances. This project confirms the hypothesis and goal of the research that VR can help in the affirmation of performing arts during the pandemic, which shows that the artistic, performing form in VR can be presented to a very wide audience around the world. It has also been shown that closure to the public and reduced production, in the conditions of a pandemic, is not a complete limiting factor for placing creative productions to a wide range of recipients.

The second play, as part of a research project, is based on the work ‘SPIRAL OF WORDS’ realized in 1998. This work was the first ‘online writing performance’ performed from three locations, by three authors in real-time, via the Internet. The authors sent their creative texts by an e-mail in a precisely defined time rhythm to the recipient’s address, it was an event called ‘The Academy of Noble Skills’, which took place on the slopes of Sunny Valley, on Fruška Gora near Novi Sad, Serbia (Kovac & Petrovic, 1998). The authors built a ‘spiral of words’ by alternately sending textual narratives, which were dedicated to one of the philosophers



— Figure 4. Selected word and user-created meta-narratives on the board in front of it



— Figure 5. Changing the case and punctuation, discarding the word

(Hamvas, Buber, and Berdjaev), starting with one word, then a sentence, followed by a paragraph to end the story. The texts received in this way were read directly - performed by two actresses and one actor so that the audience had the opportunity to mentally experience the construction and enlargement of the spiral with the help of words in a certain rhythm and time interval. The authors who participated in this project were: Goblot V., London, UK; Sidjanin, P., The Hague, The Netherlands, and Gordic, V., Novi Sad, Serbia.

The 'SPIRAL OF WORDS' project conceived in this way has been reworked for a virtual reality medium and belongs to the category of textual narrative. In a virtual environment, words spring up that physically build a spiral in front of the user of the VR experience. The performance of building a spiral is actively followed by the users reading the text that appears in front of them, more precisely around them, since the users are in the center of the spiral. The color of the parts of the text means authorship: red – Goblot, blue – Sidjanin, and orange - Gordic. Through the controllers, the users have free movement and navigation inside the spiral and the text that builds it. It is also possible for the users to be creative, to select one word at a time from the spiral, with the help of the controller,



— Figure 6. Various visual effects

Figure 3. 'SPIRAL OF WORDS' contains a total of 4290 English words, out of which about 1000 are unique ones. So, the source of the words is limited but sufficient for the users to create their poetry, a shorter story, or just play with them. With the selection, each word appears on a transparent "board" directly in front, but slightly below the line of the user's eyes, and in whichever direction they move, it will be visible to them.

Every word can be taken only once and, in its place, in the spiral, there is a pale trace that is no longer interactive, and the gray tone of the selected word in the spiral is the marker that the word is already selected, Figure 4. The selected words in the new textual meta-narrative can be edited directly, via the controller, on the board in front of the users, i.e., change their order. This means that each word can be selected with a pointer (word selection beam) and dragged to a position that suits the users. All selected words on the boards are active for editing. Words that were selected by mistake, mainly due to the inaccuracy of handling the controller, i.e., pointer, can be deleted, by 'catching' the word with the selection beam and simply discarding it outside the text board. By rejecting that word, it simply disappears, Figure 5. It is also possible to edit each word, to put a comma, two dots, a semicolon, three dots, an exclamation mark, and a question mark. It is also possible to change the first character to a capital letter to the initial word in the sentence, which is taken from the spiral in lower case or to change the whole word to capital letters, and vice versa. This completely enables the editing of selected words and the creation of linguistically functional and legible text. All actions related to the selection of words from the spiral and their subsequent editing are accompanied by a characteristic sound.

The words of the user meta-text are gray. In addition to this, the project went a step further than the initial concept, by adding a visual or sound effect to individual, pre-selected words, which is based on the symbolism or direct information assigned to that word. Such words are found in all three textual narratives of individual authors and look the same, i.e., green. These words are emphasized by being different and suggest to the user that something is to happen when choosing them. By selecting the word marked in this way, in addition to its appearance on the board, the effect

given to it is activated. Effects can be auditory or visual or both auditory and visual combined. The option of activating words that contain visual and sound effects, for the VR-conceived performance of 'SPIRAL OF WORDS', in addition to interactivity and creativity that depends on the user's imagination, also has a dose of visual and auditory surprise. That is a direct influence and feature that is close to theatrical and performing arts, the ones outside of VR, on the theater stage. These are sound and light effects, with the fact that in this use case there is direct interaction and freedom of use according to one's own will and choice. Introducing these effects into the 'SPIRAL OF WORDS', also has a symbolic meaning that refers to such a selected word, both visually and aurally. It also gives the users an extra level of fun because they get an unexpected and effective dose of surprise. Most of the words marked in this way, with effects, are repeated so that the users can have fun and enjoy the second level of unpredictability, Figure 6.

The results obtained by the creative engagement of users in the VR play 'SPIRAL OF WORDS' are unrepeatable. By exiting the VR application, the entire project is reset and every user creation disappears. Each subsequent user starts from the appearance of the first word of the first author and follows the formation of the spiral, from the beginning... For those users who are eager to skip the entire appearance of the spiral (about 30 minutes), there is an option on the controller for the 'fast forward' in order to make the spiral appear in its entirety. This rewinding can be partial, only individual parts can be rewound, but the whole text of the spiral can also be rewound to the end. When the entire spiral is visible to the user it slowly continues its circular motion, which in many ways improves the dynamics of the VR experience itself.

There is a possibility, as an option for future developments on this part of the research, to expand it by allowing the recording of the user's meta-narrative, in a way to form a new, meta-spiral, outside the field of the main spiral. There are also options to save the created texts locally, on the HMD, or to upload them to the Internet and make them available to all other users. This is an initial idea that has yet to be conceptually and functionally developed for the phase of its realization.

## Conclusions

Ongoing research has so far shown that theatrical art has made great strides in embracing VR technology to create new narrative forms. Other performing arts, such as concerts, ballet performances, or artistic performances, have been marketed to a wider audience for many years using Internet platforms such as YouTube, Vimeo, social networks, etc. They mainly use technological innovations to visualize stages or improve performance, but without the possibility of a greater need for interactivity with the audience. Theatrical art is in a completely different position, it has been making strides since the beginning of the last century with technological innovations on all levels, including now, with the possibilities provided by AR, MR, and especially VR. The world's most prestigious theaters are clearing the field for others by embracing experiments with virtual theater using HMD devices and the possibility of presenting their productions to a very wide audience, which is technologically equipped to follow such a theatrical experience. As a percentage, compared to consumers of 2D Internet presentations of performing arts records, this is a significantly smaller number. However, with the rapid decline in the prices of HMD devices and the constant improvement of their qualities, this is the future that awaits us. The pioneering work has begun, now it is necessary to spread it and find opportunities to try to adapt the classical textual narrative in addition to innovative narrative forms that are in use and synergize them with the VR medium, in which the audience's interaction is remarkable. This refers to the classics of theater, from ancient plays, Shakespeare's works, and plays by various playwrights, which can be adapted to the new media expression of VR, but also vice versa. The task is not easy, but the future development of technologies (such as the Metaverse) that are already being noticed will surely follow the future development of theater productions and their placements to a very widespread audience. This indicates that classical theater is expanding its boundaries toward the virtual, which will not have time-space limitations. This certainly does not mean that the theater as such will eventually disappear, but it does mean that works will be created that are adapted to its expansion, a parallel virtual theater, accessible to all. For now, this is still a small, experimental step



forward, an indication. The audience expects an illusion from the theater, and VR is a medium of illusion. In a closed system, when a pandemic reigns, the theatrical illusion is reduced, almost completely stopped, and the illusion of VR opens the possibility of further, significantly improved, innovative action. A new paradigm of theatrical expression and thus of production, as well as its innovative placement, is a necessary reality.

### References:

- Ainley O. (2020). *Virtual virtues – what is the role of VR in theatre?* What's on Stage. Retrieved from [https://www.whatsonstage.com/london-theatre/news/vr-theatre-stage-virtual-reality\\_51240.html](https://www.whatsonstage.com/london-theatre/news/vr-theatre-stage-virtual-reality_51240.html)
- Dunn J. (2017). *How VR could be the future of theatre*, The Skinny. Retrieved from <https://www.theskinny.co.uk/theatre/interviews/how-vr-could-be-the-future-of-theatre>
- Gutiérrez, M. Vexo, D & Thalmann, D. (2008). *Stepping into Virtual Reality*, Springer Science & Business Media.
- Kovac, B. & Petrovic, D. (1998). *TI u vremenu i van njega*, Bukovac: Akademija plemenitih vještina.
- Reaney M. (1995). Virtual Reality on Stage, *VR World*, May/June, 1995, Vol. III, No.3, pp. 28-31
- Rogers S. (2019). *How Technology Is Augmenting Traditional Theater*. Forbes. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/solrogers/2019/12/06/how-technology-is-augmenting-traditional-theatre/?sh=3b99c21350c0>
- Sherman, W. R. & Craig, A. B. (2003). *Understanding Virtual Reality*, Boston MIT Press.
- Stein S. (2020). *With real theaters closed, actors are turning to virtual reality*. c | net. Retrieved from <https://www.cnet.com/news/with-real-theaters-closed-actors-are-turning-to-virtual-reality/> (May 6, 2020)
- Utkarsha L (2020). *VR Theatre Doesn't Seem So Distant Anymore*. American Theatre. Retrieved from <https://www.americantheatre.org/2020/05/18/vr-theatre-doesnt-seem-so-distant-anymore/>

## PRIMENA VIRTUELNE REALNOSTI (VR) U POBOLJŠANJU JAVNE PREZENTACIJE IZVOĐAČKE UMETNOSTI U DOBA PANDEMIJE

— Predrag S. Šidanić  
Maja S. Budžarov  
Luka Z. Tilinger

U vreme aktuelne svetske krize, izazvane pandemijom virusa Covid 19, došlo je do značajne konfuzije u obavljanju mnogih ljudskih aktivnosti, uključujući javno predstavljanje izvođačkih umetnosti. Autori (umetnici i izvođači) su eskomunicirani u ateljee i studije i imaju teškoće da javno predstave svoj rad. Pozorišta i drugi izvođački prostori funkcionišu sa ograničenim mogućnostima, što se ogleda u smanjenom broju posetilaca ili potpunom odsustvu planiranih aktivnosti. Problem smanjenog i ograničenog javnog predstavljanja umetničkog stvaralaštva ostaviće posledice koje će uskoro postati vidljive. Mogućnost za ublažavanje ovih posledica je primena digitalnih tehnologija, koje omogućavaju predstavljanje umetničkih dela širem broju primalaca. Jedna od tehnologija sa velikim potencijalom, posebno za pozorišnu umetnost, je virtuelna realnost (VR). Ova tehnologija zahteva specifičnu produkciju predstave, njenu virtuelnu postavku tj. javnu dostupnost putem interneta i odgovarajuću VR opremu za praćenje izvođenja od strane korisnika sa različitim, često udaljenih lokacija. Postoji nekoliko mogućnosti konzumiranja ovako pripremljene pozorišne VR predstave, korišćenjem uređaja za glavu (HMD – head mounted display) i ručnih kontrolera, od onih jeftinijih sa znatnim tehničkim ograničenjima, do onih koji omogućavaju potpuni ugođaj utonuća (imersije) i široke mogućnosti koje VR oprema omogućava. Specifičnosti različitih tipova i autorskih pristupa pozorišnim produkcijama uslovljavaju i načini njihovog virtuelnog predstavljanja. Ovaj rad upućuje na moguće smernice stvaraocima za promenu paradigme u kreiranju pozorišnih pro-

jekata i prezentacija u VR, radi bolje komunikacije sa udaljenom publikom u uslovima pandemije. Rad je ilustriran sa dva studija slučaja koji demonstriraju mogućnosti primene VR tehnologije za javno predstavljanje interaktivne performativne umetnosti. Radovi su javno dostupni i može im se pristupiti putem interneta. U oba rada konzument je aktivni učesnik, izvođač i kreator dešavanja, ima direktnu interakciju sa virtualnim objektima kao i mogućnost lične kreativne akcije stvaranjem novog narativa unutar virtualnog okruženja. Ovim je prikazan univerzalni koncept pristupa VR produkcijama širokog polja izvođačkih umetnosti i mogućnosti njihove konzumacije.

**Ključne reči:** izvođačke umetnosti, pozorišna umetnost, javna prezentacija, VR tehnologija, VR uređaj za glavu (HMD)

# ANTROPOLOŠKO TUMAČENJE AMATERSKIH POZORIŠNIH PREDSTAVA SRPSKIH GASTARBAJTERA U BEČU<sup>2</sup>

— Miloš Rašić

<sup>2</sup> Tekst je nastao kao rezultat rada u Etnografskom institutu SANU koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja RS, a na osnovu Ugovora o realizaciji i finansiranju naučnoistraživačkog rada NIO u 2022. godini, broj: 451-03-68/2022-14/200173 od 4.2.2022.

## Uvod

U ovom radu predstavljam i tumačim pozorišne predstave srpskih gastarbajtera iz Beča, okupljenih u amatersku migrantsku pozorišnu trupu Nesvrstani diletanti. Oformljeni 2014. godine, na inicijativu glavnog režisera, producenta i pisca većine tekstova za predstave, Darka Markova, do sada su na različitim improvizovanim scenama, alternativnim prostorima, ali i zvaničnim pozornicama izveli tri predstave. Meni, kao antropologu, predstave ove trupe posebno su interesantne budući da, iz različitih aspekata, tematizuju život i svakodnevicu srpskih gastarbajtera u Beču. Drugim rečima, gastarbajteri glume sebe i za sebe. S tim u vezi, namera mi je da analiziram delovanje i predstave Nesvrstanih diletanata kao jedan vid etnografije izvedene u obliku dramskog teksta i „umetničkog ogledala” postavljenog pred sopstvenu zajednicu zarad autorefleksivnog uvida.

Paradigmatski zaokret ka pozorišnoj antropologiji nastao je kao rezultat kolaboracije Viktora Tarnera i Ričarda Šeknera i predstavlja jednu od važnijih teorijsko-metodoloških preusmerenja antropologije krajem prošlog veka. Premda se naziva pozorišnom antropologijom, najznačajnija su ona promišljanja o ritualu, kojima se objašnjavaju različiti društveno-kulturni procesi, a ne samo ritual u najužem religijskom smislu. U svojim studijama, Šekner ne samo da crpi inspiraciju iz klasičnih antropoloških proučavanja, već sugerije jače povezivanje i antropologa i pozorišnih teoretičara, pa i glumaca. Antropolozi su, kroz svoju edukaciju, sticali različita metodološka znanja iz domena opservacije, a po Šeknerovom mišljenju, upravo ta znanja mogla bi da se primene na istraživanje teatra – videti izvedbe kao delove datih sociokulturnih sistema. S druge strane, glumci imaju mogućnost da antropolozima pomognu da izvedbu tumače kao događaj po sebi i da uvide da to nije samo refleksija sociokulturnog sistema već više od toga. S tim u vezi, neka i ovaj rad bude još jedan u nizu ogleđa o spajanju antropologije i teorije teatra.

Informacije koje iznosi u radu, prikupljao sam terenskim istraživanjima i informisao se iz novinskih članaka u kojima su autor i glumci davali izjave o svojim umetničkim poduhvatima. Kvalitativno antropološko istraživanje, koje je podrazumevalo dubinske polustrukturirane intervjue, opservacije i neformalne konverzacije, sproveo sam u Beču, u periodu od

2016. do 2020. godine.<sup>3</sup> Odlazeći u Beč, obavljao sam intervju sa članovima *Nesvrstanih diletanata* i prisustvovao sam njihovim pripremama i probama za izvođenje predstava. Zbog situacije s pojavom koronavirusa, obavio sam i nekoliko anketnih istraživanja pomoću Gugl (Google) upitnika. Osim ovih, u radu koristim i iskaze drugih pripadnika kulturne grupe srpskih gashtarbajtera, a koji nemaju direktne veze s pomenutom umetničkom trupom.

### **O migracijama i migrantskim pozorištima**

Migracije su složena i, u različitim naukama, izuzetno aktuelna istraživačka tema. Osim toga, u zapadnoj Evropi, migracije su važan činilac društveno-ekonomskog, pa i političkog života, što je najuočljivije od 50-ih godina XX veka, kada su migranti imali i svoju ulogu u procesima modernizacije i industrijalizacije evropskih zemalja (Castles and Miler 2003, 70). Autori istraživanju migracija pristupaju u zavisnosti od disciplinarnog pozadine, čime su uslovljene istraživačke teme, kao i teorijsko-metodološki aparati (v. Brettell and Hollifield 2000, 4). I dok autori istražuju identitet migranata (Antonijević 2013), aspekte integracije (Bakondy 2017) i druge slične teme, nije zanemariv broj ni onih koji se bave različitim pitanjima kulturno-zabavnog i umetničkog aspekta života migranata (v. Rašić 2017; Kovačević i Antonijević 2018; Banić Grubišić 2019; Antonijević i Rašić 2018; Rašić 2021). Upravo ću i ovaj rad posvetiti jednom takvom istraživanju, gde mi je cilj da predstavim i analiziram konkretnu glumačku grupu – *Nesvrstane diletante* iz Beča, te da predočim njihovu ulogu i značaj u životu srpskih imigranata u pomenutom gradu.

U svojim ranijim istraživanjima, definisali smo *Nesvrstane diletante* terminom *migrantska pozorišna trupa*, sagledavajući ih kao sisteme „alternativne društvene kritike i političkog otpora...”, ujedno bitne i za očuvanje „tradicionalnih vrednosti važnih za nacionalni i etnički identitet” migranata (Antonijević i Rašić 2018, 495). Iako se, svakako, migrantske pozorišne trupe međusobno razlikuju, ipak je moguće uvideti neke sličnosti među

<sup>3</sup> Najveći deo istraživanja sproveo sam sa kolegicama prof. dr Draganom Antonijević i doc. dr Anom Banić Grubišić sa Filozofskog fakulteta u Beogradu. Više o našim projektima videti u: Antonijević, Banić Grubišić i Rašić, 2021.

njima. Pre svega, karakteriše ih samoorganizacija članova trupe, ali i nestabilnost sastava; potom je tu finansijski aspekt, gde sredstva za rad obezbeđuju samostalno ili uz pomoć projektnih (su)finansiranja države, lokalne samouprave ili drugih izvora; ne nastupaju nužno samo u pozorištima, već na svim lokacijama koje mogu da budu adekvatne za te prilike – od ulice i alternativnih prostora, pa do zvaničnih pozornica (u. Antonijević i Rašić 2018, 495). Ono što je svakako najvažnije za migrantske pozorišne trupe, jeste činjenica da oni u pozorišnim predstavama najčešće govore o sebi i za sebe – svojoj zajednici govore o problemima s kojima se susreću u svakodnevicu. Retki su migrantski teatri koje posećuju pripadnici većinskog stanovništva ili drugih migrantskih grupa. To i ne čudi, budući da migranti predstave izvode na svom jeziku i tematizuju sopstveni socio-kulturni sistem, pretežno razumljiv samo članovima date kulturne grupe.<sup>4</sup>

### **Teorijsko-metodološki okvir rada**

Turner je u promišljanju rituala pošao od studije *Obredi prelaza*, Arnolda Van Genepa koji model rituala prelaza deli u tri faze – separaciju, liminaciju i (re)agregaciju (Turner 1992; Van Genep 2005). Turner se u svojoj analizi najviše bavio liminalnim stanjem – trenutkom u kojem je ritualni činilac najranjiviji, smešten u ambivaletno stanje (Turner 1989, 48).

Ričard Šekner je u svojim teorijskim promišljanjima teatra krenuo od Turnerove teoretizacije rituala, primenjujući je na pozorišne predstave. Slično ritualnoj, pozorišne predstave imaju strukturu sastavljenu od separacije, tranzicije i inkorporacije (Schechner 1985, 20). Ipak, postoje izvesne razlike između teatra i rituala.<sup>5</sup> Pre svega, u ritualima pojedinci transformišu svoj status za stalno, dok glumci imaju kratkotrajne transformacije u kojima „ne gube sebe” (Schechner 1985, 20). Strukturu predstave Šekner vidi na sledeći način: „teatarski trening, radionice, probe i zagrevanje su preliminarni rituali separacije. Predstava kao takva je liminalna, analogna

<sup>4</sup> Postoje različite potkategorije migrantskih teataru, pa tako možemo govoriti o teatru gostujućih radnika, teatru azilanata, pa čak i o postmigrantskim pozorištima (pozorišne grupe ljudi s migrantskim poreklom, odnosno potomaka prvih generacija migranata koji su odrasli i socijalizovani u zemlji useljenja) (v. Antonijević i Rašić 2018, 496-498; Stewart 2017, 56-57).

<sup>5</sup> U pozorišnoj antropologiji postoje i definicije ritualnog teatra, koje za ovaj

ritualu tranzicije. Odmor nakon predstave predstavlja ritual inkorporacije” (Schechner 1985, 21).<sup>6</sup>

U teorijskim promišljama odnosa pozorišta i antropologije, Šekner se znatno oslanja na sopstvena terenska istraživanja rituala određenih plemenskih zajednica u različitim krajevima sveta – od Jaki indijanaca i njihovog Plesa jelena, preko priča o proterivanju Jezuita iz Meksika, pa sve do kulturne organizacije prostora među Eskimima. I u tom smislu se ogleda još jedna spona ove dve, naizgled nespojive discipline, što Šekner zaključuje na sledeći način: „Baš kao što pozorište sebe antropologizira, tako i antropologija postaje teatralizovana. Međusobno približavanje antropologije

rad možda nisu konceptualno presudne, ali vredi istaći njihov značaj. Primer tome jesu tumačenja Ronalda Harvuda. Iako je Harvudovo posmatranje rituala znatno ograničenije u odnosu na ono koje daju Tarner i Šekner, budući da on ritual pretežno dovodi u vezi s onim religijskim, važni su načini na koje je poredio pozorište i ritual. Pomenuti autor navodi da „U ritualu se nešto uistinu događa, a tako je zato što ljudi veruju da se događa“. S druge strane, u pozorištu smo svesni da ono što se dešava na sceni nije stvarnost, ali je invencija tog dela „deo našeg užitka“, zbog čega smo „U isto vreme, obavezni da se pretvaramo, da izvedemo čin pozorišne vere. Naša prava i naša imaginativna percepcija moraju da stoje uporedo“. Za ovog autora, pozorište odražava ritual, budući da kada gledamo glumca, nismo u mogućnosti da razdvojimo između „njega koji nije uloga i njega koji jeste uloga“, jer u trenutku predstave to je spojeno. Slično kao u ritualu, glumac menja stanje, on je na neki način „obuzet“. Pozorište i ritual, podjednako, teže da spoje „onaj pravi, neposredni svet i duhovni svet“ (Harvud 1998, 15-19).

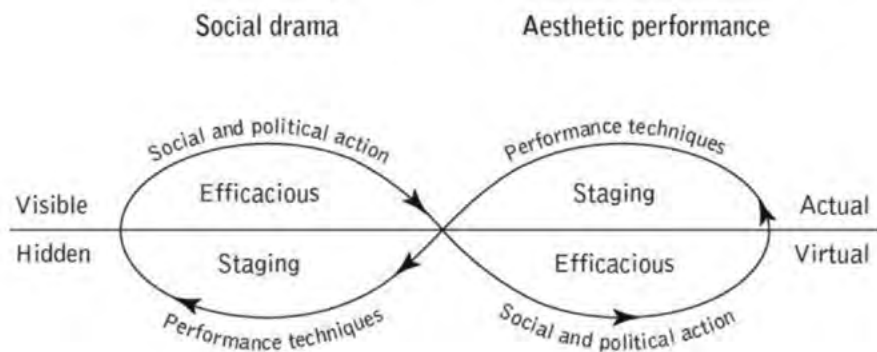
Šekner je kroz svoj ukupan rad često isticao mogućnosti korišćenja pozorišnih iskustava za unapređenje ili osmišljavanje novih naučnih i metodičko-didaktičkim sredstvima obučavanja novih kadrova antropologa. Čuveni primer, koji je Šekner izdvajao, bile su Tarnerove radionice, inspirisane radionicama škole glume, koje je, zajedno sa svojom suprugom, osmislio za potrebe školovanja antropologa na univerzitetu gde je predavao. Kroz pomenute radionice „studenti pokušavaju da dobiju kinetičko razumevanje 'drugih' socio-kulturnih grupa“, a u te svrhe Tarnerovi su birali društvene ili ritualne drame, te studentima davali zadatak da ih postavu u „dramski okvir“ (Šekner 1992, 172). Na taj način, studenti bi, uz pomoć njima značajnog etnografskog znanja, pravili smislenu scenarija i otkrivali „rupe u onim monografijama koje nisu nastale na osnovu 'unutrašnjeg uvida“ (Šekner 1992, 172). Šekner takođe navodi i koje bi koristi pozorište moglo da ima od antropologije, ističući da reditelji, glumci i kritičari kulturno drugačija pozorišta i rituale ne mogu da razumeju samo na osnovu posmatranja. U te svrhe, neophodno im je antropološko tumačenje ili pomoć iz antropološke literature, kako bi iščitali latentna značenja, razumeli strukturu i sve ostale činioce predstave (Šekner 1992, 30). Više o tome kako pozorišne trupe često crpe ideje u kontaktu sa „drugima“, videti u: Šekner 1992, 98.

i pozorišta je deo šireg intelektualnog pokreta, da se razumevanje ljudskog ponašanja menja od određenih razlika između uzorka i posledice, prošlosti i sadašnjosti, forme i sadržaja, i tako dalje (linearni načini analiziranja koji objašnjavaju takav pogled na svet) pa sve do naglašavanja dekonstrukcije/rekonstrukcije činjeničkih stanja: proces oblikovanja montaže i proba; stvaranje i upotreba delova ponašanja – ono što ja nazivam 'obnovljenim ponašanjem'“ (Šekner 1992, 175).

Pored Šeknera i Tarnera, značajni su i zanimljivi rezultati Eudenia Barbe, koji pozorišnu antropologiju definiše kao nauku o „socijalnom, kulturnom i fiziološkom ponašanju ljudskih bića u situaciji predstave“ (Barba 1996, 8). Pomenuti autor ističe značaj antropologije u ukazivanju na postojanje kulturnog partikularizma, u čemu se oseti Boasovski uticaj – premda to i ne čudi, jer je Barba, slično Boasu, značajna iskustva stekao u susretu sa Kathakali Indijancima, te pretpostavljam da je ujedno i čitao Boasove radove. Spoj pozorišta i antropologije omogućava da se ovi kulturni partikularizmi uporede, radi pronalaženja „delića dobrih saveta“ (Barba 1996, 8), budući da pozorište „treba da bude otvoreno za iskustva drugih pozorišta, ne zato da bi došlo do mešanja različitih načina stvaranja pozorišnih predstava, već radi pronalaženja osnovnih zajedničkih principa koji bi se prenosili dalje, sopstvenim iskustvom“ (Barba 1996, 9). Deluje da je Barba bio na tragu neke vrste „pozorišnih habitusa“, koji bi u teorijskim promišljanjima i povezivanju sa savremenijim teorijama rezultate ovog autora dodatno osavremenili i učinili primenjivijim u različitim domenima antropologije i teatra.

Za anлізу u ovom radu, ipak su bitnija promišljanja odnosa društvene i estetske drame. Dok je Tarner tvrdio da su koreni teatra u socijalnoj drami, te da društvena drama diktira predmet teatra, filma, novela ili televizije, Šekner ovaj odnos smatra recipročnim (Schechner 1977, 144). Drugim rečima, socijalna drama inspiriše umetnost, te samim tim umetnička izvedba postaje tzv. „umetničko ogledalo“ koje gledaocu omogućava da vidi sebe i kritikuje sopstveno delovanje (Schechner 1977, 144). Ovaj protočni odnos estetskih i društvenih procesa, odnosno estetskih i društvenih drama, Šekner objašnjava svojim analitičkim modelom horizontalno postavljene osmice ili simbolom beskonačnosti (Schechner 2013, 76):





— Šeknerov model simbola beskonačnosti, preuzet iz Schechner 2013, 76.

Šekner svoj model objašnjava na sledeći način. Levi krug predstavlja društvenu dramu, dok se desni odnosi na estetski performans. Krećući se od gornjeg dela levog kruga, akcije pojedinaca iz društvene drame idu i različitim procesima kreiraju umetnost. Umetnici na sceni, u knjigama, serijama i drugim umetničkim oblicima prenose ono što su proživeli u društvenoj drami. Osim toga, publika takođe interpretira scensko iskustvo kao nešto što je ona doživela u životu. Datu izvedbu preuzima publika, u tom trenutku u liminalnom prostoru, kao ogledalo koje drži ispred sebe i ostvaruje samorazumevanje. Na taj način, publika uči retoričke strukture, uči ponašanje, društvene paradigme i nudi odgovore, zbog čega naredna društvena drama biva informisana scenskim iskustvom posmatrača, baš kao što je scensko iskustvo bilo informisano društvenom dramom. I to je taj recipročni protok informacija od društvene do estetske drame i nazad (Schechner 1977, 11–12).<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Šekner u svojim analizama daje tumačenje i čuvenih Šekspirovih dela: „Ispod ljubavne priče Romea i Julije stoji politička borba koju je Šekspir utkao u uloge – napravio je da je svaki od ljubavnika dete vladara veronskih frakcija garantujući time da njihove sudbine imaju najdublje efekte u borbi između Montaga i Kapuleta. Sve tragedije, a možda i sve drame, imaju ispod njihove lične ili idiosinkratičke površine duboku društvenu substrukturu koja kontroliše delove događaja, praveći od priče ono što ona jeste” (Schechner 1977, 11).

## O nesvrstanim diletantima – predstavljanje građe

Grupu Nesvrstani diletanti čine imigranti iz različitih krajeva republika bivše Jugoslavije i različitih migratornih istorija. Naime, tu ima migranata koji pripadaju kulturnoj grupi gastarbajtera, pa sve do onih koji su u Beč došli devedesetih godina, usled ratnih okolnosti u zemlji matici. Trupa je nastala 2014. godine, na inicijativu Darka Markova – pisca, pesnika, glumca, režisera i vozača taksija, koji je okupio poznanike radi izvedbe svojih predstava.

Gotovo svi glumci-amateri su prvi put počeli da glume kada su stigli u ovu grupu. Probe za predstave održavaju u večernjim časovima, budući da tokom dana moraju da rade na svojim zvaničnim poslovima. Iako su amateri, svi glumci su talentovani i znaju da na dobar način iznesu zadatak postavljen pred njih. Osim toga, kako pojedini navode, gluma je za njih predstavljala „dečji san”: „Gluma je moja dečjačka želja, ali igrom slučaja, život me je odveo na drugu stranu i odvojio od dečjačkih snova”<sup>8</sup> ili „Još kao mali, zabavljao sam rodbinu na porodičnim okupljanjima, a kasnije u školskim sekcijama nalazio sam sebe u imitacijama”.<sup>9</sup> Sve predstave, *Nesvrstani diletanti* organizuju ličnim sredstvima. Darko Markov, kao rukovodilac grupe, ističe da „ja ne dobijam od nikoga ništa. Ovo je entuzijazam što ja radim, ljubav... Dajemo iz džepova. Pazite... Da dođete na predstavu da vidite. Ja imam kulisu, koreografiju, maglu, rakete, konfete, kostime, ljude koji dva meseca dolaze svakodnevno na probe, bez dinara...”<sup>10</sup>

Ime grupe predstavlja konstrukciju sastavljenu od dva pojma: nesvrstani – pod kojim podrazumevaju status migranata, karakterisan neukorenjenošću u dve kulture i dva sistema (u. Antonijević 2011); i diletanti – kojim žele da istaknu svoju amatersku glumačku poziciju. Trupa nastupa na različitim improvizovanim scenama i alternativnim prostorima, premda su imali i nastup u bečkom pozorištu *Sargfabrik*. Do sada su realizovali tri

<sup>8</sup> Odgovor na anketni upitnik, koji je dao B. L., član grupe Nesvrstani diletanti, u istraživanju obavljenom 2018. godine.

<sup>9</sup> Odgovor na anketni upitnik, koji je dao D. V., član grupe Nesvrstani diletanti, u istraživanju obavljenom 2018. godine.

<sup>10</sup> Lični intervju obavljen s Darkom Markovim u Beču 2017. godine.

predstave: *Od vulkanizera do menadžera*<sup>11</sup> i *Kako postati vrhovni Srbin u Beču*<sup>12</sup> – čiji je pisac, režiser i scenograf bio Darko Markov, kao i predstavu *Država bez teškoća*, rađenu po tekstu Gorana Novakovića. U sve tri predstave glavnu temu čine srpski migranti u Beču i njihov život, koji glumci i reditelji predstavljaju komično. Premda tematizuju migrante, njihova iskustva i istaknutije pojedince iz zajednice, Markov zaključuje:

„Predstava se u suštini ne bavi samo njima, već u svojim grotesknim elementima pokazuje šta biva kada se sudare kruta austrijska birokratija i srpska nesloga, te želja za samopromocijom, kao i paganski običaji i navike (u ovom slučaju vlaška magija). Dobijamo prave scenske efekte i sliku svih nas ovde u dijaspori”.<sup>13</sup>

Kada je u pitanju reakcija publike na predstave, što je izuzetno važno pitanje, budući da pomenuta trupa postoji i radi zahvaljujući novcu koje zaradi prodajući ulaznice za predstave, Darko Markov navodi sledeće:

„S obzirom na teškoće koje su nas pratile u toku priprema predstave, šakljivosti teme i specifičnog ukusa bečke publike, bili smo pomalo skeptični i nismo znali kakvu reakciju publike da očekujemo. Međutim, prepuna dvorana, gde su neki čak stajali i pratili gotovo dvočasovnu predstavu na nogama, razbila je sve naše sumnje. Reakcija publike bila je iznad svih naših očekivanja”.<sup>14</sup>

Zahvaljujući pre svega velikom interesovanju publike, predstave *Nesvrstanih diletanata* uvek su u celosti rasprodate, pri čemu često publika nema dovoljno mesta, pa mora da stoji sa strane ili da sedi na stepenicama. Prvenstveno zbog toga što se predstave izvode na srpskom, publiku čine imigranti iz bivših jugoslovenskih republika. Pretežno su to stariji članovi

<sup>11</sup> Deo predstave dostupan je na sledećem linku: <https://www.youtube.com/watch?v=cTKTG6tj08>.

<sup>12</sup> Deo predstave dostupan je na sledećem linku: <https://www.youtube.com/watch?v=7vhC3VnArbk>.

<sup>13</sup> Izvor: <https://www.kurir.rs/planeta/austrija/2243595/hronicar-za-sve-gastarbaterske-muke-i-bruke>.

<sup>14</sup> Izvor: <https://www.kurir.rs/planeta/austrija/2243595/hronicar-za-sve-gastarbaterske-muke-i-bruke> (pristupljeno 13.01.2022).

imigrantskih grupa u Beču, dok omladine ima manje. Takvo stanje, da omladina u pozorišta odlazi retko, potvrđuje i istraživanje koje smo sproveli 2020. godine. Baveći se aspektima integracije treće i četvrte generacije srpskih gastarbajtera u Beču, ispitivali smo različite činioce integrisanosti pomenute grupe u austrijski sistem. Jedan deo pitanja odnosio se na slobodno vreme, gde smo ispitali i u kojoj meri odlaze u pozorišta ili na pozorišne predstave. U istraživanju je učestvovalo 80 ispitanika, a najveći broj njih naveo je da na pozorišne predstave ne odlazi ili to, pak, čini veoma retko. Oni koji su naveli da posećuju pozorišne predstave, isticali su da se tu pretežno radi o onim predstavama koje iz Srbije dolaze na gostovanja u Beč, a samo jedna sagovornica navodi da gleda predstave na nemačkom jeziku. Manji broj njih ističe da na predstave odlazi kada su u Srbiji na raspustima i godišnjim odmorima.<sup>15</sup>

### Analiza predstava

*Nesvrstani diletanti* su od svog osnivanja, 2014. godine, pa do danas izveli tri predstave. S tim da treba imati u vidu da je situacija s koronavirusom znatno onemogućila njihovo delovanje tokom dve cele godine, od 2020. do 2022. godine. Zbog pomenutih okolnosti i nepovoljne situacije, ali i strogih mera za suzbijanje koronavirusa koje preduzima Republika Asutrija, *Nesvrstani diletanti* još uvek nisu počeli sa probama i ponovnim izvedbama predstava.

Prve dve predstave imaju sličnu tematiku. Tu se zapravo radi o srpskim organizacijama i institucijama u Beču i njihovim rukovodiocima, gde je cilj da se ukaže na opštu neslogu koja dalje onemogućava njihovo zajedničko, pa i samostalno funkcionisanje. U fokusu su tri predsednika različiti-

<sup>15</sup> Pomenuto istraživanje sproveli smo prof. dr Dragana Antonijević (Filozofski fakultet) i ja, u okviru projekta „Aspekti integracije treće i četvrte generacije srpskih migranata u Austriji“, koji je finansiranog od strane Uprave za saradnju s dijasporom i Srbima u regionu. Zbog okolnosti s pandemijom korona virusa i nemogućnosti putovanja u druge države, sproveli smo anketno istraživanje od 70 pitanja, uz pomoću Google upitnika. Metod uzorkovanja bila je snowball tehnika koja se primenjuje u kvalitativnim istraživanjima onda kada je teško doći do sagovornika (v. Naderifar, Goli and Ghaljaie 2017). Više o istraživanju videti u: Antonijević, Banić Grubišić i Rašić 2021.

tih udruženja, koji teže da postanu glavni rukovodioci krovnih organizacija za sva srpska udruženja u Beču, odnosno, kako to predstava komično kaže – žele da postanu „vrhovni Srbi“. Iako je publika odlično reagovala na ove predstave, „vrhovni Srbi“ su se prepoznali u njoj, zbog čega je Darko Markov imao različite neprijatnosti. *Država bez teškoća*, treća predstava, rađena je na osnovu teksta Gorana Novakovića, ali u režiji Darka Markova. Iako je Novaković originalno tekst pisao na nemačkom jeziku, za potrebe pozorišne trupe *Nesvrstani diletanti*, tekst je preveo na srpski i inicirao njegovu umetničku obradu. Budući da je pitanje stranaca i integracije od 2011. godine postalo aktuelnije nego do sada, kada je u Austriji na vlast došla konzervativna stranka Sebastijana Kurca – tada počinju da se osmišljavaju programi i publikuju različite analize o procesima integracije, ali i da se sve više insistira na integraciji stranaca (v. Rašić 2020, 205), u pomenutoj predstavi Novaković i Markov predstavljaju kako bi izgledala Austrija kada bi svi stranci nestali. Evo kratkog opisa predstave:

„Strani radnici se u komadu zovu 'Hinauslenderi', a 'dozvole za vođenje života' izdaje im gospođa Zatvor-Progon. Kada se 'vili', zvanoj Super Frau, smuču da gleda ponižavajući način na koji austrijska birokratija tretira migrante, reši da čarobnim štapićem učini da svi nestanu. Uskoro nastaje panika i zastoj u zemlji – nema ko da radi sve one poslove koje su gastarbajteri radili. Pod pritiskom javnosti, raznih službi i poslodavaca, predsednik Republike odlazi kod Super Frau da je moli da vrati strance, obećavši da će u Ustav uneti različite dobrobiti za koje su gostujući radnici do sada bili uskraćeni i tako im omogućiti lakši život i rad. Vila mu poveruje i vrati strance, ali na granici, zbog sporosti birokratije koja nije javila na vreme šta je Predsednik obećao, graničari, ne znajući da će se propisi navodno promeniti, zaustavljaju gastarbajtere tražeći im 'dozvole za život', koje ovi nisu imali. I tako je Austrija ostala bez stranaca...“ (Antonijević i Rašić 2018, 503).

Da su pomenute predstave „umetničko ogledalo“ inspirisano društvenim dramama, u onom Šeknerovom smislu, ne svedoče samo predstave po sebi, već i intencije njihovih autora, pa donekle i glumaca. Naime, sve predstave bazirane su na realnom životu srpskih imigranata u Beču. Darko

Markov je te likove iz predstava zapravo susretao u svojoj svakodnevici – na pijaci, u prodavnici i komšiluku, tokom rada u taksi službama, na okupljanjima u srpskim kulturno-umetničkim i sportskim organizacijama. Svi ti susreti i ljudi poslužili su mu kao inspiracija da skroji karaktere u predstavama. Za pojedine likove nije morao ni da uključuje umetničku fikciju, već ih je u celosti inkorporirao u dramaturški tok dela. Njihove živote, autor definiše kao „amplitudu emocija“, navodeći da „Razgovor s njima... prvo krenemo da se smejemo, onda odjednom pad – plakanje. Upravo taj život koji oni žive ovde je doveo da su se oni raspolutili kao ličnosti. Ta egzotika koju su doneli odozdo, pomešala se s ovim ovde. Pa, to je cirkus“.<sup>16</sup>

S obzirom na to da predstave ne govore o pomenutim situacijama u prenesenom značenju, već onako ogoljeno, kako to Markov prikazuje, mnogi akteri prepoznali su se u izvedbama. Zbog toga, autor je imao i različite neprijatnosti. Na pitanje da li su se akteri prepoznali u predstavama, Markov odgovara na sledeći način:

„Naravno da su se prepoznali. Naročito onaj koji je u predstavi hobit iz Leskovca. To je moja čuvena priča. Bečki mitovi i legende. Hobit iz Leskovca kako je doš'o na vlast. ... Imate to u Vrhovni Srbin... Pazite, prva uvodna scena, pošto on stalno sedi kući i ne ustaje pre 12, ja sam to napisao – da je vladika bogoslužjenje pomerio u podne, da bi on stigao... Sedi on, ovako počinje predstava, svi ga zezaju kako on sedi po ceo dan u kućnom mantilu i piše hvalospeve o sebi... Pa, on je poludeo kad je video predstavu“.<sup>17</sup>

Svoje dugogodišnje migrantsko iskustvo pretočili su u predstavu *Država bez teškoća*, za koju Markov navodi da je kabaretskog tipa, budući da je sačinjena od glume, pevanja, plesa i drugih vizuelnih efekata. Komplikovana birokratija i neprijatan odnos Austrijanaca prema migrantima, nešto je što većina njihovih sagovornika ističe kao svoju svakodnevicu u Beču i

<sup>16</sup> Izvod iz dubinskog intervjua, koji sam s Darkom Markovim vodio u Beču 2017. godine.

<sup>17</sup> Izvod iz dubinskog intervjua, koji sam s Darkom Markovim vodio u Beču 2017. godine.



Austriji. Prema njihovim iskazima, starije generacije migranata bivale su diskriminirane zbog lošeg poznavanja nemačkog jezika, dok novije generacije, odrasle, školovane i socijalizovane u austrijski sistem, Austrijanci diskriminiraju na osnovu svog porekla i najčešće nastavka – ic u prezimenu: „Oni čim vide da je – ic na kraju, to je to. Nismo njihovi. Znaju odakle potičemo, da nisu naši roditelji Austrijanci“. <sup>18</sup> Oni takođe ističu da se ne osećaju integrisanima u sistem, iako tu provde ceo život – „Mi smo uvek stranci i uvek ćemo biti“ <sup>19</sup>, premda ih na to opominju i Austrijanci: „Meni je šef oduvek govorio da ja živim među dva sveta – nit’ sam u Austriji, nit’ sam u Srbiji“. <sup>20</sup> O odnosu Austrijanaca ka prema migrantima, moji sagovornici govore i na sledeće načine: „Oni ne žele nikoga u svojoj zemlji, ali bez nas i sličnih nama ne bi opstali“ <sup>21</sup>; „Ne žele da budeš Austrijanac, jedino je bitno da si deo sistema i da obavljaš poslove koje oni neće ili nisu kvalifikovani“ <sup>22</sup>; „Većina ne žele da se integrišemo, jer smatraju da im oduzimamo nešto njihovo“. <sup>23</sup> Upravo su takvi stavovi migranata i njihova iskustva u austrijskom sistemu i sa austrijskim birokratskim aparatom uticala na stvaranje pomenute predstave. Darko Markov to iskazuje na sledeći način:

„Ismeva se ta austrijska birokratija i njihov odnos ka nama strancima. Koliko vi trebate za dozvolu za vođenje života. To vam je ono, dođu da predaju za vizu, a oni traže: 'dajte potvrdu pradedova da su služili vojsku', pa nemamo... ako nemate, žao mi je. Idite u predstavništvo koje nije bliže od 500, a dalje od 1200 metara. To stvarno postoji... Tako da je to – to. I onda na osnovu toga pravimo zezanje“. <sup>24</sup>

Da su te predstave umetnička ogledala namenjena publici, koja bi trebalo da na njih reaguje autorefleksivno – što često i nije slučaj, već i samoj publici predstave služe kao neki vid izduvnog ventila od teške svakodnevice

<sup>18</sup> Izvod iz dubinskog intervjua sa sagovornicom T. B, koji sam u Beču vodio 2018. godine.

<sup>19</sup> Izvod iz upitnika, sagovornik D. P. iz Beča.

<sup>20</sup> Izvod iz upitnika, sagovornica V. K. iz Beča.

<sup>21</sup> Izvod iz upitnika, sagovornik D. P. iz Beča.

<sup>22</sup> Izvod iz upitnika, sagovornica S. N. iz Beča.

<sup>23</sup> Izvod iz upitnika, sagovornica M. M. iz Beča.

i teških fizičkih poslova, govore i iskazi glumaca. Kada smo razgovarali sa glumcima, prisustvujući probi za premijerno izvođenje *Države bez teškoća*, navodili su kako se raduju utiscima svojih sunarodnika. Pojedini su čak isticali kako svojim delovanjem „pPublici prenosimo surovu realnost vremena i prostora gde se trenutno nalazimo.“ <sup>25</sup>. Druga sagovornica ističe kako je njena namera da, svojim učešćem u radu *Nesvrstanih diletanata*, ukaže ostalim sunarodnicima migrantima na njihove „loše društvene navike, ubeđenja i stavove.“ <sup>26</sup>

Na kraju, svojim predstavama Darko Markov želi da nagna na promenu, da utiče na celokupan sistem i samim tim njegov ukupan rad predstavlja školski primer šeknerovskog umetničkog ogledala. Markov teži da prenese odgovarajuću poruku i da pokrene mlade, u kojima vidi najveći potencijal za poboljšanje statusa srpskih imigranata u Beču, a da ukaže na propuste svih onih koji, svojom letargijom i ličnim interesima, „kroje lošu sudbinu“ srpskim imigrantima:

„Moje viđenje dijaspore je u moje dve knjige i tri pozorišna komada, ali naravno nije sve baš tako crno. Perspektivu vidim u mladim i obrazovanim ljudima koji se bude i vide kolika je šteta kada su pogrešni ljudi na pogrešnim mestima. Ovo je, u stvari, i suštinska poruka koju želim da dam. Ovakvim svojim delovanjem, ne želim da zadovoljavam svoje stvaralačke porive, već da probudim prave ljude koji imaju potencijal da unesu suštinske promene u kulturni i javni život Srba u Austriji. Ponoviću da negativni likovi iz mojih predstava ruše ugled svih nas i 'troše kredite' pred austrijskim institucijama, raspirujući ionako malo energije koja nam je više nego potrebna da bi uradili prave i konkretne stvari, koje bi nam pomogle u svakom pogledu i dale srpskoj zajednici ugled koji stvarno zaslužuje“. <sup>27</sup>

<sup>24</sup> Izvod iz dubinskog intervjua, koji sam s Darkom Markovim vodio u Beču 2017. godine.

<sup>25</sup> Iskaz sagovornika D. V, zabeležen u Beču 2018. godine.

<sup>26</sup> Iskaz sagovornice S. H, zabeležen u Beču 2018. godine.

<sup>27</sup> Iskaz Darka Markova, preuzet sa: <https://www.kurir.rs/planeta/austrija/2243595/hronicar-za-sve-gastarbaterske-muke-i-bruke> (poslednji put pristupljeno: 13.01.2022).

Predstave *Nesvrstanih diletanata* oslikavaju jedan specifični socio-kulturni sistem gastarbajtera u Beču, njihove težnje, porive, susrete s Drugim i drugačijim, želju za uspehom i snalaženje u ambivalentnom stanju karakterisanom podjednakom neintegrisanošću u dva sistema i dve kulture. Likovi ovih predstava, tako, pre svega su srpski gastarbajteri, pretežno prve i druge generacije. To su ljudi koji su od 60-ih godina XX veka odlazili na privremeni rad u Austriju, a zapravo su ostali do kraja života. To je prvenstveno bila nekvalifikovana ili niskokvalifikovana muška radna snaga, kojima su se kasnije priključivale žene i cele njihove porodice. Oni nisu znali nemački jezik, dok je većina njih prvi put izašla iz svog sela onda kada se preselila u Austriju (v. Dragišić 2009; Ivanović 2012; Čapo 2019). Zadržali su i preneli stil i način života svog rodnog kraja u Beč, gde se on iskombinovao s drugim elementima svakodnevice ovoga grada i tako su formirali sopstveni kulturni sistem u kojem i danas žive, ali sada sa svojim potomcima – u Beču čak sa petim generacijama srpskih gastarbajtera. Kako to Dragana Antonijević određuje, oni predstavljaju „specifičnu, socio-ekonomski oformljenu, brojnu, mada heterogenu skupinu ljudi koja ima svesto sebi i svom statusu, i koju drugi ljudi u zemlji matici i zemlji radnog boravka percipiraju kao posebnu“ (Antonijević 2011, 1014).

Darko Markov, kao glavni pregalac u ovoj trupi, svestan svih pomenutih činjenica, kreira predstave s ciljem da činiocima socio-kulturnog sistema gastarbajtera u Beču prenese određenu poruku. Cilj mu je da omogući autorefleksivni uvid u sopstvene prakse, ne bi li došlo do određene promene u datom sistemu. U kojoj meri u tome uspeva, pitanje je za dalja istraživanja, iako dosadašnji uvidi ne ukazuju na neke snažnije uticaje. Za svoje predstave i članove trupe bira činioce datog socio-kulturnog sistema – same gastarbajtere koji žive i funkcionišu baš kao likovi u predstavama. Zapravo, likovi u predstavama su oni sami, pomalo umetnički naglašeni, kako bi poruka što više doprla do publike – istih tih gastarbajtera o kojima predstave i govore.

27 Iskaz Darka Markova, preuzet sa: <https://www.kurir.rs/planeta/austrija/2243595/hronicar-za-sve-gastarbaterske-muke-i-bruke> (poslednji put pristupljeno: 13.01.2022).

## Umesto zaključka

Predstave Darka Markova u izvedbi *Nesvrstanih diletanata*, predstavljaju prave etnografske činjenice. To je ono čemu je Turner težio u svojim teorijskim promišljanjima – pretakanje etnografije u dramske tekstove (u. Turner 1989, 100). Iako amater-glumac i amater-reditelj, ispostavlja se da Darko Markov, rekao bih potpuno nesvesno, postaje i amater-etnograf.

Svojim tekstovima i predstavama, on zapravo beleži jednu društvenu realnost, ogoljeno i istinski, predstavljajući život srpskih gastarbajtera u Beču, njihove navike, načine ponašanja, međusobne ali i odnose s „hladnim“ Austrijancima. Na taj način, omogućava profesionalnim etnografima, mada i drugim istraživačima iz društveno-humanističkih nauka, da dođu do onih informacija i situacija koje klasičnim tehnikama kvalitativnog terenskog istraživanja možda ne bi mogle da se uhvate baš na taj način. Dramskim etnografijama, omogućeno nam je da, preko ramena glumaca, bacimo pogled ka svakodnevicu gastarbajtera u Beču i tako svoje analize obogatimo manje dostupnim i možda nevidljivim ali ipak izuzetno vrednim informacijama.

Ipak, pitanje koliko u svojoj misji – da izmeni svest lokalnoj zajednici i ukaže na njihove propuste – trupa amaterskih glumaca uspeva. Njihove predstave su ono što je Antonen Arto najviše kritikovao u svojim tumačenjima – klasični prikazi svakodnevice u pozorištu, ispričane kroz oblike striktno napisanog teksta, često preuzetog iz „originalnog konteksta“. Arto je mnogo kritikovao zapadno pozorište iz tog razloga, verujući da mu je neophodna obnova, kojom će, uz pomoć pozorišta, doći i do sveopšteg obnavljanja života. Pomenuti autor je verovao u to da pozorište mora da se odvoji od striktnog teksta i da se stvori neka vrsta pozorišnog jezika, jer pozorište treba da je u stanju „da nadahne, da općini“, više nego što to može da uradi „bilo koja teorija, precizna, dosledna“ (Miočinović 1992, 15). Taj pozorišni jezik je aktivan i deluje preko čula, to je novi fizički jezik „zasnovan na znacima, a ne na rečima“ (Miočinović 1992, 15). I u tom smislu, možda bi *Nesvrstani diletanti* uspeli u svojoj ideji uticaja na lokalnu zajednicu, ukoliko bi iskoristili iz pokušaja da imitiraju profesionalne glumce zapadnih pozorišta i svakodnevicu u kojoj rade. Potencijalno bi izgradnja njihovog pozorišnog jezika, uz poznavanje lokalnog kulturnog konteks-

ta koji svakako poseduju, doprinela da čulno i emotivno izazovu reakcije pripadnika sopstvene kulturne grupe, te da inspirišu njihovu promenu (na bolje). Međutim, ovo teorijsko razmišljanje ostaje za neko naredno istraživanje – ko zna, možda i saradnju teatrologa i antropologa – budući da bi dublje razmatranje prevazišlo inicijalne okvire rada.

#### Reference:

- Antonijević, Dragana. (2011). Gastarbajter kao liminalno biće: konceptualizacija kulturnog identiteta. *Etnoantropološki problemi*, 6(4), 1013–1033. <https://doi.org/10.21301/eap.v6i4.10>
- Antonijević, Dragana. (2013). Stranac ovde, stranac tamo. *Antropološko istraživanje kulturnog identiteta gastarbajtera*, Beograd: Srpski genealoški centar i Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta.
- Antonijević, Dragana i Miloš Rašić. (2018). Amaterske pozorišne predstave srpskih migranata u Beču, *Glasnik Etnografskog instituta SANU*, 66(3), 493–510. <https://doi.org/10.2298/GEI1803493A>
- Antonijević, Dragana, Ana Banić Grubišić i Miloš Rašić. (2021). A Decade of Studying Guest Workers Through the Projects of the Serbian Ethnological and Anthropological Society, *Etnoantropološki problemi*, 16(4), 981–1012. <https://doi.org/10.21301/eap.v16i4.1>
- Bakondy, Vida. (2017). „Austria Attractive for Guest Workers?“ Recruitment of Immigrant Labor in Austria in the 1960s and 1970s. In Gunter Bischof and Dirk Rupnow (Eds.), *Migration in Austria* (pp.113–137). Innsbruck: Innsbruck university press.
- Banić Grubišić, Ana. (2019). Migrantska poezija – antropološka analiza zbirke pesama Drage Trumbetaša, *Etnoantropološki problemi*, 14(4), 1161–1185. <https://doi.org/10.21301/eap.v14i4.5>
- Barba, E i Savarez N. (1996) Rečnik pozorišne antropologije. Tajna umetnosti glumca. Beograd: FDU, Institut za pozorište, film, radio i televiziju.
- Brettell, Caroline and James Hollifield. 2000. „Introduction“. In Caroline B. Brettell and James F. Hollifield (Eds.), *Migration Theory: Talking Across Disciplines* (pp. 1–26). New York-London: Routledge.
- Castles, Stephen and Mark J. Miler. (2003). *The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World*, New York: The Guilford Press.
- Čapo, Jasna. (2019). Dva doma. Hrvatska radna migracija u Njemačkoj kao transnacionalni fenomen, Zagreb: Durieux.
- Dragišić, Petar. 2009. Jugoslovenski ekonomski migranti u Austriji od početka 60-ih godina do raspada Jugoslavije, *Tokovi istorije*, 1 – 2, 55 – 64.
- Harvud, R. (1998). *Istorija pozorišta*. Beograd: Clio.
- Ivanović, Vladimir. (2012). Geburtstag pišeš normalno. *Jugoslovenski gastarbajteri u Austriji i SR Nemačkoj 1965–1973*, Beograd: Institut za savremenu istoriju.
- Kovačević, Ivan i Dragana Antonijević. (2018). Dva pripovedanja identiteta, *Etnoantropološki problemi*, 13(1), 41– 63. [https://doi.org/929:398\]:316.75\(491.11\)](https://doi.org/929:398]:316.75(491.11)
- Miočinović, M. (1992). Artoova vizija pozorišta. U Anonen Arto, *Pozorište i njegov dvojni* (7-29). Prometej: Novi Sad.
- Naderifar, Mahin, Hamideh Goli and Fereshteh Ghaljaie. (2017). Snowball Sampling: A Purposeful Method of Sampling in Qualitative Research, *Strides in Development of Medical Education*, 14(3), 1– 4. <https://doi.org/10.5812/sdme.67670>.
- Rašić, Miloš. (2017). Jugoslovenski/srpski klubovi u Beču u istorijskom kontekstu, *Glasnik Etnografskog instituta SANU*, 65(3), 687–703. <https://doi.org/10.2298/GEI1703687R>
- Rašić, Miloš. (2020). Konstrukcija i prezentacija identiteta u srpskim klubovima u Beču (doktorska disertacija). Preuzeto sa NaRDUS (123456789/17415).
- Rašić, Miloš. (2021). Koreografisanje tradicionalnih plesova u sistemu komodifikujućih praksi: primer srpskih klubova u Beču, *Narodna umjetnost*, 58(2), 221–239. <https://doi.org/10.15176/vol58no212>
- Schechner, Richard. (1977). *Performance theory*, Routledge: New York and London.
- Schechner, Richard. (1985). *Between Theater and Anthropology*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Schechner, Richard. (2013). *Performance Studies. An Introduction*,

London & New York: Routledge, Taylor & Francis Group.

- Stewart, Lizzie. (2017). Postmigrant theatre: The Ballhaus Naunynstrasse takes on sexual nationalism, *Journal of Aesthetics & Culture*, 9(2), 56–68.
- <https://doi.org/10.1080/20004214.2017.1370358>.
- Šekner, Ričard. (1992). *Ka postmodernom pozorištu. Između antropologije i pozorišta*. Beograd: FDU, Institut za pozorište, film, radio i televiziju.
- Turner, Victor. (1989). *From Ritual to Theatre*, PAJ Publications: New York.
- Turner, Victor. (1992). *The Ritual Process. Structure and Anti-Structure*, Cornell Paperbacks Cornell University Press: Ithaca, New York.
- Van Genep, Arnold. (2005). *Obredi prelaza*, Beograd: Srpska književna zadruga.

## ANTHROPOLOGICAL INTERPRETATION OF AMATEUR THEATER PERFORMANCES OF SERBIAN GUEST WORKERS IN VIENNA

— Miloš Rašić

*Non-aligned dilettantes* (Nesvrstani diletantni) are an amateur migrant theater troupe from Vienna, made up of Serbian guest workers (Gastarbeiter) from various republics of the former Yugoslavia. They were formed in 2014 on the initiative of Darko Markov – writer, poet, actor, director, and taxi driver, who gathered acquaintances to perform his performances. *Non-aligned dilettantes* perform plays about their cultural group, while their audience consists of members of the same group. So, they make performances about themselves and for themselves. This paper aims to present and interpret theatrical performances of Serbian guest workers from Vienna as a type of ethnography performed in the form of a dramatic text and “artistic mirror” that actors put in front of the public for self-reflective insights. For this paper, I conducted qualitative field research in Vienna, using the techniques of semi-structured interviews, observations, and non-formal conversations. Due to the circumstances caused by the coronavirus, I conducted part of the research in the form of a survey using a Google questionnaire. Another source of information is newspaper articles, in which members of the theater mentioned above troupe talk about their plays. In analytical terms, I rely on the theories of Victor Turner and especially Richard Schechner. After a brief presentation of migrant troops, *Non-Aligned Dilettantes*, and their performances, I will use Schechner’s model to analyze social and artistic drama, which he calls the horizontally numeral 8 or infinity symbol. I view the performances of this artistic troupe as dramatic ethnographies, which enable the anthropologist to look over the shoulders of the actors at all those

elements from the everyday life of guest workers, which are not easy to notice with classical techniques of qualitative anthropological research.

**Keywords:** migrant theater, guest workers, Non-aligned dilettantes, art mirror, dramatic ethnography, Vienna



# NOVI PRISTUPI AMATERSKOM POZORIŠTU U VREMENU PANDEMIJE COVID-19

— Jelena Đ. Gojić

## Uvod

Kulturno delovanje nudi perspektive i alate za otporan, odnosno pozitivan, aktivan i reflektivan pristup izazovima i prilikama našeg vremena – bilo da se radi o globalnim pandemijama, klimatskim promenama, nestabilnim ekonomskim sistemima ili ubrzanoj digitalizaciji. Period epidemije izazvan virusom korona upravo je i potvrdio ovu tezu, gde su se ljudi, u najizazovnijem vremenu 21. veka, okrenuli umetnosti.

Kako se od marta 2020. godine živi u izmenjenom društvenom kontekstu, psiho-fizičkoj neizvesnosti, otuđenosti i fizičkoj distanci, ljudi svih starosnih dobi su preko noćinaterani da se okrenu digitalnom svetu, jer je to jedini način da svet nastavi da funkcioniše, ali i da se održava bar nekakav (pri)vid socijalizacije. Preporučene mere samoizolacije uslovile su mnoštvo promena, te tako među njima primat preuzima nemogućnost održavanja bilo kakvih susreta uživo, što je u vaspitno-obrazovnom sistemu značilo gašenje svake mogućnosti neposredne nastave. Kada je u pitanju visoko obrazovanje, zbog uzrasta studenata i načina funkcionisanja ovog nivoa obrazovanja, brzo se reagovalo i iznašao se način kako sprovesti nastavu nesmetano i kako da gradivo ne bude zanemareno, te se vrlo brzo prešlo na online režim rada. S obzirom na to da su studenti dobrim delom usmereni na samostalno istraživanje, pisanje radova, sve rasprostranjeniju online komunikaciju sa nastavnicima i kolegama, pretpostavljalo se da će se online način rada lakše implementirati na tercijarnom nivou obrazovanja. Ovu tezu potvrđuju i navodi Petrić Maršić et al. (2010: 3, 34):

„Da bi učenik uspešno savladao tu okolinu, važno je da može upravljati sa tri glavne (percepcija, emocije, samoregulacija), odnosno devet specifičnih ličnih i praktičnih veština: kognitivne sposobnosti, veština korišćenja Interneta, samosvest, uverenja, motivacija, anksioznost, samoopazanje, koncentracija i upravljanje vremenom. Radi se o veština-ma koje su u najvećoj meri posledica maturacije i iskustva te možemo zaključiti kako je online nastava ipak primerenija za starije učenike“.

Međutim, pored redovne nastave, trebalo je misliti i na očuvanje i dalje sprovođenje vannastavnih aktivnosti kojih je u studentskom životu mnogo

i koje neminovno utiču na njihovo kulturno obrazovanje. Stoga je predmet ovog rada predstavljanje načina funkcionisanja *Akademskog pozorišta studenata germanistike* (u daljem tekstu APSG) na Filološko-umetničkom fakultetu Univerziteta u Kragujevcu u toku trajanja socijalne izolacije u periodu od marta 2020. godine do kraja juna 2021. godine. Kao primarni cilj postavlja se ukazivanje na različite modele pozorišnog rada u pandemijskim uslovima koji podrazumevaju ili potpunu fizičku izolovanost (internacionalni projekat pozorišta improvizacije na nemačkom jeziku *Ostati zajedno*) ili kombinaciju fizičkog i virtuelnog kontakta ((ne)verbalni nacionalni projekat na nemačkom jeziku *(re)konstruisano Ja*). Predstavljanjem dva realizovana pozorišno-pedagoška projekta i trećeg, do čije realizacije nije došlo upravo zbog pandemije, ukazaće se kako na primenjive efikasne prakse u pozorišnom radu jedne amaterske grupe, tako i na ograničenja i nedostatke koje je uslovio online način rada u pozorišnim aktivnostima. Metodologija koja se primenjivala u procesu realizacije ovih projekata, zasnovana je na pozorišnoj pedagogiji i njenom didaktički uobličenom modelu SAFARI. Refleksijom će se utvrditi da je pozorišna pedagogija primenjiva i kao online metoda u pozorišnom radu, te i da je APSG kao amaterska pozorišna grupa studenata upravo uz pomoć pozorišno-pedagoških tehnika uspela pozitivno da odgovori na zahteve izazovnih vremena i da nastavi da umetnički agituje čak i u izmenjenoj društvenoj stvarnosti. Na taj način su studenti kragujevačke germanistike i u doba epidemije ostali aktivni učesnici kulturne scene grada u kome studiraju i tako pružili svojevrsni doprinos umetničkom razvoju, ne samo na lokalnu već i širu, jer je projekat *Ostati zajedno* internacionalnog karaktera.

### **Akademsko pozorište studenata germanistike**

*Akademsko pozorište studenata germanistike* je amaterska pozorišna grupa na Katedri za germanistiku Filološko-umetničkog fakulteta Univerziteta u Kragujevcu, zvanično pod ovim imenom osnovana 2012. godine. Njeno delovanje se nastavlja na dugu tradiciju generacijama unazad zainteresovanih germanista za pozorišni rad i stvaranje predstava. Takve aktivnosti zasnovane su na vannastavnom karakteru, dok se situacija trenutno menja kroz nastavu Nemačke književnosti i Didaktike nastave nemačkog jezika

kao stranog. Od 2014. godine do danas, APSG-ov pozorišni rad se temelji na metodologiji pozorišne pedagogije (nem. Theaterpädagogik). Usled prirode studija, pojmu pozorišne pedagogije pristupa se iz ugla nemačkog govornog područja, te se stoga preuzima i njegov prevod na srpski.

Kao graničnik između pedagogije i pozorišta, pozorišna pedagogija je metodičko-didaktički utemeljena, te se akcenat u toku trajanja pozorišno-pedagoških radionica ne stavlja isključivo na završni produkt, već na individualne, socijalne i estetske razvojne procese kroz koje studenti prolaze (Czerny, 2007, 161). Na taj način, studenti rade na formiranju pozorišnog događaja, ali paralelno usavršavaju različite veštine i kompetencije. SAFARI model je kreacija nemačke socijalne pedagoškinje Gabrijele Černi (Gabrielle Czerny) koja stvara koncept prilagođen kako za rad u nastavi i van nje sa različitim uzrastima, tako i za usavršavanje i podučavanje budućih pedagoških radnika. Upravo iz poslednje pomenutog ugla se u APSG-u pripremaju i realizuju radionice pozorišne pedagogije. Gojić (2017: 192-193) ističe polje delovanje pozorišne pedagogije, kao i mogućnosti u razvoju i usvajanju veština i kompetencija koje bi studenti germanistike kao budući nastavnici putem ove discipline mogli da iskoriste u svojoj potencijalnoj pedagoškoj profesiji. Na sprovedenom istraživanju (2017: 191-204), ali i preko kontinuirane višegodišnje pozorišno-pedagoške prakse<sup>28</sup>, Gojić zaključuje da je pozorišna pedagogija izuzetno plodonosna u radu sa studentima germanistike, što potvrđuju i pozitivne povratne informacije studenata (Gojić 2017: 203).

SAFARI model je takođe dao pozitivne rezultate u pozorišno-pedagoškoj praksi, te je APSG iznedrio osam scenskih prikaza urađenih prema teorijskom fundamentu ovog koncepta. Tako, svako slovo ovog akronima predstavlja korak, odnosno fazu u pozorišno-pedagoškom stvaralaštvu: S se odnosi na bazu, tj. materijal (nem. Stoff) koji će predstavljati početnu

<sup>28</sup> Autorka rada je umetnički rukovodilac *Akademskog pozorišta studenata germanistike* od 2014. godine do danas. U toku svog višegodišnjeg rada je sa studentima germanistike sprovedla niz radionica pozorišne pedagogije, verbalnih i neverbalnih scenskih prikaza, kao i jedan ulični performans. Pored aktivnog rukovođenja APSG-om, autor je i facilitator više radionica pozorišne pedagogije i jednog seminara akreditovanog od strane Ministarstva prosvete.

tačku u pozorišnoj igri. S obzirom na širok spektar materijala, ovaj model pruža mogućnosti da polazna tačka ne mora biti samo tekst, već i slika, fotografija, muzička numera, neki fenomen ili tema koja zaokuplja pažnju učesnika. **A** (nem. Auftakt) je faza zagrevanja i pripremanja tela, govornog aparata, koncentracije i socijalnog fokusa. Etapa **F** (nem. Figur) se bavi figurama, likovima koje treba formirati, te u okviru ove faze učesnici poprimaju dvostruke uloge – oni kao individue aktivne u pozorišnom procesu i oni kao figure koje glume. Spoj ove diferencijacije treba učesnike da dovede do autentičnog izraza u formiranju svog lika (Petrović Jilih, 2016, 81). Sledeći korak je ponovo **A** (nem. Aktion), ali se ovo A ponajviše zasniva na vežbama improvizacije i spremnosti učesnika da deluju spontano sada i ovde. **R** je refleksija (nem. Reflektion) i za razliku od prethodnih faza koje se hronološki sprovode prema utvrđenom redosledu, refleksija prati svaki od ovih koraka i na njoj se polaže velika važnost. Kroz refleksiju je moguće dobiti uvid o emotivnim, fizičkim, psihičkim i dr. stanjima učesnika, te i pratiti njihov razvoj kroz čitav proces. Refleksija omogućava kontinuirano praćenje i motivacije učesnika i njihovu (ne)lagodnost u vežbama. Na kraju se dolazi do završnog Insceniranja (nem. Inszenieren), kada se sakupljaju sve vežbe odrađene u prethodnim fazama i od njih se konstruiše završni produkt u vidu pozorišno-pedagoške prezentacije. Upravo interdisciplinarnost pozorišne pedagogije koja objedinjuje širok spektar stečenih znanja i kompetencija, dugogodišnja praksa i učešće u kontinuiranim radionicama pozorišne pedagogije, omogućili su da APSG pozitivno odgovori na zahteve izazovnih vremena i uprkos socijalnoj izolaciji iznedri dva pozorišna projekta u periodu epidemije od marta 2020. do juna 2021. godine.

### **Korona i APSG**

Kako Šijaković i Ilić navode (2010: 53): „Društvo nije nikakav prost zbir pojedinca, već ukupnost odnosa koje ljudi grade idući za svojim potrebama, interesima i vrednostima“, što je u slučaju epidemije izazvane virusom korona značilo da treba iznaći kreativne, ali istovremeno i zajedničke funkcionalne načine kako omogućiti svim članovima društva da i dalje neometano funkcionišu u svojim poslovnim i privatnim sferama. Za studente je to predstavljalo prinudnu otuđenost od studentskog načina života

– odvojenost od kolega, nemogućnost ostvarenja socijalizacije na fakultetu i na zabavama, što je stvorilo dodatni pritisak na njih. U cilju razumevanja i shvatanja potreba mladih, autorka rada je uočila nužnost da pored redovne nastave pronađe način da i dalje sprovodi vannastavne aktivnosti, jer će studenti na taj način u doba nesigurnosti, neizvesnosti i (ne)pouzdanosti podataka biti u stanju da lakše obrade zbunjujuće informacije u okviru već poznate grupe. Zajedničke aktivnosti sa grupom u okviru koje su već ostvarili međusobnu povezanost, uslovile su da se studenti bolje osećaju, da lakše podnose stanje neizvesnosti, straha i uplašenosti. Stoga je bilo neophodno izvršiti tranziciju pozorišnog stvaralaštva u digitalni svet, kao i iznaći strategije za praktičnu primenu različitih tehničkih rešenja za online radionice pozorišne pedagogije. Ovakav poduhvat podseća na princip „ometene učionice, neometane nastave“ (Huang et al., 2020), zbog čega je rad APSG-a u toku trajanja pandemije nužno povezati sa održavanjem online nastave. Još jedan od razloga jeste i taj da su kako članovi APSG-a, tako i voditeljka radionica prva iskustva sa online načinom rada stekli upravo preko redovne online nastave, čije je „uvođenje veoma zahtevan pedagoški, tehnološki, organizacioni i ekonomski zahtev“ (Arsenijević, 2021: 5, 7).

S obzirom na novonastalu vanrednu situaciju od početka marta do maja 2020. godine, najpre je bilo neophodno da voditeljka radionica kao moderatorka ovlada svetom digitalne prakse i steknu izvesno samopouzdanje u izmenjenoj nastavnoj stvarnosti. Na taj način bi stvorili odgovarajuće i prihvatljivo okruženje za studente, što i jeste uloga nastavnika u vaspitno-obrazovnom procesu (Mirčetić, 2011: 7). Tako je u prvom talasu virusa korone APSG obustavio svoje aktivnosti, kako bi se njegovi akteri pripremili za digitalni scenario. Nakon junskog ispitnog roka je usledila kreativna distanca koja je članovima APSG-a otvorila prostor da budu domišljati, inovativni i autentični u novom alternativnom prostoru.

APSG, naravno, nije bio usamljen u digitalnom oživljavanju pozorišnih delatnosti. Jedna od problematika u pozorišnom stvaralaštvu koju je uslovlila korona upravo je prostor kao mesto održavanja pozorišnih susreta i izvođenja pozorišnih predstava. U mnogim mestima i zemljama, zgrade pozorišta su redefinisane i dolaze do izmene u njihovoj nameni. Tako je na primer, pozorište u Diusburgu (Nemačka) preuređeno u vakcionalni

punkt i mesto za testiranje na COVID-19 (Deutsche Welle, 2021). Međutim, za APSG to nije bila novina. S obzirom na to da Filološko-umetnički fakultet (FILUM) u Kragujevcu nema svoju zgradu, te je podstanar više fakultetskih i školskih institucija u Kragujevcu, APSG nema svoj prostor u kome se sprovode radionice pozorišne pedagogije. Shodno tome, kao radni prostor koriste se učionice u različitim zgradama gde se izvodi nastava FILUM-a, holovi i dvorišta fakulteta, parkovi, pešačke zone, privatni prostor članova APSG-a. Međutim, iako naviknuti na neposedovanje sopstvenog prostora i naviknuti na alternativna rešenja u prostornoj realizaciji, APSG nije imao puno iskustva sa online radom. Online se sprovodila samo komunikacija preko Facebook, Instagram ili Viber grupe u vidu dopisivanja, dogovaranja, slanja određenih muzičkih, tekstualnih ili foto datoteka.

Kako je izgledao proces navikavanja na novu stvarnost u virtuelnom svetu, biće prikazano kroz predstavljanje pojedinačnih realizovanih projekata, pri čemu se već u ovom delu rada može najaviti da su iskustva primene različitih strategija i tehnika u online pristupu doprinele razvijanju uspešne prakse u adaptiranju pozorišne pedagogije za digitalni prostor. Uprkos mnogim preprekama, APSG je uspeo čak i u vreme epidemije da nastavi svoje pozorišno-pedagoško delovanje i iznedri nove perspektive i mogućnosti u radu i prikazivanju pozorišnog stvaralaštva. Na osnovu navedenog se ističe mogućnost da opisani projekti mogu poslužiti kao koncepti primenjivi i u postepidemijskom društvu, ali se ukazuje i način kako je već postojećiu metodologiju moguće adaptirati, koje su njene prednosti u izmenjenim uslovima rada, a koji nedostaci. Kroz iznalaženje drugih, alternativnih rešenja i pristupa u pozorišno-pedagoškom radu APSG-a, potvrđuje se da će, bez obzira na prepreke, loše i nemoguće uslove, izmenjeni društveno-istorijski kontekst, (ametersko) pozorište uprkos svemu preživeti.

### **(re)konstruisano Ja**

*(re)konstruisano Ja* (Facebook, 2020) je scenski prikaz koji se sastoji od verbalnih elemenata koje u velikoj meri prate neverbalni segmenti, zasnovani na improvizaciji pokreta i adaptiranih vežbi iz faze zagrevanja. Kako se celokupno društvo naglo susrelo sa redefinisanjem načina sveopšteg funkcionisanja, APSG je u tome prepoznao priliku da ovom pandemijskom

pozorišnom projektu priđe novim pristupom, a to je rekonstrukcija već postojećeg gotovog performansa. U pitanju je komad *Ja sam Ja*, koji je autorka rada zajedno sa doc. dr Marinom Petrović Jilih pripremala sa studentima u okviru predmeta *Organizacija savremene nastave nemačkog jezika* na master studijama germanistike za potrebe ispita, a koji je premijerno izveden u februaru 2020. godine. Kako rekonstrukcija označava izgradnju nečeg iznova (Klajn, Šipka, 2006: 1052), a ne stvarati od nule, učinilo se izazovnim pozabaviti se već gotovim komadom i ponovo izgraditi scenski prikaz na osnovu već postojećeg, samo sa drugim akterima. Kako se komad zasniva na Handkeovom književnom tekstu *Levoruka žena*, prigodno je bilo u doba epidemije pozabaviti se temom izolacije i preispitivanjem identiteta pojedinca.

#### Kratak opis scenskog prikaza:

Handkeov tekst u središte stavlja figuru Marijane koja se suočava sa preispitivanjem sopstvenog identiteta preko analize društvenih ustaljenih mehanizama koji joj nameću ulogu tradicionalne žene koju ona želi da redefiniše. Tako se problematizuje uloga nje kao majke, domaćice, žene kao seksualno oslobođenog bića, poslovne žene i naposljetku njenog prihvatanja svake od pojedinačnih uloga, što od nje stvara celovito biće. Prihvatanjem svih dodeljenih uloga, oslobađanjem od društvenih normi i njihovom rekontekstualizacijom, Marijana postaje oslobođena žena. Preko lika Marijane, koja se redefinisanjem nametnutih društvenih pozicija na izvestan način postavlja u samoizolaciju jer bira da promišlja o sebi drugačije od postojećeg normativa i postaje neshvaćena, glumci se suočavaju sa pojmom izolacije i samoizolacije, koji se u ovom slučaju ne primenjuju u epidemiološkom smislu na koji su već navikli, već se izolacija kao pojam rekonstruiše i primenjuje u datom književno-fenomenološkom kontekstu. Na ovaj način, glumci su podstaknuti na rekonstrukciju učestalog pojma, koji se prema rečima glumaca tokom jedne od diskusija, preoblikovao u reč sa negativnom konotacijom. Pristupom iz drugog ugla i drugačije perspektive, glumci se suočavaju sa širim značenjem pojma izolacije, koji zatim povezuju i sa situacijama u stvarnom životu i pozitivnim kontekstima.

Karakteristike:

Primenom naučenih alata i tehnikama pozorišno-pedagoške igre, glumci su konstruisali (ne)verbalni scenski prikaz prema fazama modela SAFARI. Tako je kao prvi korak u izboru materijala za rad bilo susretanje sa tekstom i čitanje *Levoruke žene*, a zatim se kroz fazu zagrevanja i već poznatih i najčešće sprovedenih pozorišno-pedagoških vežbi konstruisao kostur scenskog prikaza. U fazi Figure su rekonstruisali lik Marijane, tako što su procenili da je najbolje prikazati svaku od njenih uloga, tako da je od jedne Marijane napravljeno pet uloga, pri čemu se dodala i uloga društva koje se u tekstu prožima, ali se nigde eksplicitno ne ističe kao posebni lik. Zadaci improvizacije su bili identični kao i kod grupe masteranata, tako da je razumljivo što je inscenacija bila praktično ista i u izvođenju APSG-a. Refleksija se zasnivala na kontinuiranoj diskusiji o književnom tekstu, njegovoj analizi i interpretaciji fenomena koji se u njemu ističu, ali u velikoj meri sa paralelama trenutne situacije u čitavom svetu. Refleksija je pratila celokupni pozorišno-pedagoški proces, ali je na kraju bila krunisana diskusijom sa publikom koja čini posebnu problematiku u ovoj vrsti pozorišno-pedagoškog pristupa.

Jezik komada je bio nemački, uprkos većinskim govornicima srpskog jezika u publici. Međutim, u diskusiji se ustanovilo da publika nije imala problema sa razumevanjem tematike, jer su neverbalni elementi verno dočarali radnju scenskog prikaza. Komad je trajao 30 minuta, dok je isto toliko vremena trajala diskusija sa publikom, koju je interaktivno sprovedo šestoro glumaca, autorka rada kao voditeljka projekta, studentkinja koja je upravljala tehničkom podrškom i organizatorica tehničke podrške iz Studentskog kulturnog centra Kragujevac, Ana Štrbac.

Scenografija:

Scenski prikaz se odigrao u Art galeriji na maloj sceni Studentskog kulturnog centra u Kragujevcu, te su članovi APSG-a zajednički odlučili da će i scenografija i kostimografija biti minimalna. Razlog tome jeste skretanje pažnje isključivo na samu radnju i tematiku komada. Učesnici nisu želeli da bilo kakvom scenografijom ili raskošnom kostimografijom remete pažnju i koncentraciju publike koja većinski ne razume nemački

jezik. Zato su se glumci fokusirali na jasnoću i preciznost pokreta. Nosili su crne helanke i bele majice na kojima su samostalno iscrtali siluete žene u različitim ulogama, koje je trebalo odmah na početku da nagoveste publici radnju komada. S obzirom na kretanje glumaca po čitavom prostoru i ulaženje u prostor publike, gledaoci su imali priliku da izbliza pogledaju majice glumaca. Pored toga, bitnu ulogu su igrale zaštitne maske koje su glumci nosili i čiji značaj je bio dvojak. Naime, glumci su pre svega vodili računa o merama predostrožnosti i poštovanju svih propisanih preporuka u cilju zaštite od virusa korona, tako da su i tokom izvođenja scenskog prikaza nosili maske. Skidali su ih u trenucima kada su govorili ključne rečenice svojih figura. U tim trenucima su najčešće bili relativno izolovani od ostalih glumaca. Kako se na osnovu književnog teksta problematizovao pojam socijalne izolacije i samoizolacije, članovi APSG-a su smatrali da je i više nego podobno da nose maske, koje bi simbolizovale tišinu i ćutanje, nemoć u borbi prava za sebe i sopstvene želje. Stoga su momenti skidanja maski predstavljali izvesni vid modifikovanja i transformacije lika Marijane, jer je uklanjanje maske sa usta i nosa značilo da se lik Marijane izborio za sebe, rekonstruisao svoje funkcije u društvu i prekinuo sa izolacijom. Glumci su tako povezali sopstvenu stvarnost sa književnom interpretacijom.

Priprema:

Kreativna distanca, najavljena u prvom talasu epidemije, završila se krajem avgusta, početkom septembra 2020. godine, kada su održane najpre online radionice, prema SAFARI modelu, da bi se u skladu sa popuštanjem epidemioloških mera zbog (pri)vidne stabilizaciji pandemije u Srbiji, rad na scenskom prikazu nastavio uživo, ali pod izmenjenim okolnostima od uobičajenih.

Online radionice: Andevski i Arsenijević (2014: 693) ukazuju na činjenicu da digitalni način rada i digitalna tehnologija sama po sebi ne predstavljaju samo jedan od drugačijih vidova odvijanja nastavnog procesa, već da poseduju određene „antonimije koje nameću reorganizaciju rada“ (ebd). U svetu pozorišta i pozorišne igre bilo je neminovno podleći reorganizaciji, ali tako da se suštinska vrednost pozorišta i njegova osnovna funkcija ne izgube. Takođe, bilo je izazovno napraviti granicu između



filma i nasnimljenih delova neophodnih za potrebe predstave, tako da se virtuelni rad APSG-a zasnivao isključivo na pozorišnim vežbama, bez upotrebe unapred snimljenog video zapisa. Korišćene su *Skype*, *Google Meet* i *Viber* platforme, jer integrišu više alata za različite oblike komunikacije i međusobne saradnje. Takođe, uključeni su i telefonski pozivi za potrebe individualnih proba. Prva faza, u vidu upoznavanja sa književnim predloškom, analize, interpretacije i diskusije o knjizi, kao i delimična konstrukcija likova, sprovedena je online. Faza zagrevanja ispoštovana je prilikom svakog susreta na samom početku, kako i inače počinju radionice kada se održavaju uživo. Prednosti u online realizaciji radionica pozorišne pedagogije se ogleda u fleksibilnosti mesta i vremena susreta. Svako od učesnika se nalazi u udobnom prostoru u kome ima dobar protok interneta, stabilnu konekciju i računar sa kojeg prati i učestvuje u vežbama. Takođe, u radu sa studentima je izuzetno zahvalno ove faze sprovoditi online, s obzirom da je pozorišno-pedagoški rad ograničen na vreme kada su studenti u gradu u kom studiraju. To znači da preko leta, jednog dela zime (što zbog praznika, što zbog ispitnog roka), jednog dela proleća kada su ispitni rokovi, studenti nisu u mogućnosti da se posvete pozorišnim radionicama. Zbog online režima rada, studentima je pružena prilika da čak i u ovim mesecima budu deo pozorišnog stvaralaštva, što je umnogome doprinelo da se ovaj projekat uopšte i realizuje. Sa druge strane, ne manjkaju ni nedostaci. Povremeni gubitak internet veze, nemogućnost sinhronizacije u svakom trenutku, mali ekran računara, uslovljavaju da pozorišni rad na online način mnogo gubi na svojoj esenciji. Spontane reakcije na akcije drugih glumaca, dodir, facijalne ekspresije, pa samim tim i emocije su nešto što se izgubi kroz objektiv kamere. U samim počecima se primetilo da neposredni kontakt svima najviše nedostaje, te i da je učesnicima bilo potrebno dosta vremena da se naviknu na uskraćenost socijalnih momenata susreta i blizine. To je bila jedna od očekivanih poteškoća i ograničenja sa kojima su se glumci najviše susreli u digitalnom pozorištu, što je, sa druge strane pak, uslovljavalo da napreduju u sticanju i razvijanju znanja o digitalnom kreativnom procesu.

Uživo radionice:

Usled pogodnih vremenskih uslova, uživo radionice je bilo moguće sprovesti, ali na otvorenom prostoru u kragujevačkom Velikom parku, uz poštovanje propisanih mera međusobne udaljenosti, a kada je to bilo nemoguće, glumci su nosili maske. Nakon prvog susreta su samoinicijativno počeli da nose maske jer su želeli da se sažive sa delom kostima koji igra važnu ulogu u samom komadu. S obzirom na to da online radionice iziskuju potpuno drugačije dizajniranje pozorišno-pedagoškog procesa, studenti nisu imali poteškoća u privikavanju na rad uživo, jer takav način za njih predstavljao poznati teren, na koji je, prema njihovim rečima, bilo sjajno vratiti se. Rad na projektu, online i uživo, trajao je oko 40-ak dana, uz kombinovanje virtuelnog i uživo prostora za rad. Na taj način su učesnici na projektu imali priliku da se susretnu, u isto vreme sa mnogim ograničenjima, koja im u isto vreme pružaju i izvesnu slobodu.

Način izvođenja:

Učesnici se u ovom projektu prvi put suočavaju sa pandemijskim uslovima rada, tj. redukovanim uslovima u pozorišnom stvaralaštvu, te uče kako ovladati različitim medijima, kako bi bilo moguće realizovanje scenskog prikaza. Scenski prikaz je izveden u zatvorenom prostoru pred limitiranim brojem publike, ali je omogućen i live prenos putem virtuelnih medija. Nakon izvedbe, izvršeno je refleksija scenskog prikaza zajedno sa publikom, koja je predstavu pratila i uživo i virtuelno.

Prostor izvođenja predstave bio je podeljen na deo publike koja je na licu mesta pratila glumce, dok je drugom delu publike omogućeno da komad prati virtuelno preko Facebook live stream-a i da u diskusiji na kraju učestvuju pisanjem komentara i slanjem emotikona. U razgovorima sa gledaocima nakon scenskog prikaza, došlo se do zaključka da je virtuelni live prenos naštetio kompletnosti pozorišne aure. Naime, veći deo publike sa lica mesta je bio zainteresovan za diskusiju i razgovor, jer su delili prostor sa glumcima i tako im se osećali bližim. Sa druge strane, bilo je onih članova publike koji su imali želju, ali se nisu usudili da komentarišu i iskazuju svoje mišljenje upravo zbog prenosa uživo, jer bi na taj način njihove rečenice ostale zabeležene. To je stvorilo osećaj nelagodnosti

u njima, te su odlučili da se izopšte u potpunosti iz diskusije i ostanu samo pasivni posmatrači. Prednost prenošenja uživo se ogleda opet u prostornoj udaljenosti, jer su sada scenski prikaz mogli da gledaju i gledaoci u Srbiji, ali i u inostranstvu. Međutim, oni su takođe suočili sa izvesnim poteškoćama. Prenos audio-vizuelnog zapisa nije verodostojan trenutku uživo, jer dolazi do kratkih zamrzavanja slike, ubrzanja ili kočenja zvuka. S obzirom na statičnost kamere i neprestano kretanje glumaca po čitavom prostoru, kamera nije mogla da hvata sve kadrove, tako da su online gledaoci ostali uskraćeni za neke scenske uglove koji snimanjem nisu bili pokriveni.

Ovako hibridni kompleksni način insceniranja ruši svaku prostornu granicu i rekonstruiše čak i prostor održavanja scenskog prikaza, jer glumci ulaze u fizički prostor publike, publika zatim kroz diskusiju stupa u prostor samog insceniranja, pri čemu se sva dešavanja na licu mesta virtuelno prenose i na velike prostorne udaljenosti.

Ishodi:

Projekat se odlikuje dvostrukom fazom – fazom fizičke prisutnosti i fazom virtuelne prisutnosti, usled kojih su se članovi APSG-a suočili sa izvesnim prednostima, ali istovremeno i ograničenjima. Studenti su imali priliku da steknu drugačije iskustvo u pozorišnom stvaralaštvu, osnažili se da budu angažovani akteri u stvaranju estetsko-kulturološke prakse u izazovnim vremenima, a ne pasivni posmatrači. Pružanjem mogućnosti da učestvuju u stvaranju novog pristupa u pozorišno-pedagoškoj praksi, odgovoreno je pozitivno na potrebe studenata, a njihovom akcijom na potrebe pozorišne publike.

U saradnji sa SKC-om Kragujevac i kolegicom Anom Štrbac, nakon izvođenja ovog projekta dogovoren je i webinar pod nazivom Teatar u doba korone. Izazovi, u kojem je pored još dva govornika, učestvovala i autorka rada i govorila o izazovima u pozorišnom stvaralaštvu iz ugla amaterizma na visokoškolskim institucijama (SKC, 2020).

### **Ostati zajedno**

*Ostati zajedno* (Youtube, 2021) je internacionalni pozorišni projekat pozorišta improvizacije na nemačkom jeziku, koji je finansiran i podržan

od strane Kulturne fondacije Podunavskih Švaba pokrajne Baden-Virtemberg u Nemačkoj. U projektu su učestvovali studenti germanistike osnovnih studija iz Kragujevca, Novog Sada, Rijeke, i Zagreba, kao i studenti pedagoških fakulteta Univerziteta Babež Boljaji u Klužu (Rumunija) i Univerziteta u Ludvigsburgu (Nemačka), a projekat su vodile nemačke glumice, spicijalizovane za pozorište improvizacije Aleksandra Vinterfeld (Alexandra Winterfeldt) i Beate Šenveter (Beate Schönwetter).

Opis i karakteristike projekta:

U projektu *Ostati zajedno* (nem. Zusammenbleiben), polaznu tačku su predstavljale metode pozorišta improvizacije Kita Džonstona (Keith Johnstone). Kao pozorišni pedagog i nastavnik po svom inicijalnom zanimanju, Džonston je prepoznao neadekvatne mehanizme i loše prakse koje se primenjuju u nastavnom procesu, te je pokušao da ih promeni implementiranjem metoda pozorišta improvizacije u samu nastavu i to sa ciljem da podstakne spontanost kod učenika (Bidlo, 2006, 104). Kopas Vukašinić ističe da kvalitet nastavnika u radu sa decom i dečja spontanost u izrazu i podsticajna okolina umnogome utiču na pozitivni razvoj deteta i njegovih odnosa prema sebi samom i okolini (Kopas Vukašinić, 2021: 85). Izrečeno se može primeniti i na rad sa mladima, tačnije sa studentima, jer je izbor metodologije u vidu pozorišta improvizacije za potrebe ovog projekta bio odličan izbor. Nakon višemesečne online nastave, studenti iz Kragujevca su se početkom nove akademske godine u oktobru 2020. godine vratili u studentske klupe, što im je pričinilo veliko zadovoljstvo. Međutim, zbog pogoršanja epidemiološke situacije u Srbiji, nadležni organi su bili prinuđeni da nastavu vrata na online režim, što je dodatno uticalo na pad motivacije i samopouzdanje studenata. Članovi APSG-a su zbog toga projekat *Ostati zajedno* okarakterisali kao mogućnost da ponovo izraze svoju kreativnost. Projekat je trajao od početka aprila 2021. do kraja juna 2021. godine i u toku trajanja projekta, susreti su se održavali u virtuelnom prostoru preko Zoom platforme, jednom nedeljno u trajanju od jednog sata.

Učesnici na projektu su ovladali ne samo tehnikama pozorišta improvizacije, već su imali prilike da u periodu socijalne izolacije intereaguju

na jeziku koji studiraju sa svojim vršnjacima iz drugih gradova u zemlji i inostranstvu. Razmenom iskustava, mišljenja i kreativnosti sa kolegama iz regiona i šire, učesnicima je pružena mogućnost da dobiju objektivniji pristup trenutnoj situaciji u zemlji i svetu.

Pored studenata, u projektu su kao učesnici akteri bili i asistenti i profesori sa pomenutih fakulteta, pa tako iz Novog Sada asistentkinja Biljana Kovač, iz Zagreba lektorka Ivana Bašić, iz Kluža prof. dr Mirona Stanesku, iz Kragujevca autorka rada, dok su studenti iz Rijeke i Ludvigsburga na projektu učestvovali bez nastavnika. Ovo je takođe bilo od velikog značaja, jer je i nastavnicima pružena mogućnost za usavršavanjem, ali i za izvesnom vrstom susreta stručnjaka koji unazad godinama vrlo uspešno saraduju.

#### Način izvođenja:

Projektu se pristupalo sa Zoom platforme, što je omogućilo dosta raznovrsniji rad u odnosu na online platforme sa kojima je APSG radio. Korišćenjem različitih alata na Zoom-u, voditeljke radionica su uspele da u izvesnoj meri stvore privid pozorišne scene, tako što bi uklanjanjem vidljivosti svih učesnika, zatim neočekivano i spontano „ubacivale na scenu“ učesnike u parovima ili grupno i zadavale zadatke. Kontrolnim dugmetom su upravljale samo one, ne i ostali učesnici, tako da su preko alata uspele da preuzmu potpunu odgovornost kao moderatorke, kao da su se radionice sprovodile uživo. Učešćem u projektu se potvrdila teza o značaju uspešne uloge facilitatora, jer su voditeljke radionica stvorile takvu atmosferu da je za neke učesnike projekat *Ostati zajedno* bio najsigurnije mesto u tom periodu pandemije.

Kao i u projektu (re)konstruisano Ja, nedostatak u ovakvom izvođenju pozorišnih radionica se najviše ogleda u ograničenju ličnog kontakta i nemogućnosti adekvatnog realizovanja pojedinih vežbi kada je potrebna brza, spontana reakcija. Usled fizičke distance i objektiva kamere kao posrednika, učesnici su se teže odlučivali na spontane reakcije. Pored toga, tehničke smetnje u vidu prekida internet konekcije, loše kamere na računaru i sl. nije se mogao kontinuirano oživeti esencijalni pozorišni duh. Uprkos tome, projekat se može okarakterisati kao izuzetno uspešan, jer su radionice u protoku vremena i nakon perioda privikavanja na virtuelnu scenu,

sve više poprimale oblik radionica uživo. Kreativna domišljatost voditeljki radionica otvorila je potpuno nova vrata u adaptiranju vežbi improvizacija za njenu online primenu.

Posle dugog promatranja, voditeljke su odlučile da završni projekat bude u obliku videa utranju od oko 49 min, koji bi prikazao najupečatljivije momente tokom čitavog procesa. U to spadaju najuspelije, najsmešnije, nejneuspelije, spontane i emotivne scene, koje su pratile razvoj učesnika kroz celokupan projekat. Video je premijerno prikazan 28.06.2021. i putem linka je bilo moguće pratiti premijeru na sajtu [www.klubbekanntschaften.de](http://www.klubbekanntschaften.de).

#### Ishodi:

Pored svih već navedenih ishoda u vidu pozitivnog iskustva u online primeni pozorišnim improvizacije, učesnici projekta su imali priliku da u periodu socijalne izolacije učestvuju u međunarodnim aktivnostima, kao i da govore na jeziku koji studiraju sa maternjem govornicima i kolegama sa drugih fakulteta. Takođe, pored audio-vizuelnog zapisa, učesnici su tokom trajanja radionica pozorišta improvizacija iznedrili i zbirku pesama pod istoimenim nazivom projekta, koja je zatim i publikovana u Nemačkoj. Projekat *Ostati zajedno* se takođe može uzeti kao primer dobre prakse i izrazito kompetentnog liderstva u upravljaju online projektom.

#### Zaključak

Potreba za primenom digitalne tehnologije je zbog epidemiološke situacije izazvane virusom korona usledila naglo, bez najave i bez pripreme društva da u samom početku krize odgovore pozitivno na zahteve izolovanog društva. Tako izmenjena stvarnost rezultovala je mnogobrojnim ograničenjima, a ponajviše u umetničkim oblastima. Zajedničkim naporima, visprenošću i odvažnošću, umetnost je nastavila da živi, ali u redefinisanim i adaptiranim oblicima. Bilo da se radi o profesionalnim ili amaterskim pozorištima, pozorištima za najmlađe ili najstarije, ljude sa hendikepom, pozorište je u koroni iznašlo način da opstane i funkcioniše. Pozorište se nije predalo. Niti u institucionalizovanim profesionalnim, naučnim, a čak ni u nastavnim i vannastavnim okvirima. Ovaj rad je ot-

vorio prostor za refleksiju o pozorišnim projektima u radu sa amaterima na visokoškolskom nivou obrazovanja u online formatu i pokazao na koji način i u kojoj meri, pozorište i njene primenjene metodologije osnažuju pojedinca i grupe da se kroz pozorišnu igru suoče sa izazovnim vremenima.

#### Reference:

- Andevski, M. & Arsenijević, J. (2014). Medijska participativna kultura kao pravac upravljanja razvojem obrazovanja. U V. Milisavljević (ur), *Nauka i globalizacija* (str. 693-709). Pale: Filozofski fakultet Univerziteta u Istočnom Sarajevu.
- Arsenijević J., Mađarev M., Markov Z., Šapić R., Planjanin Simić K. (2021). *Kvalitet i efektivnost online nastave u visokom obrazovanju u vreme pandemije COVID-19*, Kikinda: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača.
- Bidlo, T. (2006). *Theaterpädagogik. Einführung, Essen*: Oldib Verlag Oliver.
- Czerny, G. (2007). *Ein Ausbildungskonzept im Horizont personaler, ästhetischer und sozialer Dimension*, (5. Aufl.), Augsburg: Wißner-Verlag
- Danilović M. (2011). Nastavnik kao uzor, model, idol, ideal, simbol, vrednost, tj. mera, savršenog i svestranog obrazovanog čoveka, Tehnologija, informatika i obrazovanje za društvo učenja i znanja, 6. Međunarodni simpozijum.
- Deutsche Welle (2021). *Wie Theater Corona überstehen*. Bonn: Deutsche Welle. Preuzeto sa: <https://www.dw.com/de/lockdown-theater-corona-pandemie/a-56391077>
- Gojić, J. (2017). Metode pozorišne pedagogije u obrazovanju nastavnika, *Lipar*, 64, 191-204. <https://drive.google.com/file/d/1IiKeWs-8Je2ksPFekKfWLENgemQtFEUt/view>
- Huang, R., Liu, et al. (2020). *Guidance on Open Educational Practices during School Closures: Utilizing OER under COVID-19 Pandemic in line with UNESCO OER Recommendation*. Beijing: Smart Learning Institute of Beijing Normal University. [\[tices-during-School-Closures-English-Version-V1\\\_0.pdf\]\(#\)](https://iite.unesco.org/wp-content/uploads/2020/05/Guidance-on-OpenEducational-Prac-</a></li></ul></div><div data-bbox=)

- Klajn, I., Šipka, M. (2006). *Veliki rečnik stranih reči izraza*, Novi Sad: Prometej.
- Kopas Vukašinić, K. (2021): *Kontrola ponašanja dece i mladih: Prevencija ilili mogućnost vaspitnog delovanja*, Jagodina: Fakultet pedagoških nauka.
- Petrić Maršić, M., Novak, S., Skelin, M., Vrgić Krvavica, R. (2020). *Psihološki aspekti online nastave*, Split: Obrtna tehnička škola.
- Petrović Jilih, M. (2016). *Svi smo bili tekst...* Kragujevac: Filološko-umetnički fakultet. Studentski kulturni centar Kragujevac (2020). *Teatar u doba korone. Izazovi*. Webinar. <https://skckg.com/webinar-teatar-u-doba-korone-sansa-ili-izazov-21-12-2020/>
- Šijaković, I. & Vilić, D. (2010). *Sociologija savremenog društva*, Banja Luka: Ekonomski fakultet.
- Facebook (2020): Scenski prikaz *(re)konstruisano Ja*. <https://www.facebook.com/skckg/videos/259661188723107>
- Youtube (2021): *Internationales Theaterprojekt „Zusammenbleiben“* <https://www.youtube.com/watch?v=rwwmLBHqNtU&amp;t=490s>

# NEW APPROACHES TO AMATEUR THEATER DURING THE COVID-19 PANDEMIC

— Jelena Đ. Gojić

The paper aims to present theater projects created during the corona virus pandemic, in which members of the Students' Academic Theater of German language and literature of the Faculty of Philology and Arts of the University of Kragujevac participated. The subject of the paper is to point out the problems that this theatre faces during the pandemic, but it also shows new perspectives and possibilities for the realization of theatrical performances. The approach to theatre plays of this amateur student group is based on the methodology of theater pedagogy, discipline with which students, according to the nature of their studies, get acquainted exclusively from German-speaking areas. Between pedagogy and theater, theater pedagogy has a methodological and didactic basis, so the emphasis during the theater- pedagogical workshops is not placed exclusively on the final product but on the individual, social and aesthetic developmental processes that students go through. In this way, students work on forming a theatrical event, but at the same time they improve different skills and competencies. Therefore, the paper will present the following projects: „(re) constructed Self“ (ger. „(re)konstruiertes Ich“), a (non)verbal performance based on the multiplication of space, which is divided into live and virtual. Participants in this project are facing pandemic working conditions for the first time, so they learn how to use and master the different kind of media, so in the end they could be able to create a theatrical performance in these new conditions. The performance was performed indoors in front of a limited number of audiences, but live streaming via virtual media was also enabled. After the performance, the evaluation of the audience that followed the play live and virtually was committed. In addition to that, the participation and evaluation of the international project of improvised

theater in German called „Staying together“ (germ. „Zusammenbleiben“) will be presented, whose process and product is fully implemented online through the Zoom platform and in the end will be presented the another performance based on improvisation, but this time is all about moves based on improvisation. At the same time, this performance represents an originally developed methodology within the Students' Academic Theater of German language and literature.

**Keywords:** theater pedagogy, amateur theater, improvisation of methodology, corona, performance



# CRISIS AS A CHALLENGE IN THE CREATION OF INNOVATIVE THEATER PROGRAMMES

— Maja Ristić

“I believe that theater and literature and art have the ability to surpass every circumstance. Something is happening, something rather paradoxical – the worse and harder the circumstance, the better and stronger the art.”

— Ljubomir Simović

## Introduction

The Corona virus pandemic has affected the work of theater as an art alive, a multidisciplinary, multidimensional art which is created on the interaction between actors and the audience. In order for the citizens to be protected from the transmission of the virus, theater halls were closed and occasionally opened, depending on the progress and strength of the pandemic. As never before, the artists, theater theorists, directors of theater institutions, posed the question of the survival of performing arts and the blossom of future, hybrid forms of art (Ristić 2020: 10), virtual theater, and the more and more frequent performances on the streets, squares and other open spaces. Will the theater plays be performed with the help of digital platforms, is it possible for theater to survive the crisis if there is a screen – the mediator between the play and the audience, are some of the questions posed by the public. A problem which has been widely discussed in the occurring emergences is related to the question how a crisis can be a challenge towards searching for different production models of theater. Crises are the inevitable within a civilization – the position of artists, the quality of life will be dependent upon the social community's ability to obtain the best of the situation and to use all possible resources.

The crisis can stimulate the development and appeal to organizations and managers to change weak foreign organizations and to intensify the creativity in decision-making. Nonetheless, the changes are possible only if their participants are not afraid of the unpredictable and if they do not receive some kind of gain from the old patterns of behavior. It is hard to change oneself and to change the already-existing course of thinking, decision-making and problem-solving, however it is the only way to solve the crisis which either makes our existence harder or it endangers it.

“Nowadays, the human knowledge is being multiplied very quickly, and man's power upon nature seems to be limitless. However, a modern man, still today lives, in the words of Ulrich Beck in the society of risk, obsessively concerned for his or her future and it is very sensitive to the slightest sign of his or her jeopardize. The illusion of invulnerability of the great and the powerful was practically shattered on September 11 th 2001, when it was proven that the change and the power with itself bears new possibilities for the occurrence of the catastrophic events (Đukić 2017: 335). Contemporary understanding of the term crisis comes from medicine. The crisis is defined as a state dangerous for human health due to the fact that getting through a crisis is slow and hard, defense mechanisms weaken, hence, it is necessary to help an organism in order to overcome a hard situation. The humanities borrowed the term of crisis from medicine literature in order to describe hard conditions in economy, politics, cultural systems, social plan. In other words, in all spheres of a community's public life. The terms similar to the one of crisis are an accident, incident, emergency and situation. Psychophysical health and behavior and opinion of an individual are endangered due to the exposure to critical circumstances and losses. Long-term exposure to the adverse events and losing of jobs, beloved person, basic existential needs leads to the decrease of human mental and physical health which directly affects their efficacy and, hence, health and prosperity of the whole society.

The political and social changes which occurred after the fall of the Berlin Wall turned the world into an unsafe place for living, while the traumas caused by long-term crises lead to the discontinuity in the rational thinking of achievements and constructive relation towards an individual and institutions. Theater institutions in the last twenty years have been in the constant crisis of *the discursive images* (Klajić). Even though the dominant form of theater institutions is still the subvented, repertoire theater, theater festivals, commercial theater, performance within various untraditional, *site-specific* spaces, as well as small theaters financed by local communities are occurring and becoming more dominant on the artistic market. In the constant search for new forms of financing, the theaters are starting to “unite”, travel, increasingly often working in the “condi-

tions” of co-production. “Besides the stabilizing effect of the subventions all over Europe throughout the whole XX century, intellectuals, critics, and cultural analysts had often described the theater as an artistic form in crisis. That diagnosis was related to the organizational model and aesthetic impasse caused by the promotion of the theater as an activity for filling in the free time, but also the rejection by the audience to grow according to the theater's expectations” (Klajić 2016: 21). The theater founders, politicians and civil servants have always tried to justify themselves by the lack of finances which would be invested in the work of theater, nonetheless, in the other hand, the theaters, especially the national ones, are the basis of national culture and the place of a successful spreading of propaganda and promotion of authorities. In that sense, the crisis has become the constant discourse, the term which covers the powerlessness to advance working in theater, to invest in the development of the ensembles, repertoires, diverse artistic expressions, technical equipment of the stage, infrastructure which would make the communication between theater and space predicted for the audience better. Investing in media that bring profit, popularity to actors, public figures, musicians, pop stars, as well as investing in facilities where entertainment products are promoted, all along “sweeping” under the carpet the appearance and consequences of the crisis, while the theater increasingly uses the aesthetics and production forms of commercial theaters. Considering aforementioned, main aim of the paper is to present and analyze the means of institutional theater's work in Serbia during the Corona virus pandemic in the context of researching management in crisis. The hypothesis refers to the notion that social, medical, personnel or material crisis provides space for finding new solutions in managing the theater and searching for new performing practices. The health crisis threatens the life of humanity, and the crisis caused by the Corona virus pandemic has prevented the basic human need for communication. It seems that this crisis is far more complex and dangerous than the economic, programmatic, political crisis of interpersonal relations in an organization. All of the aforementioned problems will be discussed in this paper.

## Theoretical Framework – The Crisis as the Constant

Unfortunately, in every epoch war crisis, the occurrence of sudden natural disasters, crises in the economy, health and education can be noted. A crisis can also be a powerful stimulus for changing the already-existing circumstances in which a civilization, and a culture within it, develops. “The word crisis nowadays is probably one of the most frequently used words in everyday speech. It is used while describing personal, private story, or a private situation, however more frequently it is used for the description of a state, bearing potentially negative consequences, in which society as a whole or some organizations and systems have found themselves. Etymologically, the word crisis comes from the Greek language. In ancient Greece, the word crisis meant *a judgment* or a decision, namely, a crucial moment a further positive and negative development is dependent upon” (Đukić 2017: 335). A crisis can be defined as a current sudden state of risk and danger, which puts us in a state of readiness, forces us to take action which will bring positive or negative results. The following terms are used to explain the concept of crisis, especially in English:

- an event which was unpredictable;
- an accident that signifies a mishap caused by a human factor, including technology, which goes beyond the framework of the technical-technological existence in which it occurred;
- a state of emergency, meaning any event that can cause severe consequences for humanity, death, injuries, changes in the environment and disruptions in the normal functioning of society;
- a disaster signifies an accident caused by natural factors.

“Paul Hart states that the modern definition of crisis includes an unpleasant event and a challenge for decision makers, it tempts them to act in conditions of great distress and unpreparedness” (Đukić 2017: 323). Decision-making in times of crisis makes the leader, as a decision-maker in the theater, think under pressure bearing in mind only the idea to establish continuity in the work of the theater, as well as the preservation of the property, the building and the ensemble, and the technical and operational teams. The crisis is simultaneously a threat, a challenge and a

state of readiness and action, with the purpose of overcoming problems or surviving in difficult and extraordinary circumstances. “In the search for objective definitions of the crisis, there were attempts to conceptualize it as a period of discontinuity that unfolds according to an established pattern. It represents a change - sudden or gradual – which with itself bears a serious problem that needs to be solved immediately” (Đukić 2017: 323). When it comes to the ordinary work of organization, the crisis leads to discontinuity, problems in the normal functioning of the ensemble, which is in panic and fear for its life, work, bare survival.

A crisis occurs when key values (safety, security, health, integrity, justice, wealth, production) or the survival of the community are threatened. The greater the extent of the threat, the deeper the crisis. The crisis represents a serious threat and causes insecurity in all segments of existence, the survival of civilization as well as culture and theater. Despite the fact that the concept of crisis can be observed as a threatening one, we can look at this phenomenon from the perspective of the future. Provided that we do so, the crisis can also have good outcomes because it contains new ideas and the usage of all available community resources, including public institutions – theaters. “Even though the terms stress, trauma and crisis are often used as synonyms, there are more specific terms. The most tempting starting point seems to be the notion according to which stress is defined as a process that includes the components of a specific event or situation in the external environment, evaluation of the event, and changes in the psychological and physiological functions of a person (Davidson/Davidson 1993; Shalev/Šalev, 2007). A stressor, a stressful event or a stressful situation is most often defined as a single, new or prolonged pressure on a person that requires an increased effort to overcome the situation and to adapt to it. According to the source, stressors are divided into physical and socio-cultural, and according to their duration into short-term and long-term, continuous or unanticipated or expected, acute or chronic. “Most definitions define stress as a stimulus or as a reaction. Stimulus-oriented definitions focus on events in the environment with assuming that certain situations are expectedly stressful for everyone or for the majority of people, but they do not take into consideration individual differences in the

evaluation of those events. Psychological stress is a relationship between a person and the environment that a person evaluates as challenging or as a relationship that exceeds his or her capabilities and threatens his or her well-being. The most acceptable division of stressors implies a combination of the dimension of duration and intensity, and includes: A traumatic event; a life event, stress related to the social role and daily microstressors” (Hadžić 2019: 19). Long-term exposure to stress leads to the trauma of an intense emotional and physical reaction to an event which we consider to be threatening. A traumatic event implies a sudden negative event that threatens a person's safety and security. While the reaction and experience of stress may depend on the individual's resilience to disturbing events, trauma is difficult to avoid and plan, which makes it more “dangerous”. It can be concluded that today's world is in constant process of changing and that wars, natural disasters, health crises like the crisis caused by the Corona virus are sudden and intense situations that disrupt and weaken the resilience of person and his or her basic needs - the need for survival and well-being. Crises disrupt the positive view on the achievements of mankind and the world, thereby disrupting the optimal course of life for individuals and society. In an organization, stressful and traumatic experiences can occur due to short deadlines for the completion of work, psychological pressure, mobbing, dismissal, illness of an employee, but also the illness of a colleague. Considering that in every organization there exists a dynamic of relationships and the time given to complete the work, all changes, bad relationships and neglect of the employee's diversity an (un-)intentional limiting of his or her potential, can lead to a serious crisis in the functioning of the organization, as well as to problems in psychophysical health of an individual. It seems to be worrying that “stressful situations and the subjective experience of stress change the behavior of a person who becomes irritable, aggressive, reacts intensely and cannot bear frustration” (Ristić 2020: 127). Mobbing as a form of communication which includes belittling and insulting an individual in the organization as its goal, in modern organizations creates the negative, often destructive and conflict-oriented work atmosphere. Although mobbing as a form of verbal violence benefits to the person who uses it in order to obtain positions,

money, job, popularity in the collective or in order to become a leader, long-term mobbing leads to ethical problems in the organization that reflect on the internal structure and dynamics, but also to its position in the public. Long-term exposure to mobbing leads to a burnout of an employee who, due to constant insults and belittling, experiences a personal crisis, his or her confidence and self-esteem reduce, he or she is constantly under stress until they are forced to leave the organization.

Some of the consequences caused by the crisis include redistribution of roles, tasks and activities to be completed. “In the management of the company, it must be taken into account that it, as an open business system, is bilaterally connected to the environment, that it obtains the necessary inputs and delivers outputs including the added value.

There are two main streams of activity: the logistic stream, which deals with the conversion of input into output, and the management subsystem, which deals with the guidance and control of business activity. (Milisavljević 2017:21) Although planning is necessary for normal functioning in every theater, it is impossible to plan every step and segment of management, as well as all phases of the production of a theater play. There is no perfect organization and, hence, no perfect work plan. “With the breakthrough of a rational view of the world and the development of science, appeared the first efforts of people to describe, classify, understand, explain crises and create the most adequate ways to manage them. However, crisis management as a scientific-theoretical discipline and rationally-designed practice had only entered the historical scene significantly in the second half of the 20th century. The origin of the term crisis management can be found in the political sphere. In other words, it is claimed that the American president J.F. Kennedy first used the term during the Cuban Missile Crisis during 1962, when the conference of the USA and the USSR due to the installation of social missiles with nuclear warheads in Cuba brought the world to the brink of the third world war. In that manner did Kennedy describe the management of a serious emergency (Kešetović Ž, 2008: 73). Crises are inevitable, but with the development of crisis management, the awareness of crisis management is much greater. “Crisis management is a type of applied management, just like management in general, and it

does not represent an exact science, but rather practice, guided by theory” (Đukić 2017: 345). The application of crisis management in the process of managing a crisis situation means decision-making and action-taking in order to overcome the crisis as soon as possible, but also in order to prevent it as much as possible. “Crisis management includes organization, preparation, measures of resource allocation in order for crisis to be overcome. Mostly, it takes place in the conditions of an organizational chaos, under the pressure of numerous media in stressful circumstances and lack of precise information” (Kešetović 2008: 75). The characteristics of crisis management arise from the functions of management, with a special emphasis on the importance of leadership. “Crisis management activities are: mobility of personnel and resources for emergency interventions; warning the public and undertaking protective activities, care for the victims, damage assessment. Coordinating activities are considered to be a key function of crisis management” (Đukić 2017: 246).

The crisis caused by the Corona virus pandemic threatened the health of people of the entire planet, but it also caused an economic crisis, which affected all segments of life. Every crisis causes an unfavorable situation, while the economic crisis leads to recession and depression. “The period of recession is difficult for both employees and employers. In situations where the organization does not have major problems in its doing, that is, when it operates without any difficulties, the process of motivating employees is relatively simple. Nonetheless, with the appearance of recession and its negative impact on work and atmosphere, it is difficult for the organization’s top management to influence the increase employee’s motivation. Still, if employees work with enthusiasm, even in times of recession, it is possible for the organization to recover rather quickly. According to the authors Kropivšek, Jelačić, Grotelj there are four types of motivation which the managers should have influence on during the situation of crisis within an organization:

- Formation of new teams. Building teams is a big step towards the motivation that integrates all powers in the fight against the barriers that companies face;
- Conducting activities to increase team building skills and a team

approach to work can be one way of motivation:

- In the situations of crisis, a team-based approach to communication should be developed.
- Getting to know one another and communicating helps in overcoming barriers and keeping the team together in difficult times;
- Achievement emphasis – the next most commonly used method of motivation is emphasizing the big and small achievements of the team.
- The interaction with the management of the organization should be strengthened, in order to influence the achievement of optimal motivation in difficult moments for the organization.

In unpredictable crisis circumstances, either within a group or in an individual a feeling of panic can occur. It represents an extremely intense irrational fear that signals that the situation is dangerous to life, as well as that a person will be hurt. Panic reduces the process of rational and intellectual thinking and reaction. The behavior of an individual, but as well as of groups or masses that are involved in a threatening event (floods, earthquakes, wars) can endanger the life of the group, community and individual. Only one adequate, rational word from a leader, an authority who will provide a rational explanation to the group about the development of the situation, will calm the panic and enable a solution to the problem, with the decisions that are in favor of saving property, human lives. The gradual emergence of a crisis will not cause as much panic as when an unpleasant event comes gradually. In order to reduce the panic and manage it as much as possible, it is necessary that the leader manages the group, resources and situation. Panic also arises when a small number of people begin to cooperate and the dynamic of relationships in a group or institution is disrupted. “As Milena Dragičević-Šešić in a study titled *Management of Art in Turbulent Circumstance* emphasizes, activities of organization which do not come from planned and desired categories, result in unexpected consequences. This is characteristic of post-socialist countries that are forced to introduce a large number of systemic changes relatively quickly, without having time to simulate the changes and predict their consequences.” (Dragičević Šešić, Dragojević, 2005: 22). In order to overcome the crisis in public institu-



tions of culture and theater, significant financial investment, planning of new programs, resources, personnel who is adapted to the extraordinary circumstances of the crisis, are needed. The crisis in theater can also be an artistic one. It arises due to lack of inspiration, repertory innovation, fear of stepping out of the comfort zone, due to theater's unwillingness to take risks and hire young, unestablished directors, actors, so that the trust of the founders, audience, co-producers, collaborators would not be lost. The crisis in theater causes an unstable identity, while the turbulent circumstances also affect the entire social system:

- The crisis of public policies and the public sector, which most often implies unprofessional administration in culture.
- Underdevelopment of mutual relations or sectors (public, private, civil), which is the consequence of a weak civil society. This implies the unequal position of all organizations in culture, the absence of mutual dialog and public control of cultural policy.
- The crises weaken the institution's position and its social role by insufficient emphasis on personnel development, which leads to de-personalization (Dragičević-Šešić, Dragojević: 2005, 23 – 24).

Conflicts may arise in the situation of a long-term crisis in an institution – conflicts of opinions, interests, different viewpoints. Irreconcilable differences and disagreements between individuals and a group can cause situations of crisis.

### **Theater in Extraordinary Circumstances**

Some of the key factors of the theater's sustainability are continuity in terms of repertory policy, regular performance of plays, harmony of the ensemble and interaction with the audience. The health crisis caused by the Corona virus has affected the normal life of the entire planet with very dramatic outcomes for the survival of each individual. The circumstances in which people lived and created in the past two years led to the closure of schools, universities, museums, libraries and theaters. The cities became vacant. The only important thing was to survive. During that unpredictable period, in addition to numerous problems faced by theaters (financial,

personnel) in Serbia, as well as in the whole world, the question of what and how to proceed had to be posed. How to perform the repertoire in front of an empty auditorium? How to adapt, survive, pay royalties to actors and collaborators when there is no income from sold tickets, when the performance and interaction of actors endangers the health of artists? The only temporary solution at that point is to maintain any form of contact with the public by taking advantage of digital media. Although any connection between the theater and the Internet is used in the benefit of the theater's marketing activities, at the time it was one of the ways in which the theater could survive. Unable to lead a normal daily life, locked in their apartments, the citizens in art found an escape of the crisis, which could only be achieved through computer screens and mobile phones. In the first months of the crisis, the Terazije Theater played short stories by actors about their own most important roles. Through the YouTube channel, revues and musical performances by Soja Jovanović, as well as the bravado of Miodrag Petrović – Čkalja, were shown. The last scene of the play *Lonely Planet* takes place in front of the main entrance of the Atelje 212 Theater for the audience of seven people. During the performance, the artists lead the members of the audience, who are all time at a distance and with masks on their faces, through a tour of the landscape and roads of the transformed future. Belgrade Drama Theater is building an open-air Arena stage, which abuts the theater building itself, where it plays some of its most popular plays: "One Flew Over the Cuckoo's Nest", "The Reader", "Slowly Flows the Mississippi" (orig. "Tiho teče Misisipi"). During the pandemic, even theater festivals that enliven parts of cities, squares, environments, representing a place for the promotion of actors, contemporary dramatic literature, various innovative theater forms were held under special epidemiological measures. In that sense, the Bitez festival was realized on Mira Trailović's Square under the slogan "On the edge of the future". There was one actor on the stage - a humanoid robot, a replica of the writer Thomas Male, who, due to bipolar personality disorder, has a fear of public speaking and the replica replaces him, while the audience is sitting in the enclosed squares. The Shakespeare Festival is being held in the space of Villa Stanković, right next to the banks of the Danube, and due to the

impossibility of bringing troupes from around the world, it focused its program on the performance of local productions based on Shakespeare's plays (National Theater of Niš (Narodno pozorište Niš), *As You Like It*, The Šabac City Theater (Šabačko pozorište), *The Two Gentlemen of Verona*, Serbian National Theater (Srpsko narodno pozorište), *Rosencrantz and Guildenstern Are Dead*, *My Shakespeare*, concept and direction Nikita Milivojević). The discussion on the position of theater artists in the age of Corona and potential solutions was held online. In the organization of young creatives gathered around the Play Box project, the participants discussed the possibilities of how to restore theater's right to exist in changed circumstances, considering that it is losing its audience as one of the most important parts of the performance. Participants in the discussion were Svetislav Bule Gončić, director of the stage "Vuk Stefanović Karadžić" and actor Ivan Janković, author of the project *Remediation of the Theater and Play box*, Ivana Dedić, marketing director of the theater "Boško Buha". Two possible solutions that would enable the continuity of theater performances during the pandemic were related to the development of a virtual theater, but also playing in protective circumstances for spectators, of which there would be significantly fewer in the halls. Bitef Theater focused on creating a platform for debate and discussion by exchanging the experiences of theater directors, philosophers about the role of theater in the "new normality", a phrase label used to describe the crisis. Both projects realized by Bitef Theater, "Philosophical Theater" and "Scene of Extraordinary Performing Arts" were designed as online discussions. The first discussion was "opened" by Oliver Frljić, director, and Srećko Horvat, philosopher. One of their conclusions was that the crisis caused by the Corona virus pandemic will not mark the "end" of the theater but its new beginning. The conclusion of the discussion once again confirmed that the primordial mission of the theater is live and direct performing in front of the audience. Any form of performance through digital platforms cannot be called theater and never will be called that.

Director and York University professor Aleksandar Lukač believes that "theater as we know it is dead, except for the two big festivals Shaw and Stratford, and the entertaining production Mevish. The theater cannot

withstand the challenges of the times we live in. The only ones who have done well are the bureaucracy that decides on the allocation of funds to theater workers, Lukač believes. In the past two years, there was almost no theater production. Foundations no longer have to give money. The biggest irony is that those who make productions have no money and have not been able to work for two years. Associations like the Art Council read the projects and reject them. In Canada, there are much more employees in institutions which distribute money compared to ones in the theater", Lukač believes. (*Televizija srpske dijaspore, Kanadsko pozorište u doba Korone*; <https://www.tsd-TV-com-Kultura> 25. 10. 2022. 17: 28)

A model that is sustainable in such a difficult moment is that more and more companies join forces and they do shows – emphasizes producer Zorana Kydd. Now only two or three theaters can do co-productions. Director Stefan Džeparoški has different and positive experience during the pandemic. Namely, he did the online production of the play and won the main prize at the International Theater Festival in Bordon. "What has happened to theater in Toronto over the past two years is actually the fact that out of a large number of small independent production companies, only a few will survive because others could not sustain themselves financially. Only medium and large companies like Canadian Stage, Souleppper Theater or Factory Theater will remain and of course Van Toronto big festivals like Show and Stratford Festival". (*Televizija srpske dijaspore, Kanadsko pozorište u doba Korone*; <https://www.tsd-TV-com-Kultura> 25. 10. 2022. 17: 28)

## Conclusion

The crisis caused by the Corona virus pandemic has once again confirmed that trauma in the social environment affects the survival of art, artists and theater. Although the theater is facing economic, personnel and programming crises, as well as crises caused by the outbreak of new media and entertainment industries that threaten the survival of art, this health crisis has put theaters in front of a big challenge. The crisis has now threatened the essence of theatrical performance – interactivity, live performance and two-way communication between the ensemble and the audience. The threat to the health of actors who in direct contact with

their partner interpret the characters has posed the question of theater's survival, the "death" of the unsurpassed art of interpretation and the living energy that "circulates" in the hall, or in any other space intended for play. Based on the experience of the past two years, we can conclude that the theaters quickly adapted to the sudden crisis situation and transferred their contents to digital platforms, showing some of the most watched plays they have in their archives. Even though the buildings were closed, the curtains were lowered, and the audience was obliged to stay in their houses and apartments, the theater took place, virtually, but as well as in the form of the performances in the streets, squares, spaces that did not endanger the health of the ensemble and the audience. In fact, questioning the possible scenario of the existence of the theater in the future was a challenge to contemplate on new performance and production forms of the theater. The managements of the theater turned the crisis into a challenge and an opportunity to again talk about the role of the theater as an engaged art that had been created and has been existing due to its role of solving and illuminating problems. That role examined through the Philosophical Theater. Numerous discussions that took place on the topic of the essence and authenticity of the theater prove that a crisis can also be a challenge. These discussions brought freshness to the theater events and they would never have happened if such a strong crisis had not hit the whole world. The crisis that lasted for a long time reinforced the need for people to explore theater, as well as to approach it as a source of imagination, emotions (Harwood), and also a place to rethink reality.

## References:

- Davidson J. (1993). Issues in The Diagnostic of Posttraumatic stress, *American Psychiatric Press Review of Psychiatry*, Washington DC;
- Dragičević–Šešić, Dragojević S. (2005). *Menadžment umetnosti u turbulentnim okolnostima*, Beograd, Klio;
- Dragičević, Z. (2007). *Bezbednosni menadžment*, Službeni list, Beograd, Fakultet za bezbednosti;
- Đukić, S. (2017). *Krizni menadžment i vanredna situacija*, Beograd, Vojno delo;
- Galbraith, JK (2004). *The Economics of Innocent Fraud. Truth for Our Time*, Boston, MA, Houghton Mifflin;
- Hadžić, A. (2019). O traumama, *Zbornik radova Trauma naša priča* (urednici: Tijana Mirović, Marko Tomašević), Beograd, Centar za šema terapiju;
- Kešetović, Ž. (2008). Krizni menadžment i slični koncepti – pokušaj razgraničenja, *Bezbednost broj 1 – 2*, Beograd, Fakultet bezbednosti Univerziteta u Beogradu;
- Klajić, D. (2016). *Početi iznova*, Beograd, Klio;
- Milisavljević, M. (2017). *Strategijski menadžment – analiza, izbor i promena*, Beograd, Data Status;
- Ristić, M. (2020). *Menadžment pozorita – ljudski resursi u oblikovanju pozorišne predstave* Shalev, A, Y, (2007) *Stress versus Traumatic from Acute Homeostatic Reactions to chronic Psychopathology*, New York, Gardian Press;
- Televizija srpske dijaspore, Kanadsko pozorište u doba Korone; <https://www.tsd-TV-com-Kultura>
- Zvonarević, M. (1989). *Socijalna psihologija*, Zagreb, Školska knjiga;

# KRIZA KAO IZAZOV U KREIRANJU INOVATIVNIH POZORIŠNIH PROGRAMA

— Maja D. Ristić

Pandemija Korona virusom postavila je ključna pitanja o suštini pozorišnog izvođenja i budućnosti pozorišne umetnosti. Ako je živo izvođenje glumaca i umetničkog ansambla pred publikom jedini način komunikacije u pozorištu pandemija je narušila mogućnost postojanja pozorišta. Fizička distanca koja je bila jedna od mera zaštite zdravlja stanovništva dovela u bezizlaznu poziciju pozorišne institucije i velelepne pozorišne zgrade koje su bile zatoverene za publiku, dok su pozorišne predstave premeštene na digitalne platforme. Kako bi održala komunikaciju sa publikom pozorišta u Srbiji su arhivirane predstave koje su obeležile istoriju i identitet pozorišta prikazivale putem You – tube kanala. Brojne diskusije u javnosti naglašavale su da to nikako ne može da bude pozorište, ali da je to u datom kriznom trenutku jedno rešenje. Kriza predstavlja iznenadnu opasnost koja ugrožava egzistenciju stanovništva, života na planeti, ali i opstanak određene zajednice. Međutim krizu možemo da vidimo kao izazov za unapređenje umetnosti, rasta života i zajednici i traženja novih rešenja za pozorišna izvođenja, ali i pozorišnu produkciju i menadžment. Ovaj rad se, imajući sve navedeno u vidu bavi teorijskim izučavanjem fenomena krize i kriznog menadžmenta istražujući primere dobre prakse koja su pozorišta realizovala inovirajući svoje programe tokom pandemije.

**Ključne reči:** kriza u pozorištu, živo pozorišno izvođenje, kriza kao izazov, novi pozorišni programi.

**MEDIJI**  
MEDIA



# SOCIAL MARKETING IN SENDING MESSAGES BY ARTS

— Radmila Jančić

## Introduction

The subject of paper is theoretical and practical approach in social responsibility through arts. Social responsibility through arts is new field of marketing research in academic institutions and scientific marketing associations. Serbian Marketing Association realized Marketing in Arts and Culture as new field of research. The goal of the paper is to develop social responsible marketing approach in arts. Specific goal of the paper is to enlighten strategies of experience marketing in arts. The paper gives overview of all experience marketing approach, experiential marketing tools, holistic marketing elements, internalmarketing, integrated marketing and relationship marketing in arts. Key hypothesis of the paper is that implementation of social responsibility, experience and holistic marketing in artistic projects is modern platform for development of arts and culture. Good examples of implementation of experience marketing approach in arts are present in the paper. The paper present examples of exhibitons of Vincent van Gogh, Leonardo da Vinci, examples of museum Tate, organization „The House of Beautiful Business“, examples of movies and literature, as good implementation of social responsibility through arts. The paper point out how arts send messages through arts.

## Social marketing

Social marketing is marketing discipline that could change social behavior, solve social problems, and raise awareness about social dilemmas (Kotler&Keller, 2016).

Social marketing use all marketing approach, from social marketing research, analysis, definition of social marketing strategies, implementation of social marketing strategies and control of implementation of social marketing strategies (Kotler&Keller, 2016).

Social marketing is a dynamic and evolving field of theory, research and application. Like any modern multidisciplinary field of inquiry social marketing is subject to a number of differing schools of thought (Wood, 2012) and dissent (Tapp&Spotswood, 2013).

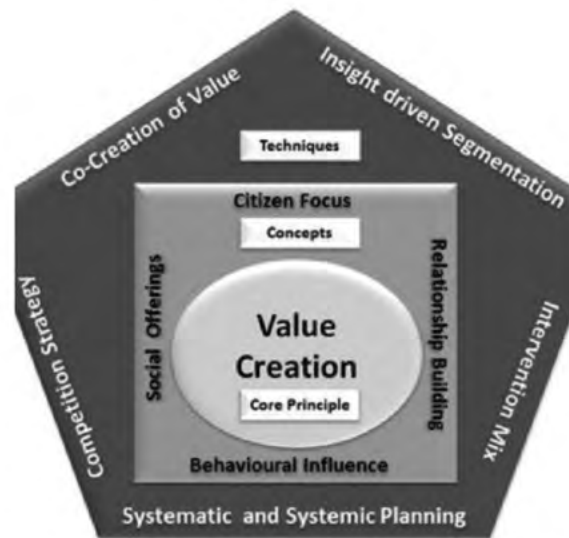
The overall aim of social marketing is to help people and improve society - the paper argues that social marketing must refocus on its public service role to fulfil its societal function. If it is accepted that social marketing is a branch of marketing – albeit one of considerable and growing importance – by logical extension social marketing must be based on the fundamental principles that define marketing. However, this association with marketing, unlike other sub-disciplines of marketing such as services marketing, seems to sit uneasily with some of the social marketing community (Wood, 2012).

Social Marketing seeks to develop and integrate marketing concepts with other approaches to influence behaviour that benefits individuals and communities for the greater Social good. Social Marketing practice is guided by ethical principles. It seeks to integrate research, best practice, theory, audience and partnership insight, to inform the delivery of competition sensitive and segmented social change programmes that are effective, efficient, equitable and sustainable (Wood, 2012).

Social marketing has its origins in social advertising when the need to use more than education and advertising to elicit behavior change was identified (Kotler&Keller, 2009). Social advertising focused on the individual to change their behaviors and when social marketing emerged this same focus on the individual remained. One of the legacies of this origin is the dominance of the downstream marketing approach which focuses on the individual rather than the structural or environment factors. The upstream approach in social marketing gained traction in the mid-2000s when Kotler and Keller (2009) noted there were multiple levels of social marketing practice, with upstream and downstream levels at opposite ends of an intervention continuum, the midstream level being in the middle. Since then discussion has become more pronounced about when each approach should/could be used with advocates forming for each level. In particular there has been recent discussion surrounding the midstream level, with scholars suggesting the need for social marketing interventions to include service strategies as a way of generating social change (Wood, 2012).

To date a number of attempts have been made to codify elements that make up social marketing practice or what have been called benchmark

“criteria”. Whilst the literature related to the theory of social marketing is relatively thin (Spotswood et al., 2012)<sup>29</sup>, more recent text and papers have begun to add weight and depth to the exploration of the nature of the field (Wood, 2012). The origins of codifying social marketing principles starts with Andreasen’s (2002) delineation of six key principles of social marketing followed by French and Gordon (2020) description of eight social marketing benchmark criteria. These attempts to codify social marketing have been quoted extensively (Centers for Disease Control, 2005) and (Department of Health, 2008). They have also been used to inform national and international policy (Department of Health, 2011; United States Department of Health and Human Services, 2010; World Health Organisation, 2012), teaching curricular development (Russell-Bennett, 2012) and program design (Merthyr Tydfil Unitary Authority Area, 2011). More recently French and Gordon (2020) criteria, setting out what they call an “evaluation template grid” that lists 19 “benchmark criteria” that can be used to assess if an intervention can be classified as “social marketing”. These efforts to codify the core elements of social marketing were driven by a need to describe the focus and practice of social marketing but also to provide a checklist that could be used to help identify if an intervention or strategy could be classified as being a social marketing intervention. The task of codifying the key elements of what constitute social marketing is an important task for at least three reasons: first, there is confusion between social marketing and other forms of marketing, such as social media marketing (Wood, 2012); second, government agencies and not-for-profit organizations do not fully understand how social marketing relates to, contributes to and challenges other approaches to social policy delivery (French&Gordon, 2020); and third, there is a lack of clarity amongst some practitioners and policymakers about the differences between social marketing and its sub-interventions such as social advertising (Belch, 2020). One of the central dilemmas when seeking to distinguish social marketing from other forms of social intervention is to decide how many and potentially what types of criteria are essential and which are



— Figure 1. Model of three categories of social marketing criteria (Wood, 2012)

desirable. There is also a need to be able to classify interventions as fully or partially applying a social marketing approach so they can be included or excluded in reviews of evidence and practice. Finally, there are the twin practical needs to be able to construct education and training programs that give participants a comprehensive understanding of the nature of social marketing and how to apply and evaluate its contribution to the quality, efficiency and effectiveness of social programs.

All of these reasons constitute a call for a more scholarly examination of the criteria that have to date been used to conceptualize the theory and practice of social marketing. This paper attempts to review and further develop our understanding about the nature of each of these criteria and how they relate to each other, and addresses issues of completeness and uniqueness of the core elements that constitute social marketing. Figure 1. contains a proposed delineation of social marketing criteria showing three different categories of descriptive criteria that can be used to identify social marketing practice.

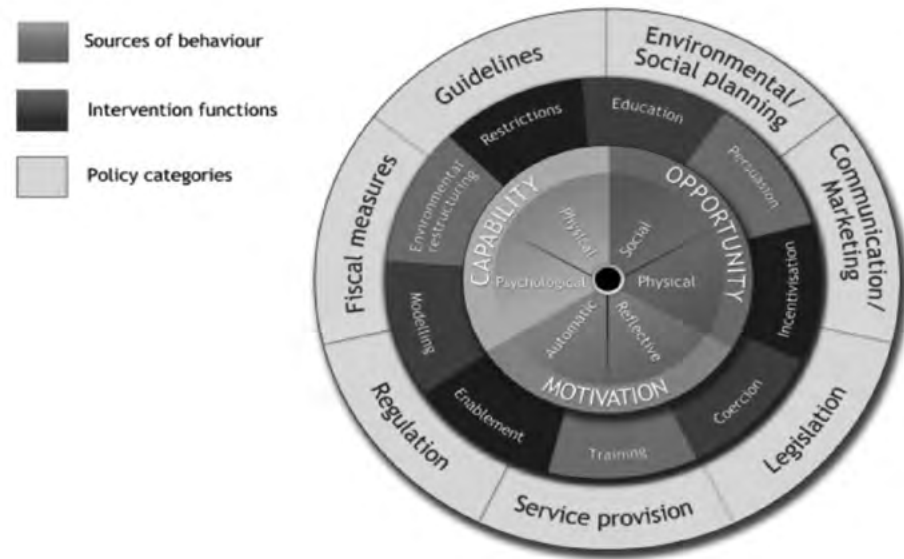
The model depicted in Figure 1 indicates that the central bedrock and defining feature that all social marketing should be able to demonstrate is

the clear aim of bringing about social good through a process of exchange and value creation. The exchange may be positive in nature and tangible, such as a payment or some other form of incentive for using a product that, for example, produces less Co2. Exchanges may also be negative, such as fines or exclusions for negative social behavior where individuals give up rights or in some cases elements of their freedom in exchange for safer and healthier communities, for example by obeying speed limits whilst driving. The balancing of possible trade-offs between individually perceived benefits or losses and social benefits is one that requires interventions that are perceived by a majority of citizens to be fair and proportionate by both beneficiaries and those negatively affected. Exchanges may also be characterized as being rational, involving considered decisions or may alternatively be brought about through appeals to unconscious motivators such as chance of reward or fear (French&Gordon, 2020). What all such social exchanges have in common is that they are driven by the aim of bringing about social and individual benefit rather than, or just, economic advantage, are informed by consideration of ethical standards and have the broad popular support of citizens. The core concepts that enable the successful creation of social value are focused on influencing social behavior. Influencing and being able to measure the impact on behavior is a key marker of social marketing practice. Social marketing pursues its goals of creating social value by influencing social behavior through the development, promotion and supply of social offerings in the form of ideas, tangible products, services, experience, systems, policies and environments. To optimize the impact of these social offerings social marketing interventions are based on citizen-centric planning and program building. Such an approach includes a commitment to building meaningful and sustained relationships with citizens and stakeholders who can help foster beneficial social relationships that result in sustained, positive social benefit (French&Gordon, 2020).

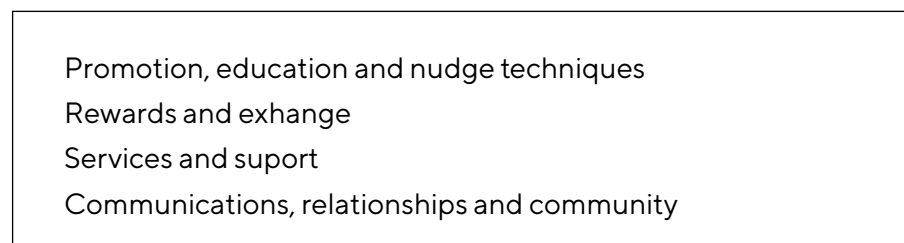
We contend that the features of the suggested hierarchy that are unique to social marketing are the principle and four concepts. The social marketing techniques are not exclusive to social marketing, for instance health promotion uses segmentation when developing interventions (e.g.

global health organization PSI's malarial bed nets are segmented on the basis of ability to pay, usage, family life stage, etc.).

Social marketing models come in many forms and can be used for variety of purposes – helping explain behaviour, acting as heuristics for simplifying complex entities, acting as a tool for aiding management decision making and so on. The 4Ps (product, price, place, promotion) model was originally imported from mainstream marketing to social marketing by Kotler and Keller (2009) and was used by them to help articulate the conceptual basis of the new discipline. The model is now embedded in the discipline, being probably the most well known model used in the field. In-



— Figure 2. The basic COM model (Wood, 2012)



— Figure 3. 4P to 4P for social marketing (Kotler&Keller, 2016)

deed, in conversation with a newcomer to social marketing (Tapp&Spotswood, 2013).

Figure 2. shows a simple illustration of COM, the first building block of our social marketing activity mix model. The COM model has the advantage of a long history of theoretical grounding in behaviour change, and variants are used widely in different fields. For example, security intelligence uses “means, motive and opportunity”, public health has deployed “motive and capability” within a proposed framework (Wood, 2012) use of the COM model was as the basis for a general classification of behaviour change. Wood (2002) explained the COM model’s central role in US criminal law since the eighteenth century. This historical and cross-disciplinary basis for COM has extended to the conceptual development of social marketing as well: Andreasen (2002) quoted the motive, opportunity, ability (MOA) model, as of use in social marketing.

The next step of the development of social marketing is the replacement model of classical 4P to 4Ps. (Figure 3).

Social marketing strategies are based on social responsible approach. For social marketing strategies it is important to realize social problems, to analyze all aspects of social problems, then to defining social marketing strategies, to implement marketing strategies and to control implementation of marketing strategies. The goals of social marketing strategies are to point on social problems, to raise awareness about social problems, to choose and defining social marketing strategies, to defining target audiences, to implement social marketing strategies, to control social marketing strategies and to evaluate results of solving social marketing problems (Janičić, 2019).

Social marketing strategies, during pandemic, are focus on raising awareness about appropriate healthcare, careful behavior. From business aspects, social marketing strategies is focus on giving base for business companies to continue their business and stay on market place, with strong social responsible sense for giving help for healthcare institutions, for educational institutions and cultural institutions. From educational aspects, social marketing strategies is focus on helping educational institutions to continue educational process with pupils, students and post-

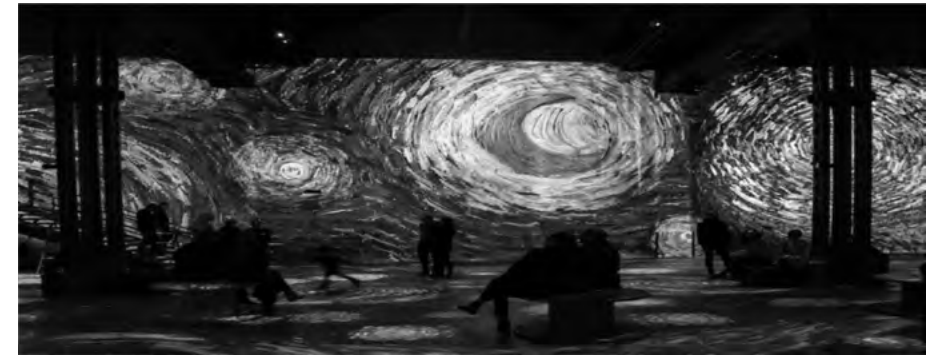
graduate students, by online platforms for education, such as Microsoft Teams and Zoom. It is important to keep process of education during pandemic. All Universities in the world use online platforms for education pupils, students and postgraduate students. Science, also, keep going during pandemic, by online, virtual conferences, where scientists improve their scientific fields, as well as, discuss educational process during pandemic, discuss about changes in the world and changes in all aspects of life and science. Cultural and arts institutions keep going by virtual events, exhibitions, concerts, literature events and theatre event. Culture and arts are important because they open thoughts, ideas, values, that otherwise could be unnoticed. Culture and arts are important in historical hard times, they keep spirit of people and lead world in better changes.

### **The examples of social responsibility through arts**

#### **Exhibition “Loving Vincent”**

The examples of experience marketing in arts are exhibition “Loving Vincent”, about work and life of Vincent van Gogh and “500 years of genius”, about work and life of Leonardo da Vinci. Author of paper had opportunity to visit exhibitions in Athens Center of Culture, in organization of Arts Centre “Why Athens”. Methodology of analyzing these exhibitions are quantitative methods, observations, experiments, focus groups with arts managers and interviews with visitors.

Observation of the exhibitions is described, including specific moments of visitor's expressions. Interviews with visitors are include in description. Focus group with art's managers of exhibitions was especially interesting, scientifically and practically, because managers gave focus on importance of arts in development of society in one way, and, also, importance of development of culture in the world, emphasizes that education and arts are the most powerful strength in development of the World. The world exhibition about work and life of Vincent van Gogh, named “Loving Vincent” has shown in the European cities, London, Paris, Rome, and Athens. Visitors of exhibition had opportunity to see artist pictures and descriptions about time, place when pictures made, about Vincent's life moments in that time, about his thoughts, connection with brother and sister, about letters that



— Figure 4: World exhibition “Loving Vincent”  
(Source: whyathens.com, accessed: 26.09.2019., <https://whyathens.com/>)

he writes to his brother Teo, about his physical condition, about his beliefs, attitudes on social problems. Experience in exhibition, in that way, was visual, as well as, emotional. On one table was sentences “Vincent had desire for life!”, “His favorite color was yellow!”, “He was deeply connected with his brother Teo, who, also, suffer of same disease as Vincent.” Visitors had opportunities to introduce work, life and thoughts of Vincent van Gogh. Especially touchable was room where he lived and work. The room was installed, just as real room, and visitors made pictures behind room. On down floor was multimedia story about Vincent's life and work. People could sit on the floor and look multimedia, animated movie. After projection, visitors could write comment in the yellow book in gallery, or online, on web site of exhibition, on Instagram, Facebook or Twitter pages. The comment was that visitors see beloved artist's work, but also introduced some biographical moments of his life. The exhibition had attention of media, televisions, radio stations, as well as, social media. The exhibition brings artistic experience to visitors, who felt work and life of Vincent van Gogh. From holistic marketing approach exhibition gave to visitors' experience, by experiential instruments, whose made whole experience of this beautiful exhibition. Internal communications between employees gave excellent experience, relationship between exhibition's managers and visitors was crystal artistically. Integrated marketing communication was brilliant, with one sentence in behalf “Loving Vincent”.





— Figure 5: World exhibition “500 years of genius”  
 (Source: [whyathens.com](https://whyathens.com/), accessed: 26.09.2019., <https://whyathens.com/>)

Whole experience gave to public messages, knowledge and inspirations for their work, as well as, inspiration to follow arts. This is beautiful example of implementation of sophisticate experience marketing (Figure 4.).

### **Exhibition “Leonardo de Vinci - 500 years of genius”**

Another example of implementation of experience marketing is exhibition “Leonardo da Vinci - 500 years of genius”. The exhibition was present in London, Rome, Venice, Paris and Athens. Example is based on author's observations and discussion with managers of exhibitions in form of focus group. The exhibition gave whole view of Leonardo da Vinci work, life and thoughts. The first room presented Leonardo's machine works. Second room presented Leonardo's medical research of human body, which is shown on Figure 5. Third room presented different views on Leonardo's favorite paintings “Mona Lisa”. Families with children, young people, middle age people and retired people was visitors. They enjoyed in look on Leonardo's paintings. Special room presented Leonardo's painting “Secret dinner”. In middle of exhibition was room where was presented multimedia artist's work, with his philosophical thoughts, such as “Nothing can be loved or hated unless it is first understood”, “In time and with water, everything changes”, “Water is the driving force in nature”. Comments on social media was that exhibition is brilliant as Leonardo da Vinci deserve. Especially young people were interested on his work, thoughts and life. This exhibition gave inspiration for loving arts to young people. From holistic marketing approach, this exhibition, also, used ex-

perience marketing, based on experiential tools. Internal communications were good. Relationship marketing was sophisticate. Integrated marketing communications was sophisticate, too. Whole exhibition was sophisticate, and, also, strong experience, according to visitors' comments.

As, visitor, author of this paper had opportunity to make focus group with art's managers in art's society “Why Athens”, the creators of exhibition, about experience marketing. Art's managers of this society conclude that experience marketing, based on experiential tools and care about consumers of arts is key for connection with audiences and send socially responsible messages. They emphasized that all aspects of holistic marketing approach are important, internal marketing, integrated marketing, relationship marketing, based on socially responsible approach. Interesting is that they enlighten role of care about audiences, in the way that people, visitors feel that artists and art's institutions care about them and their experience, that art's institutions care about history, tradition, about past. They emphasize that in implementation of marketing in arts, it is important to be passionate about arts works, respectful and sophisticate.

### **Publishing organization Booka**

#### **Store and movie “Philadelphia”**

The good example of implementation of holistic marketing and experience marketing in development of literature arts, is the Booka Store. Every day in center of Belgrade, book's public have opportunity to buy books, enjoy literature events, exhibitions of books, philosophical discussions, or just sit in the store and read books.

The Book Store is surround by old part of Belgrade, where readers could buy books and enjoy in beautiful literature events. The Booka Store presents old book, but core of business is publishing new book's titles written by popular authors in Serbian the region and the world. Public in Serbia is introducing, for the first time, some of the brilliant authors by from the world. Some literature projects and events are traditional, but some other literature projects are interactive, so visitors can take part in events.

The Booka Store has communication with public audience on social media, such as Instagram and Facebook, as well as web page. On the so-



— Figure 6: Booka Store (Source: [www.booka.rs](http://www.booka.rs))

cial media readers have opportunities to be informed about old and new book's title, about literature events, about open discussion forums. The readers have opportunities to write about their opinions about books and, also, create communities on some topics.

The storytelling of the Booka Store is based on open, free, cosmopolitan and artistically approach and stories, where in the focus is book and written words. The image that they create is that they are book community. Implementation of relationship marketing gives opportunities to be in connection and communication with all public audience and stakeholders that surround Booka Store. When someone buy book in store or by online book store, there is opportunity to give e-mail address, so Booka Store, continually could inform about new book's titles, literature events, literature projects, or socially responsible campaigns. Public had opportunity to enjoy in literature services in Booka Store, as well as, to enjoy in literature events. Especially touchable is literature events with brilliant writers, present in Figure 6. After literature events, visitors could write comments in the yellow book in Booka Store, or online, on web site, on Instagram, or Facebook pages. The comments are that visitors enjoy in beautiful written words, books, stories and literature events. The literature events had attention of media, televisions, radio stations, as well as, social media. The number of people in Serbia and region that love books from Booka Store

rise every year and Booka Store become regional brand. Artistic literature projects and artistic environment have impact on literature experiences. History facts prove that literature arts improve culture of the world. Modern society needs cultural and arts content (Janičić, 2019).

Writer Haruki Murakami wrote: "And once the storm is over you won't remember how you made it through, how you managed to survive. You won't even be sure, in fact, whether the storm is really over. But one thing is certain. When you come out of the storm you won't be the same person who walked in." This is strong message by literature art.

Aristotle wrote: "Educating the mind without aducating the heart is no education at all." This is strong message.

Nelson Mandela wrote: "Education is the most powerful weapon which you can use to change the world." This is strong message.

Mahatma Gandhi wrote: "Be the change you want to see in the world."

In the movie "Philadelphia", public get clear message about people in the margin of the world. In this movie, key role is brilliant advocate that become without home and start to live on the street, because he is ill, with aids.

### Focus group and in-depth interviews

In-depth interviews realized with five artists, one photographer, one writer and three musicians, and one professor of philosophy at University of Belgrade. In-depth interviews artists concluded that arts send strong messages about social responsibilities, social problems. They emphasized that arts lightening unnoticed social problems. In-depth interview with writer concluded that written stories pointed some life situations that could be covert by social responsibility, like injustice, violence behavior, asocial behavior, ordinary life obstacles. In-depth interview with professor of philosophy said that philosophy follow social movement and that philosophy teach people.

The members of focus group, 6 managers of the cultural and arts institutions emphasized that it is important to improve socially responsible strategies based on messages send by arts and using the arts. Conclusion is that arts send messages about social problems and that strategies of social

responsibility could solve social problems. The paper emphasizes that it is important to raise awareness about social responsibility through modern media, traditional media and to listen arts. The focus group with managers in the publishing institution Booka. Managers of the publishing institutions conclude that socially responsible approach and experience marketing have impact on development on literature arts and in sending message through arts. They emphasized that all aspects of marketing approach is important, internal marketing, integrated marketing, relationship marketing, based on social responsible approach in development of literature arts. Interesting is that they enlighten role of care about readers needs and wishes. The key is to research reader's needs and wishes and to focus on publishing good book's titles, according to their wishes.

The publishing institutions care about history of literature, tradition of literature, and, in that way, give brilliant excellent experiences to readers. They emphasize that in implementation of marketing in development of literature arts, it is important to be passionate about literature, be respectful and sophisticate in communication with public. The members of focus group, managers of the publishing institution emphasized that it is important that offline and online media write in good way about publishing institutions, book's titles, writers and literature events. They concluded that media contents about publishing institutions, culture and art's events have impact on development of publishing institutions brand.

The members of focus group proved that holistic marketing approach in literature arts is synergy of all element, internal marketing, integrated marketing, relationship marketing and socially responsible marketing. They emphasized that employees present culture of publishing institutions. It is important that they have skills for good communications with readers. Good atmosphere between employees is create element for brand building. Integrated marketing has to send consistent message for public about literature arts, is proved by opinion of the members of focus group. Also, the members of focus group, proved that readers are the best advocate for literature arts, when they connect with publishing institutions books and writers, as well as, that literature events, as holistic relationship marketing tool, make atmosphere of connection, opportunity for conversation and

discussion. All members of focus group proved importance of social media in communication with readers. In the focus group, managers emphasized that in implementation of marketing in literature arts, it is important to be passionate about literature, respectful and sophisticate. Literature arts open hearts and it is way to connect people and share messages.

### **Conclusion**

The key conclusion in the paper is that social marketing present platform for sending messages by arts. The social marketing approach gives opportunity for implementation of strategies in order to send messages by arts. Theoretical analysis, comparative analysis, examples from practice, in-depth interviews and focus groups with managers in arts about implementation of socially responsible approach in arts, give conclusion that it is necessary to innovated social marketing strategies in the field of leading of artistic projects.

Conclusion is that it is necessary to improve support of society about artistic projects. Conclusion is that experience marketing approach has impact on social behavior and social movement. The paper emphasize that it is important to improve knowledge in fields of history, sociology, culture and arts, through modern media, multimedia and digital, interactive movies. Also, it is necessary to make connection between artistic projects and target audiences and improve artistic experiences. Modern museums and galleries accept multimedia, digital approach, as well as, experience and holistic marketing approach. Art's managers emphasize that in implementation of marketing in arts, it is important to be passionate about arts works, respectful and sophisticate. It is interesting that they enlighten role of care about audiences, in the way that people, visitors feel that artists and art's institutions care about them and their experience, that art's institutions care about history, tradition, about past.

The paper proved that social marketing strategies present base for sending media contents about arts and have impact on development of awareness about social problems. Social media gives opportunities to share experiences about social problem through arts, to write comments and create groups to describe views of social problems and ways to solve the

problems. Specialized journals for arts write about arts important facts, but it is, also, important that daily newspaper write about social problems that are realized through arts projects. Social media have the most important impact, because many vloggers have stories about experiences about arts, social problems, and ways to solve the problems and enlighten the social injustice. Synergy of all these elements impact on development of arts experiences and on sending messages through arts, in order to raise awareness about social problems and solving those problems.

The obstacles for research in the paper was little number of answers on quantitative analysis, which is send by social media. In future work, author of the paper will focus on quantitative research about social marketing in arts and ways to solving social problems that are realized through arts. The future theoretical and empirical research will be focus on experiential tools that can improve sending messages by arts.

#### References:

- Andreasen, A. (2002). Social Marketing in the Social Change Marketplace. *Journal of Public Policy and Marketing*. Vol.21, Issue 1., <https://doi.org/10.1509/jppm.21.1.3.17602>.
- Belch, E. G., Belch, A. M., (2020). *Advertising and Promotion - An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Blakeman, R. (2006). *Integrated Marketing Communication*. Toronto: McMillan.
- Chong, D. (2002). *Arts Management*. London: Routledge.
- David, P. (2005). *Integrated Marketing Communication*. Toronto: Elsevier Inc.
- French, J., Gordon, R. (2020). *Strategic Social Marketing: For Behavior and Social Change*. London: Sage Publications.
- Janičić, R. (2019). "Arts in Social Marketing Media Campaign". 6th Annual International
- Conference on Humanities and Arts in Global World, Athens Insti-

tute for Education and Research, Atiner. Athens, Greece.

- Janičić, R. (2019). "Experience Marketing in Arts". 17th Annual International Conference on Marketing. Athens Institute for Education and Research, Atiner. Athens, Greece.
- Janičić, R., Ćorović, B. (2018). "Challenge of Holistic Marketing in Artistic Projects". *Journal Marketing*, Vol. 49/2. Belgrade: Serbian Marketing Association.
- Janičić, R., Filipović, V. (2011). *Strateški marketing*. Belgrade: Faculty of Organizational Sciences.
- Janičić, R., Žugić, J. (2018). "Challenge of Communications in Artistically Projects". *Journal of Media Dialogue*, No.32, Vol. 11., ISSN 1800-7074, COBISS.CG-ID 12734480. Podgorica, Montenegro.
- Johansson, T, Luonila, M. (2017). *Making Sense of Arts Management*. Helsinki: University of Arts Helsinki.
- Kennet, C. (2008). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication*. New York: Prentice Hall.
- Kerrigan, F., Fraser, P., Ozbilgin, M. (2004). *Arts Marketing*. London: Esvier.
- Kevin, R. (2004). *The Future Beyond Brands – Love marks*. New York: Power House Books.
- Kolber, F., *Marketing u kulturi i umetnosti*, Clio, Beograd, 2010.
- Kostić Stanković, M., Filipović, V., Štavljanin, V. (2017). *Marketing*. Beograd: Fakultet organizacionih nauka.
- Kostić Stanković, M., Filipović, V., Vlastelica, T. (2020). *Odnosi s javnošću*. Belgrade: Faculty of Organizational Sciences.
- Kotler, Ph., Keller, L. (2008). *Marketing management*, 12th Edition. New York: Prentice Hall.
- Kotler, Ph., Keller, L. (2016). *Marketing management*, 15th Edition. New York: Prentice Hall.
- Larry, P. (2008). *Strategic Integrated Marketing Communication*. Toronto: Elsevier Inc. Pelsmacker, P., Geuens, M., Bergh, V. (2007). *Marketing Communications*. London: Prentice Hall.
- Poulsson, S. H. G., Kale, S. H. (2004). *The Experience Economy and Commercial Experiences*, *The Marketing Review* 4(3):267277.,

- <http://dx.doi.org/10.1362/1469347042223445>
- Reid, N., King, W., DeLorme, E. (2008). Top Level Agency Creatives Look at Advertising Creativity Then and Now. New York: Journal of Advertising.
- Russell-Bennett, J. (2015). A Hierarchical Model of Social Marketing. Journal of Social Marketing, Vol. 5 Iss 2.
- Same, S., Lappiman, J. (2012). Experience and Experiential Marketing. Vilnius, Lithuania: 7th International Scientific Conference "Business and Management". ISSN 2029-4441 print / ISSN 2029-929X on-line ISBN 978-609-457-116-9 CDdoi:10.3846/bm.2012.063 <http://www.bm.vgtu.lt>
- Schmitt, B. 1999a. Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands. The Free Press, New York, USA.
- Schmitt, B. 1999b. Experiential Marketing, Journal of Marketing Management 15(1-3): 53-67. <http://dx.doi.org/10.1362/026725799784870496>.
- Schmitt, B. 2003. Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey, USA.
- Tapp, A., Spotswood, F. (2013). From the 4Ps to COM SM: Reconfiguring the Social Marketing Mix. Journal of Social Marketing, Vol.32.
- Terence, S. (2008). Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. New York: Prentice Hall.
- Tynan, C., McKechnie, S. (2009). Experience marketing: a review and reassessment, Journal of Marketing Management 25(5-6): 501-517. <http://dx.doi.org/10.1362/026725709X46182>
- Wood, M. (2012). Marketing Social Marketing. Journal of Social Marketing. Vol.2.

## SOCIJALNI MARKETING U KONTEKSTU PRENOŠENJA PORUKA PUTEM UMETNOSTI

— Radmila Janičić

Rad predstavlja teorijski i praktični aspekt primena strategija socijalnog marketinga i društvene odgovornosti u umetnosti. Fokus rada na strategijama socijalnog marketinga u umetnosti koje povećavaju svest o društvenim problemima, o idejama, mislima, vrednostima, koje bi u suprotnom bile neprimećene. Posebna pažnja je posvećena strategija društveno odgovornog pristupa umetničkim projektima koje osveščavaju društvene probleme. U radu je predstavljen teorijski aspekt socijalnog marketinga, kao i društveno odgovornog pristupa. Predstavljene su novi modeli socijalnog marketinga koji se primenjuju. U radu je istaknuto da primena strategija socijalnog marketinga unapređuje slanje poruka putem umetnosti, jer obezbeđuje jaču vidljivost i pristup ciljnim javnostima. U radu su predstavljeni primeri dobre prakse primene strategija socijalnog marketinga u cilju slanja poruka putem umetnosti. Navedeni su primeri izložbe Vincent Van Gogha, primer izložbe Leonarda De Vinci, primer izdavačke kuće Booka, kao i primer filma „Filadelfija“. U istraživačkom delu korišćen je dubinski intervju sa menadžerima umetničkih institucija, kao i fokus grupa sa njima. U zaključku je naglašeno da umetnost šalje poruke o društvenim problemima, koji bi u suprotnom bili neprimećeni. U zaključku je naglašeno da je neophodno razvijati strategije socijalnog marketinga, kako bi umetnost mogla snažnije da pošalje poruku ciljnim javnostima.

**Ključne reči:** socijalni marketing, umetnost, socijalni pokreti, umetničke poruke.



# MENADŽMENT MEDIJA PRED IZAZOVIMA I RIZICIMA IZAZVANIH PANDEMIJOM<sup>30</sup>

— Mirjana M. Nikolić  
Milica M. Ilčić

<sup>30</sup> Tekst je nastao u okviru rada na projektu „Identitet i sećanje: transkulturni tekstovi dramskih umetnosti i medija (Srbija 1989–2014)”, projekat broj 178012 koji realizuje Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu, pod pokroviteljstvom Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja RS.

## Uvod

Kada je u decembru 2019. godine u gradu Vuhanu i centralnoj Kini proglašena epidemija Covid-19, ovaj događaj je predstavljen kao izolovani incident koji je pogodio samo deo Kine. Nažalost, pandemijom će biti zahvaćeno čak 185 od 193 država članica Ujedinjenih nacija, a veliki broj zemalja, uključujući i Srbiju, proglasio je vanredno stanje sa ciljem suzbijanja zaraze. Osim što je došlo do prekida rada škola i univerziteta, realizacije javnih programa iz oblasti kulture, umetnosti i sporta, religijskih događaja, pandemija izazvana virusom Covid-19 se negativno reflektovala na sferu ekonomije proizvevši brojne poremećaje nezapamćene od pandemije izazvane španskim gripom (1918–1920).

Neposredno pred proglašenje vanrednog stanja u našoj zemlji, kao i o mnogim drugim bitnim pitanjima, mediji su bili glavni izvor informisanja, kanal koji nas je povezivao sa događajima u Kini i u svetu. Međutim, kako se vrtlog zaraze širio i iz Kine prelivao širom planete, posebno u trenutku zatvaranja (lockdown), mediji – svih vrsta i tipova, od tradicionalnih do digitalnih, postali su prozor u realnost, izvor informisanja, vodič za zaštitu od virusa, pa možda i preživljavanje. Nažalost, analogno pandemiji, u sferi medija se pojavila „infodemija” koja ne samo da je predstavljala mnoštvo informacija iz različitih izvora već i učestalo plasiranje nedovoljno proverenih, lažnih vesti čak i onih koje su iskazivale sumnju u postojanje virusa, a potom i u potrebu zaštite od njega. Čini se da je trend širenja lažnih vesti putem medija i društvenih mreža tokom pandemije dostigao svoj zenit, a da se nastavlja i u 2022. godini kada mere protiv ovog virusa sve više popuštaju.

Novonastala situacija otvorila je brojna pitanja počev od onih vezanih za retke i neočekivane događaje koji dovode do krupnih ekonomskih poremećaja, a na koje se mora reagovali restrukturiranjem u svim oblastima društvenog života. Pandemija je aktuelizovala i pitanje rizika u delovanju i poslovanju medija. U situaciji snažno izmenjenih socio-ekonomskih odnosa koji su uticali na opstanak i održivost poslovanja medija, poseban izazov je bio vezan za kreiranje i produkciju sadržaja odnosno kriznu i pandemijom obojenu programsku politiku. Pred izazovima su se našli svi tipovi i vrste medija, zbog čega su evropske institucije posvetile deo svojih strategija definisanju pravaca prevazilaženja novonastale situacije (Savet Ev-

rope, 2020)<sup>31</sup> dok je pitanje stanja, posebno kreiranja medijskih sadržaja, u domaćim medijima postalo predmet celovitih ili parcijalnih istraživanja od kojih ćemo neke od zaključaka i predstaviti. Analizom sadržaja koji su se plasirali u našim medijima, bez obzira na to da li govorimo o štampanim ili elektronskim medijima, možemo da vidimo da su se medijske kuće odlučile da svoju celokupnu produkciju programa preusmere u kreiranje sadržaja koji će na različite načine pratiti ili komentarisati novonastalu situaciju.

### **Pandemija kao nepredviđeni događaj, kriza i rizik**

Tokom razvoja društva, a posebno modernih civilizacija, bilo je mnogo nepredviđenih događaja koji su doveli do poremećenih odnosa, krize i rizika po stabilnost čitavih naroda i država. U kontekstu pandemije kao iznenadne pojave koja je dovela do dugotrajnih, prvenstveno ekonomskih posledica, zanimljivo je aktuelizovati teorijsko-empirijsko istraživanje koje je sproveo Nasim Nikolas Taleb (Nassim Nicholas Taleb), američki finansijski matematičar koji je za imenovanje ovakvih pojava koristio metaforu *crni labud*.<sup>32</sup> Događaj označen kao *crni labud* ima „tri karakteristike: vanredan je i ne spada u domen uobičajenih očekivanja; uticaj mu je ogroman i pored toga što je vanredan ljudska priroda nas nagoni da smišljamo naknadna objašnjenja za njegovu pojavu usled čega on postaje objašnjiv i predvidljiv.” (Hanić: 2020: 10). Upravo nas je pandemija izazvana virusom Covid-19 u punom obimu pretvorila u neme posmatračke događaja koji su promenili živote većine stanovništva. S obzirom na aktuelno stanje i situaciju sa pandemijom mora se konstatovati da su ne samo lekari, već i

**31** Ovaj izveštaj ima za cilj da ukaže na probleme slobode izražavanja u okolnostima pandemije kao i da podseti na standarde i sredstva koja su na raspolaganju državama članicama i Savetu Evrope za rešavanje izazova sa kojima su suočeni.

**32** Crni labud je referenca na filozofski misaoni eksperiment iz 17. veka. U Evropi do tada niko nije video drugačije labudove osim belih, pa je tvrdnja „svi labudovi su beli” često korišćena kao primer nepobitne istine. Smatralo se da je šansa da se pronađe crni labud ravna nuli, sve dok se to nije dogodilo 1697. godine u Australiji. Bilo je očigledno da se njihovo navodno nepostojanje nije moglo dokazati na osnovu dotadašnjeg iskustva. Slična predviđanja važila su i za terorističke napade 11. septembra 2001, ekspanziju Interneta, pojavu pretraživača Gugl (Google), krah svetskih berzi u jesen 2008. (Taleb 2016)

ekonomisti, političari, sociolozi pa i teoretičari medija imali različita objašnjenja za novonastalu situaciju. Budući da do sada ta objašnjenja nisu dobila potpunu potvrdu, to znači da je izostala komponenta dalje predvidljivosti ovih pojava koje su entropijski delovale na društvo, ekonomiju i uopšte opstanak ljudske vrste. Talebova metafora *crnog labuda* u potpunosti se može primeniti na pandemiju Covid-19 i činjenicu da je ovaj događaj proizveo krizu ogromnih razmera koja je morala da bude iskomunicirana na pravi način, ali je uprkos oprezu i svoj predostrožnosti proizvela rizik.

Kako u svojim teorijskim razmatranjima Urlah Bek konstatuje „rizici nisu otkriće modernog doba” (Bek 2001: 34) već su karakteristika duge istorije društva. Današnji rizici se „zasnivaju na industrijskoj hiperprodukciji” (isto: 35) i generalno se mogu oceniti kao rizici modernizacije. Slično Beku i Entoni Gidens (Anthony Giddens) debatuje i prepoznaje dve vrste rizika: spoljašnje i proizvedene. Spoljašnji rizici dolaze van tradicije ili prirode, a proizvedeni rizici nastaju pod uticajem delovanja „našeg rastućeg znanja o svetu”, pod uticajem su čovekove prakse, naučnih znanja, moći i tehnologije delovanja na prirodu. Na ove rizike sve više utiču moćni globalizacijski procesi. (Gidens, 2005, 52–54 prema Kovačević 2013: 248) U tom smislu epidemija izazvana virusom Covid-19, a koja je prerasla u pandemiju može biti tretirana kao proizvedeni rizik sa posledicama po zdravlje, pa čak i ljudski život. Nažalost, pandemija je pokazala da su kriza i rizik kao njen proizvod svojevrsan *big business* „odnosno dolazi do ekonomske eksploatacije rizika, koji se tako oslobađaju, industrijsko društvo proizvodi opasnosti i politički potencijal rizičnog društva.” (Bek 2001: 37)

Povezujući događaje koji su prema Talebu okarakterisani kao *crni labud* sa događajima koji proizvode rizik, a posledica su modernizacije, suštinski govorimo o kriznim situacijama koje se odlikuju specifičnostima vezanim za uzroke, obim i posledice. Svaka kriza predstavlja ozbiljnu pretnju, nosi sa sobom veliku neizvesnost i odigrava se pod vremenskim pritiskom. Ove situacije dodatno opterećuju i činjenice da kriza ima dimenziju konflikta, sadrži afektivne elemente, elemente delegitimizacije, a pojavljuju se i nejasna i protivrečna saznanja koja prave problem pri odlučivanju. Kriza je svojevrsan poremećaj koji se mora kontrolisati. Tipovi krize su: vanredna situacija kod koje su jasni priroda i karakter krize i katastro-

fa kao iznenadna i velika nesreća (Kešetović 2008). U ovom kontekstu definisanja i klasifikacije kriznih situacija postavlja se pitanje gde je i šta je pandemija uopšte i konkretno ova izazvana virusom Covid-19? Čini se da bi najpribližnije bilo reći da je reč o globalnoj krizi koja se graniči sa katastrofom, prepuna je nepoznanica, predugo traje i nema naznaka rešenja, raspoloživi resursi su nedovoljni, nema dovoljno informacija, postoji sumnja u zvanične izvore zbog čega nema mogućnosti za primenu klasične matrice reagovanja i postupanja u uslovima krize. Generalno se može konstatovati da smo svi bili nepripremljeni na ovakvu krizu ali smo vremenom uspeali da se prilagodimo i razvijemo mehanizme osnaživanja i spremnosti da odgovorimo na izazove uslovljene ovakvim razvojem situacije.

### Mediji u kriznim situacijama i pred izazovima rizika

Pandemija izazvana virusom Covid-19 izazvala je krizu u svim društvenim sistemima uključujući i medijski. U novonastaloj situaciji, odgovornost medija bila je na najvišem nivou s obzirom na činjenicu da su mediji bili ti koji su bili zaduženi za pružanje pomoći u prevazilaženju krize. Upravo iz tog razloga najvažniji zadatak medija vezan je za kredibilno, istinito i pravovremeno informisanje i izveštavanje o aktuelnoj situaciji. Još jedan od programskih izazova sa kojima su se mediji susreli bio je vezan za produkciju sadržaja koji nisu bili usko vezani za krizu i pandemiju. Menadžment medija se takođe suočio sa problemom usko vezanim sa poslovnim politikom. Sa jedne strane reč je o smanjenju prihoda, povlačenju sponzora i oglašivača čiji su poslovi bili pogođeni krizom, a sa druge strane izazov je bio kako obezbediti nesmetano funkcionisanje poslovnog okruženja u situaciji kada je deo zaposlenih bio zaražen ili u izolaciji, dok je drugom delu zaposlenih trebalo obezbediti bezbednost u radnom prostoru, ali i dolazak do radnog mesta u situaciji potpunog „zaključavanja“.

„Iako se uloga medija u zdravstvenoj krizi percipira tek kao indirektna u odnosu na ulogu države ili medicinske struke, javno-interesna orijentacija medija predstavlja temelj u rešavanju krize, ali i očuvanju demokratije u društvu koje je zahvaćeno krizom.“<sup>33</sup> Njihovo delovanje u ovim situacija-

33 *Analiza izveštavanja medija o epidemiji korona virusa u Srbiji – Analiza sadržaja*

ma sa jedne strane je krajnje pozitivno – vezano za izveštavanje i tumačenje događaja, pomoć u orijentaciji, mada se srećemo i sa primerima negativnog delovanja gde mediji nisu sprečavali već širili moralnu i opštu paniku.

O važnosti medija u uslovima pandemije kao krizne situacije govori činjenica da su se ovom temom bavile brojne evropske institucije. Konkretno u dokumentima Saveta Evrope<sup>34</sup> koja su nastala kao rezultat aktivnosti evropskih organa i tela<sup>35</sup>, konstatovano je da je pandemija uz brojne izazove, uticala na slobodu izražavanja pošto je odmah po njenom izbijanju bilo jasno da će uspeh u njenom sprečavanju zavisiti od tačnih i pouzdanih informacija kao osnove za donošenje odluka odnosno smanjenja dezinformacija, glasina „negovanje solidarnosti i poverenja u mere koje se preduzimaju“.<sup>36</sup>

Novonastala situacija u prvi plan je postavila pitanje tačnog i istinitog informisanja, potrebe za što autentičnijim i aktuelnijim informacijama, ali i bojazan od ishitrenosti u ovim procesima. Zato nije retka situacija da se kod medija, posebno vrlo kredibilnih poput javnih servisa, pojavljuje prevelika opreznost i suzdržljivost što je za posledicu imalo odlaganje objavljivanje informacija čime se ograničava efikasnost i pravovremenost što su prerogativi medijskog posedovanja posebno u vremenu krize. Međutim, bez obzira na to o kom tipu medija je reč – tradicionalnim ili onlajn, komercijalnim ili javnim servisima, ostaje etička dilema da li sva saznanja do kojih su mediji došli treba da budu objavljena pošto postoje situacije u kojima ovakvo delovanje može proizvesti uznemirenost, strah i različite nove nestabilnosti.

Još jedan od medijskih trendova koji se pojačao tokom pandemije je

*dnevne štampe i TV stanica od 26. februara do 6. maja (2020)*, Beograd: Medijska arhiva Ebart, str. 2.

34 Information Documents SG/Inf(2020)19 The impact of the sanitary crisis on freedom of expression and media freedom 7 July 2020, dostupno na <https://rm.coe.int/16809ef1c7>, pristupljeno 14. septembra 2021.

35 Deklaracija Komiteta ministara na 129. sastanku u Helsinkiju 17. maja 2019.

36 Information Documents SG/Inf(2020)19 The impact of the sanitary crisis on freedom of expression and media freedom 7 July 2020, dostupno na <https://rm.coe.int/16809ef1c7>, pristupljeno 14. septembra 2021, n.p.

intenziviranje prisustva govora mržnje<sup>37</sup> što je doprinelo dodatnoj polarizaciji javnog diskursa. Stereotipi, stigmatizacija i upotreba pogrdnih i izraza u kojima se krije i određeni stepen agresije, posebno se detektuju u odnosu na nevakcinisane osobe za koje vlada uverenje da imaju potencijal da prenose virus, a primećeni su i u odnosu na tzv. društveno isključene grupe: starije osobe, Rome, pripadnike LGBT grupa, migrante, strance itd. Nije retka situacija da su se na meti nalazili novinari koji su, prema nekim procenama, neadekvatno izveštavali o aktuelnoj situaciji, pa su „etiketirani kao uzbunjivači pa i državni neprijatelji<sup>38</sup>, samo iz razloga što su skretali pažnju javnosti na određene anomalije. Nesporno je da bi svako odgovorno i savesno društvo kao imperativ trebalo da štiti novinarske izvore, medicinske radnike, a potom i same novinare čija bezbednost je realno ili potencijalno ugrožena. Neki od ovih zaključaka utvrdio je još u maju 2019. godine Komitet ministara zemalja članica Evropske unije, a slične primere srećemo i na našim prostorima gde je jedna od poslednjih vezan za uvrede sa čak antisemitskim elementima u odnosu na člana medicinskog dela kriznog štaba dr Predraga Kona.

Za razliku od ranijih kriznih situacija koje su donosile rizik po društvo i zajednicu od lokalnog do globalnog nivoa, tokom pandemije izazvane virusom Covid-19 situacija je dodatno usložnjena ukupnom digitalnom transformacijom i društva i medija. U uslovima obilja tehnoloških mogućnosti karakterističnih i za institucije i za pojedince<sup>39</sup>, brzog i neograničenog širenja informacija, medijsko posredovanje krize je dobilo nove dimenzije. Digitalni mediji, „značajno su se afirmisali i izrasli u sredstva diseminacije najraznovrsnijih informacija i sadržaja, ali i moćne alate za kreiranje stavova pojedinaca i ukupnog javnog mnjenja.” (Maričić, Nikolić 2015: 226) Svojevrsna „infodemija” kao medijski trend u vremenu pandemije, postaje realnost i način da se određene teme postave kao dominantne i prioritne

<sup>37</sup> Govor mržnje se vrlo često vezuje za medije, ali se ne sme zanemariti da je on često posledica ili prethodnica retorike političara i drugih pojedinaca na uticajnim pozicijama.

<sup>38</sup> Jedan od primera je slučaj novinarku Ane Lalić koja je bila uhapšena zbog izveštavanja i iznošenja informacija o stanju u Kliničkom centru Vojvodine koja su nadležni organi ocenili kao neadekvatno.

<sup>39</sup> Misli se na pojedince i njihove objave na društvenim mrežama od Fejsbuka i instagrama do Tik-Toka i Tvitera.

jednim delom iz razloga što to mesto zaslužuju, ali i usled manipulacije i skretanja pažnje sa važnih pitanja. Nesporna je korist koju su građani i javnost imali u smislu brzine distribucije i dostupnosti informacija te njihove aktuelnosti, ali je istovremeno primećeno da je došlo do osetnog pada poverenja u informacije dobijene onlajn putem posebno preko društvenih mreža. Određeni broj tekstova i sadržaja na društvenim mrežama imali su štetne efekte za građane, institucije sistema, ali i same medije zbog čega su se evropske institucije veoma angažovale u sprovođenju konkretnih akcija i organizovanju onlajn kurseva čiji je cilj bio afirmacija postulata slobode izražavanja i amortizacije negativnih efekata dejstva prvenstveno društvenih mreža. Iz ovih razloga afirmiše se ideja da bi delovanje medija u uslovima krize ili konkretne pandemije trebalo da bude centralizovano što znači da se moć koncentriše u rukama ograničenog broja rukovodilaca; da je neophodna koordinacija na svim nivoima vlasti i konačno da se moraju iskristalisati snažni lideri. (Rosenthal, Hart, 1991) Mediji imaju ključnu ulogu u uspostavljanju empatije sa javnošću i kreiranju stručnih i verodostojnih saopštenja, transparentnog, otvorenog i etičnog prosleđivanja, ali još važnije pružanja mogućnosti da javnost kritički sagleda dobijene informacije i stvarnost. Permanentna prepreka svakako su glasine, netačne izjave, senzacionalizam, populizam i manipulativnost izvora informacija koje mediji moraju preneti sa intervencijom ili bez nje.

U uslovima krize mediji, i javni i komercijalni, bili su izloženi preprekama, između ostalog ograničenom kretanju, posebno tokom tzv. policijskog časa odnosno „zaključavanja”, ograničenom prisustvu konferencijama za medije, ograničenim putovanjima, ograničenom broju akreditacija, produženim rokovima za dostavljanje informacija, izmeštenom i otežanom komuniciranju sa subjektima, bojazni od „lažnih”, netačnih i necelovitih informacija, generalno smanjenom obimu sadržaja koji nisu u vezi sa pandemijom, a o kojima su mogli da izveštavaju. Posebnu dimenziju je predstavljao i individualni odnos medijskih radnika prema pandemiji i strah od mogućnosti zaraze što je dodatno otežavalo svaki segment njihovog rada. Uz to rad komercijalnih medija je dodatno bio opterećen brigom o finansijskoj održivosti s obzirom na to da se loša situacija u privredi prelila i na medijski sektor i uticala na višestruko smanjenje budžeta.

Sa druge strane posebna odgovornost i teret ležali su i na medijima koji su definisani kao javni servisi. U delikatnim uslovima i pred brojnim izazovima oni su morali da ostanu nezavisan izvor pouzdanih i pravovremenih informacija, uključujući izjave nadležnih – članova kriznog štaba, medicinskih radnika i političara, uputstava za ponašanje i orijentaciju u vremenu krize, obrazovne programe, podršku zajednici i svim članovima društva, ali i zabavu i opuštanje odgovorno i odmereno kao svojevrsan kontrolisani eskapizam u uslovima pandemije kao krize.

Teret krize i vanredne situacije izazvane pandemijom odrazio se i na sve medijske radnike uključujući i na menadžmente medija. Lideri u kreativnim organizacijama morali su da razviju kulturu koja zaposlenima daje visok nivo autonomije u radu i preuzimanju rizika i dozvoljava neuspeh (Wicks et al. 2009: 41, prema Appelgren 2021: n.p.). Jasno je da će kreativnost biti ugrožena kada menadžeri intenzivno prate, nadziru i kontrolišu, međutim, u uslovima krize veoma je važno povećati profesionalizaciju upravljanja budući da se lideri nalaze odgovornim za strateške, finansijske i tehničke odluke (Waldenström et al., 2019 prema Appelgren 2021: n.p.). U uslovima krize srednji nivo menadžmenta je još više izložen pritiscima i očekivanjima kako od samih zaposlenih tako i od top menadžmenta ili vlasnika ukoliko je reč o komercijalnim medijima. Upravljanje i rukovođenje u radu medija dodatno je bilo otežano činjenicom da je veliki broj zaposlenih radio od kuće, a rad od kuće uneo je promene u radni život zaposlenih, uključujući i način na koji su oni doživljavali liderstvo (Daraba et al. 2021). Tokom krize došlo je do povećanja radnog opterećenja zaposlenih, a više od polovine menadžera smatralo da se njihovo rukovodstvo u velikoj meri promenilo posebno iz razloga tzv. teleprisutnosti i sastanaka onlajn putem (Appelgren 2021: n.p.).

### Mediji u Srbiji tokom pandemije 2020. godine

Srbija, kao i brojne zemlje, nije u punom kapacitetu bila spremna za pandemiju čemu je doprinelo i početno negiranje krize i pretnji.<sup>40</sup> Medijska

<sup>40</sup> Izjava prof. dr Branimira Nestorovića od 26. februara 2020. u kojoj je tvrdio da je „Korona virus najsmješnji virus u istoriji”.

dokumentacija *Ebart* u saradnji sa Misijom OEBS-a<sup>41</sup> u Srbiji, realizovala je istraživanje u čijem fokusu je bila analiza sadržaja šest dnevnih novina (*Blic*, *Danas*, *Informera*, *Kurir*, *Politika* i *Večernje novosti*) i tri TV stanice: *RTS*, *TV Pink* i *TV N1* u periodu od 26. februara do 6. maja 2020. godine.

U programima navedenih tv stanica beleži se ujednačen broj priloga koji prate situaciju vezanu za pandemiju i to u formi dnevnog izveštavanja sa statističkim podacima o obolelima i njihovom stanju. Iako je u interpretaciji navedenih tema bilo dosta uzdržanosti, primetno je da se o broju zaraženih i preminulih govorilo sa jednom dozom senzacionalizma bilo da je reč o rastu ili padu broja zaraženih i umrlih. Programe centralnih informativnih emisija RTS-a i N1 odlikuju slični tematski okviri: borba protiv Covid-19<sup>42</sup>; mere države<sup>43</sup>, dok TV Pink u većoj meri od druge dve tv stanice izveštava o broju obolelih na dnevnom nivou, ne analizirajući detaljnije podatke i informacije koje dolaze iz zvaničnih izvora (33 priloga).

TV N1 posebnu pažnju je poklanjala temama vezanim za funkcionalnost zdravstvenog sistema (11) i medijskim pravima i slobodama (6 priloga), dok je TV Pink više izveštavala o spoljno-političkim aktivnostima zvaničnika Srbije u doba Covid-19, kao i ekonomskim merama koje je donela Vlada Srbije (4). O političkom životu u Srbiji u kontekstu korona virusa najviše je izveštavala TV N1 sa 5 priloga.

Kada je reč o žanrovima i formama tv priloga, u programima RTS-a i TV Pink dominiraju informativni prilozima, za razliku od TV N1 u čijim programima dominiraju analitički žanrovi i generalno analitički pristup.<sup>44</sup> Jedan od negativnih trendova na koje je istraživanje ukazalo je da su RTS i TV Pink pokušavali da umanje ozbiljnost situacije, dok je TV N1 izraženi-je naglašavala dramatičnost situacije. Kada je reč o izvorima informacija, najveći broj medijskih sadržaja kod sve tri tv stanice počivao je na informacijama dobijenim od zvaničnih izvora, čak 82% slučajeva. Ostali izvori

<sup>41</sup> OEBS – Organizacija za evropsku bezbednost i saradnju (eng. *Organization for Security and Co-operation in Europe – OSCE*).

<sup>42</sup> RTS – 41 prilog, TV N1 – 44 prilog.

<sup>43</sup> RTS – 31, TV N1 – 35 prilog.

<sup>44</sup> Informativni pristup: RTS – 98, Pink – 97 i N1 – 83; analitički: RTS – 1,6, Pink – 1,6 i N1 – 16,28; ljudske priče: RTS – 0, Pink – 0,8 i N1 – 0,7.



informacija su: predstavnici države (Vlada Republike Srbije, predsednik i članovi Kriznog štaba), sajt Ministarstva zdravlja – Covid19.rs, zdravstveni radnici<sup>45</sup>, građani odnosno građani kao pacijenti.<sup>46</sup>

Od pojedinaca kao izvora informacija najčešće su prisutni: Predrag Kon, Darija Kisić Tepavčević, Goran Stevanović, Zoran Gojković, Branislav Todorović, Ivana Milošević, Srđa Janković, Verica Jovanović, Branimir Nestorović, „kineski eksperti”, Mijomir Pelemiš, što govori o dominaciji zdravstvenih radnika, članova medicinskog dela Kriznog štaba od kojih su neki bili u bliskim vezama sa političkim delom ovog tela. RTS je dosta medijskog prostora ustupio „državnoj” interpretaciji borbe protiv pandemije ističući odlučujuću ulogu državnih subjekata, dok je TV Pink otišla korak dalje eksplicitno zastupajući državne interese u odnosu na pandemiju dajući veliki prostor ključnim političkim akterima kao najznačajnijim u borbi protiv pandemije, ali i prezentaciji sopstvene političke agende. Aleksandar Vučić je bio akter jednog broja priloga u kojima se izražavaju pohvale na rad državnih organa i to na: TV N1 – 8, RTS – 14 i TV Pink – 12 priloga.

Jedan od najupečatljivijih primera izveštavanja tv stanica o pandemiji vezan je za incident i hapšenje novinarku Ane Lalić. Ona je javno iznela određene informacije o stanju u Kliničkom centru Vojvodine, neadekvatnoj opremi i zaštiti zaposlenih što je uzrokovalo i visok stepen zaražavanja medicinskog osoblja. Zvaničnici su njene informacije procenili kao netačne i lažne, pokušali su da je nateraju da otkrije svoj izvor iz Kliničkog centra, što je izazvalo burne reakcije kod novinarskih udruženja u zemlji i svetu. Ana Lalić je ubrzo oslobođena iz zatvora i obustavljen je postupak protiv nje što je bila jedna od prvih pobeda u zaštiti integriteta novinarske profesije i novinara generalno. Ova situacija je imala veliki odjek i u drugim medijima i u javnosti, s obzirom na to da je jasno ukazala na loš položaj novinara u našoj zemlji i u prvi plan istakla spremnost političkih zvaničnika da vrše pritisak i kreiraju medijsku sliku situacije prema svojim meril-

45 24 priloga

46 Sajt Ministarstva zdravlja – Covid19.rs najčešće je izvor priloga na TV N1, a najmanje na TV Pink, drugi mediji su najcitiraniji na TV N1, a najmanje na TV Pink, a istovetna je situacija i sa pacijentima kao izvorima informacija.

ima. Kada je reč o TV Pink, ova stanica je u potpunosti zauzela poziciju državnog političkog vrha, jednostrano i ostrašćeno izveštavajući o celokupnoj situaciji uključujući i slučaj Ane Lalić, čime se u potpunosti udaljio od društvene uloge medija, doprinoseći ugrožavanju novinarskih prava i slobode medija. TV N1 je u značajnoj meri doprinela da se slučaj hapšenja Ane Lalić sagleda na celovit način, ukazujući na različite dimenzije ovog problema, što je očekivana uloga javnog servisa, koju RTS nije ispunio.<sup>47</sup>

## Zaključak

Globalna kriza izazvana pandemijom uzrokovanom virusom Covid-19, snažno se odrazila na sve aspekte funkcionisanja društva. Pandemijom su pogođeni pojedinci i institucije, stvaraoci i publika, ekonomska i realna – održivost u životu. U tom smislu u radu smo se opredelili za aktuelizaciju koncepta crnog labuda libanskog matematičara Taleba kao metafore za iznenadne pojave, događaje sa dugotrajnim posledicama u odnosu na koje menadžment mora da reaguje i ima rešenja. Drugi teorijski okvir i prostor analize vezan je za pojam *društva rizika*, teoretičara Urlaha Beka koji prepoznaje moderno društvo kao društvo brojnih rizika u kome se uz raspodelu dobara vrši i raspodela rizika, ali koje za neke delove društva otvara mogućnost da rizik bude osnov velikog biznisa.

Neizostavni pratilac i svojevrsni „kompas” građanima u praćenju krizne situacije čiji je uzrok pandemija svakako su mediji – štampani i elektronski, tradicionalni i digitalni, institucionalni i personalni, komercijalni i javni servisi. Pitanje njihovog položaja i delovanja u vremenu pandemije kao globalne krize i brojnih rizika, postala je predmet kojim su se bavile značajne evropske institucije – Savet Evrope, Evropski parlament, ali i domaći istraživači poput medijske dokumentacije Ebart. U tom smislu kao rizici su prepoznati problemi adekvatnog, etičnog, nepristrasnog, odmerenog izveštavanja u vremenu krize u smislu čega su prepreke uglavnom bile vezane za pitanje adekvatne medijske reprezentacije pandemije i mera koje je trebalo poštovati. Posebno pitanje se odnosilo na sadržaje koji nisu

47 *Analiza izveštavanja medija o epidemiji korona virusa u Srbiji – Analiza sadržaja dnevne štampe i TV stanica od 26. februara do 6. maja (2020)*, Beograd: Medijska arhiva Ebart.



u vezi sa pandemijom, a bilo ih je u vrlo skromnom obimu, nevezano da li su iz kulture, umetnosti ili ekonomije i turizma, a kojima je trebalo da se publici ponudi neki oblik simulacije normalnosti. Druga dimenzija je pitanje menadžmenta medija i organizacije njihovog rada u uslovima brojnih prepreka, ograničenja, rizika i činjenice da je mnoštvo medijskih radnika bilo zaraženo, da je bilo neophodno održati proces rada, poštovanje zdravstvenih mera i brige za svakog zaposlenog kao najvredniji kapital medijske organizacije.

Kada je reč o delatnosti nekih od najznačajnijih srpskih televizijskih stanica u smislu čega su predmet analize bili televizija sa funkcijom javnog servisa (RTS), jedan komercijalni nacionalni emiter (TV Pink) i kablovska televizijska stanica (N1), konstatovano je da je najveći stepen angažovanog i analitičkog izveštavanja o krizi i pandemiji zabeležen u informativnim programima TV N1. RTS pokušava, ali ne uspeva uvek da bude objektivna već lavira između stavova političkog vrha i činjeničnog stanja vezanog za pandemiju dok TV Pink eksplicitno i dominantno izveštava u skladu sa idejnim kursom zvaničnog političkog vrha. Na osnovu navedenog istraživanja jasno se može zaključiti da je javni servis – RTS delimično ispunjavao svoju funkciju, TV N1 u nešto većoj meri, dok je TV Pink imao najveća odstupanja i visok stepen podrške aktuelnoj političkoj strukturi.

Za razliku od ranijih kriznih situacija na našim prostorima: građanskog rata, NATO bombardovanja, političkih nemira, elementarnih nepogoda i drugih kriznih situacija, u uslovima pandemije mediji nisu u punom obimu odgovorili postavljenim zadacima, a trebalo je još odgovornije, preciznije i odmerenije da izveštavaju, izbegavaju greške koje bi mogle da izazovu neadekvatno tumačenje, prošire glasine, ili izazovu moralnu paniku. Sa druge strane, medijski radnici i njihov menadžment, bili su pred permanentnim profesionalnim i personalnim izazovima, strahom za svoje zdravlje i zdravlje svoje porodice, ali i obavezom da odgovore i savesno posluju. Nova situacija i ova gotovo dvogodišnja vanredna situacija, konstantni stres u kome se nalazilo čitavo društvo u borbi protiv „nevidljivog” neprijatelja, ponudili su i društvu i medijima novo iskustvo koje možda neće u punom obimu moći da se primeni na neke nove krizne situacije, ali će svakako dovesti do pomaka u razmišljanju šta i kako medijski radnici

mogu da urade za svoje medije, svoje zaposlene i građane kojima moraju da pomognu da se orijentišu u svakoj situaciji, a posebno situaciji neizvesnosti, kriza i rizika.

#### Reference:

- *Analiza izveštavanja medija o epidemiji korona virusa u Srbiji – Analiza sadržaja dnevne štampe i TV stanica od 26. februara do 6. maja (2020)*, Beograd: Medijska arhiva Ebart.
- Appelgren, E. (2021). Media Management During COVID-19: Behavior of Swedish Media Leaders in Times of Crisis, Published online: 10 Jun 2021, <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1939106>, pristupljeno 7. oktobra 2021.
- Bek, U. (2001). *Rizično društvo: u susret novoj moderni*, Beograd: Filip Višnjić.
- Daraba, D., Wirawan H., Salam R. & Muhammad Faisal, M. (2021). Working from home during the corona pandemic: Investigating the role of authentic leadership, psychological capital, and gender on employee performance, *Cogent Business & Management* 8(1), DOI: 10.1080/23311975.2021.1885573
- Gidens, E. (2005). *Odbegli svet: kako globalizacija preoblikuje naše živote*, Beograd: Stubovi kulture.
- Hanić, A. (2020). *Crni labud u svetskoj ekonomiji*. U P. Mitić i D. Marjanović (ur.) *Black swan in the world economy*, (str. 9–28), Beograd: Institut ekonomskih nauka.
- Kešetović, Ž. (2008). *Krizni menadžment*, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Fakultet za bezbednost i Službeni glasnik.
- Kovačević, I. (2013). Globalno rizično društvo i zdravlje, *Политема*, 3(6), 245–252.
- Maričić, N. & Nikolić, M. (2015). Mediji u vanrednim situacijama – Izveštavanje srpskih medija o poplavama u maju 2014. godine, *Zbornik radova FDU* 27(19), 225–241.
- Rosenthal, U. & Hart, P. (1991). *Experts and Decision Makers in*

Crisis Situations“, *Knowledge*, 12 (4), 350–372.

- Taleb, N. N. (2016). *Crni labud: uticaj krajnje neverovatnih zbivanja Smederevo*: Heliks, 2016.
- *The impact of the sanitary crisis on freedom of expression and media freedom*, *Information document*, Council of Europe, 7. jul 2020, dostupno na <https://rm.coe.int/16809ef1c7>, pristupljeno 17. jul 2022.
- Waldenström, A., Wiik J. & Andersson U. (2019). Conditional Autonomy: Journalistic Practice in the Tension Field Between Professionalism and Managerialism. *Journalism Practice* 13(4): 493–508.
- Wicks J. L., Sylvie, G., Hollifield A. C., Lacy S., & Sohn A. B. (2009). *Media Management: A Casebook Approach*. London: Routledge.

## MEDIA MANAGEMENT FACING THE CHALLENGES AND RISKS CAUSED BY A PANDEMIC

— Mirjana Nikolić  
Milica Ilčić

Based on theoretical starting points and empirical experiences, in this paper we will present the challenges and risks faced by Serbian traditional media during the pandemic caused by the Covid-19 virus. At the same time, we will determine ways to adapt existing electronic media management models in unexpected and risky conditions. The first starting point, the work has in Taleb's (Nassim Nicholas Taleb) concept of the Black Swan as metaphors for sudden phenomena, events with long-lasting consequences in relation to which the management must react and have solutions. The second theoretical framework of the analysis is related to the notion of risk society, the theorist Ulrich Beck. He recognizes modern society as a society of numerous risks – endangerment of plants, animals and humans, ie excessive use of non-renewable natural resources. Global Pandemic 2020-2021. year, is another of the risks that led to long-term consequences for the fate and development of society. The crisis has also affected the media and electronic media management, both public and private. In the conditions of the pandemic, the media were exposed to numerous challenges, starting from the disturbed and redefined social and business environment, that is, the uncertainty and fear for the life of every media worker and every citizen. Unlike previous crisis situations in our area: civil war, NATO bombing, protests and demonstrations, floods, earthquakes and other natural disasters, the media had to report even more responsibly, accurately and me suredly in the conditions of a pandemic. They had to avoid mistakes that could cause rumor and moral panic, while on the other hand, media workers were in constant fear for their own health and even life.

**Ključne reči:** pandemic, media, media management, Covid-19, risk society

# SAMOPROCENA NASTAVNIKA O POTREBAMA ZA MEDIJSKOM I INFORMACIJSKOM PISMENOŠĆU TOKOM PANDEMIJE COVID-19<sup>48</sup>

— Aleksandra B. Ugrinić<sup>49</sup>  
Kristina M. Milić  
Ana V. Milojević

<sup>48</sup> Rad je nastao u okviru naučno-istraživačkog projekta Univerziteta u Beogradu – Fakulteta političkih nauka, „Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu” (broj projekta 179076) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

<sup>49</sup> Kontakt sa autorkom: [aleksandra.ugrinic@fpn.bg.ac.rs](mailto:aleksandra.ugrinic@fpn.bg.ac.rs)

## Uvodna razmatranja

Pored metodičkih i pedagoških znanja, kompetencije nastavnika 21. veka podrazumevaju i poznavanje informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT). Za razliku od učenika koji se lako i brzo adaptiraju na nove tehnologije, nastavni kadar je često u zaostatku u odnosu na njih. Zbog toga se govori o postojanju „digitalnog jaza” između nastavnika i učenika (Petrović, 2016), koji opstaje uprkos stalnim naporima da se prevaziđe, jer je razvoj tehnoloških inovacija konstantan i vrtoglav. Kao posledica digitalnog jaza u obrazovnom procesu na relaciji nastavnik–učenik, javlja se manjak interesovanja za nastavu: „učenicima je dosadno na časovima, ne žele da uče i generalno imaju otpor prema školi, a prema nastavnicima se odnose bez poverenja” (Petrović, 2016: 17).

Prelazak na masovnu onlajn (online) nastavu u Srbiji tokom pandemije Covid-19 ukazao je na razmere rascepa između očekivanja učenika i kompetencija nastavnika za upotrebu IKT u nastavnom procesu. Promenjene okolnosti u načinu rada otvorile su nove profesionalne mogućnosti za održavanje nastave i obradu nastavnih jedinica. Nastavnici su uvideli da su im dostupni različiti alati, odnosno besplatni softveri za kreativnije, lakše, organizovanije okruženje za prenošenje znanja, kao i mogućnosti za kreiranje sadržaja, digitalnih materijala i resursa (Zavod za unapređenje obrazovanja i vaspitanja – ZUOV, 2020). Međutim, prema prvim podacima o sprovođenju obrazovno-vaspitnog programa putem učenja na daljinu tokom zatvaranja škola u 2020. godini, nastavno osoblje nije bilo pripremljeno za ovaj vid rada (ZUOV, 2020). Kao jedan od razloga nespremnosti nastavnici su naveli nedostatak kompetencija za upotrebu modernih tehnologija, a izostala je i sistemska podrška za podizanje kompetencija nastavnika. Uvidom u bazu ZUOV, kao krovne institucije za stručne obuke nastavnog kadra u Srbiji, može se konstatovati da osim kratkotrajnih obuka za ovladavanje informatičkim veštinama, izostaju konkretne obuke za korišćenje specifičnih digitalnih alata za produkciju nastavnog sadržaja.

U skladu sa tim, intencija autora ovog rada jeste da na osnovu pregleda stanja stručnog usavršavanja nastavnika u Srbiji i samoprocene znanja i potreba nastavnika daju preporuke za buduće obuke za jačanje kompetencija na polju IKT, odnosno medijske i informacijske pismenosti

(MIP) nastavnika. Takođe, ovaj rad ima za cilj da otvori novu perspektivu o značaju produkcije i upotrebi medijskih sadržaja sa ciljem premošćivanja digitalnog jaza na relaciji nastavnik–učenik. Osim velikog značaja za realizaciju nastave na daljinu, smatramo da se upotrebom savremenih tehnologija i medija u kreiranju nastavničkih materijala, kreiraju sadržaji koji mogu bolje da komuniciraju sa mladima. Time će se nastavni programi učiniti prijemčivijim i bliži interesovanjima učenika.

### Teorijska osnova istraživanja

Definicije medijske pismenosti odavno uključuju i kompetencije za kreiranje medijskog sadržaja. Prema mišljenju Sonje Livingstone (Sonia Livingstone) jednu od najšire prihvaćenih određenja dala je Patricija Aufderhaid (Patricia Aufderheide): „medijska, odnosno pismenost u širem smislu, podrazumeva sposobnost pristupa, analize, evaluacije i kreiranja poruka u mnoštvu formi” (Aufderheide, 1993, prema Livingstone, 2004: 3). Ova definicija kao jednu od četiri komponente medijske pismenosti ističe kreiranje sadržaja kao važnu u skupu komplementarnih kompetencija koje se prepliću i međusobno nadograđuju prilikom korišćenja medija. Drugim rečima, konvencije i prednosti profesionalno proizvedenog materijala korisnici mogu razumeti samo ako imaju iskustva u izradi istog (Hobbs, 1998, Sefton-Green, 1999, prema Livingstone, 2004: 6).

Kada se koncept medijske pismenosti adaptirao novim izazovima nastalim sa razvojem interneta, i evoluirao u pojam MIP, veštine produkcije digitalnog sadržaja ostale su važan deo skupa kompetencija neophodnih za snalaženje u digitalnom dobu. Koncept MIP podrazumeva „bitne sposobnosti (znanje, veštine i stav) koje građanima omogućavaju da se na delotvoran način bave medijima i ostalim dobavljačima informacija, da razvijaju kritičko mišljenje i veštine celoživotnog učenja da bi komunicirali kao aktivni građani u društvu” (Grizzle et al., 2015: 187). Kada se ovakva definicija razvije u listu kognitivnih i instrumentalnih sposobnosti, među deset fundamentalnih se nalazi i „sposobnost da se primene IKT veštine u cilju obrade informacija i produkcije sadržaja” (Grizzle, 2018: 25–28). Prema tome i MIP se sagledava kao nelinearan dinamički proces u kome svaka komponenta podržava razvoj druge. Odnosno, prema rečima Liv-

ingstonove, „učenje za kreiranje sadržaja pomaže da se analizira ono što su drugi profesionalno proizveli; veštine analize i evaluacije otvaraju vrata novim upotrebama interneta, širenju pristupa i tako dalje” (Livingstone, 2004: 3).

Ključni korak u promovisanju MIP kao važnog skupa kompetencija za bolje razumevanje i primenu modernih tehnologija u procesu učenja, učinio je UNESCO objavljivanjem priručnika za nastavnike: *Medijska i informacijska pismenost – Nastavni plan i program za nastavnike* (Media and Information Literacy – Curriculum for Teachers). Priručnik je organizovan oko tri ključne programske oblasti MIP koje podrazumevaju: znanja i razumevanja medija, evaluaciju medijskog sadržaja i izvora informacija, kao i produkciju i upotrebu medija (Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong & Cheung, 2011: 22). Kerolin Vilson (Carolyn Wilson), urednica i autorka ovog priručnika, u kasnijim pregledima mogućnosti MIP u obrazovanju, ističe da navedene tri ključne programske oblasti pružaju adekvatan okvir za razvoj nastavnog plana i programa i pedagoških pristupa. Razumevanje, evaluacija i produkcija medijskih sadržaja omogućiće nastavnicima „identifikovanje onoga šta se može predavati” i načina „kako se može podučavati” (Wilson, 2012:3). Kao jednu od ključnih kompetencija autorka izdvaja produkciju i upotrebu medijskih sadržaja.

Značaj digitalnih kompetencija potvrđuje i uvid u postignute rezultate obuka nastavnika za jačanje digitalne i medijske pismenosti na evropskom nivou (European Project e-MEL, 2014-17). Pored potrebe za kontinuiranim ažuriranjem nastavničkih veština i pedagoških znanja, naglašava se i potreba za profesionalni razvoj kroz upotrebu medija i tehnologija (Ranieri, Bruni & de Xivry, 2017). Istovremeno, u dokumentu *Okvir digitalnih kompetencija za edukatore* (Digital Competence Framework for Educators – DigCompEdu, 2017) prepoznato je 6 glavnih područja/okvira koje je potrebno unaprediti kod nastavnika (Redecker, 2017). Autori ovog dokumenta poseban fokus stavljaju na upotrebu digitalnih alata: kreiranje i distribuciju digitalnog sadržaja (okvir 2) i značaj upotrebe digitalnih alata u nastavi i procesu učenja (okvir 3) (Redecker, 2017: 8).

Ispitujući kompetencije nastavnika o kreiranju medijskih sadržaja za potrebe obrazovanja, Sousa i Kosta (Sousa & Costa, 2019) ističu važnost

fokusiranja obuka za nastavnike na produkciju. Pozivajući se na prethodna istraživanja, autori naglašavaju da je „sposobnost odabira, prilagođavanja i/ili razvijanja materijala i alata za MIP za dati skup obrazovnih ciljeva i potreba, treba da budu veštine koje nastavnici treba da stiču” (Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong & Cheung, 2011, prema Sousa & Costa, 2019: 143). U sklopu obuka za nastavno osoblje Portugala (N=21) za kreiranje medijskih sadržaja, sa fokusom na digitalne igrice, istraživači Sousa i Kosta plasirali su upitnik sa pitanjima koja su se odnosila na samoprocenu kompetencija i motivacije nastavnika. Kvalitativni rezultati pokazali su da nastavnici prepoznaju važnost kreiranja digitalnih sadržaja i medija u jačanju motivacije učenika i u daljoj promociji kompetencija medijske pismenosti (Sousa & Costa, 2019: 139).

### **Pregled stanja u Srbiji**

Kako pokazuje dosadašnji pregled literature u ovom radu, značaj primene IKT u savremenim učionicama, kao i vrednost MIP za nastavni kadar, prepoznale su mnoge relevantne međunarodne i nacionalne organizacije. Slično tome, IKT i MIP čine važan segment strategija za unapređenje obrazovanja u Srbiji.

Jedan od ozbiljnih koraka u integraciji digitalnog i onlajn učenja u obrazovnom sistemu u Srbiji predstavljen je u *Smernicama za unapređivanje uloge informaciono-komunikacionih tehnologija* u obrazovanju (Nacionalni prosvetni savet, 2013). U ovom dokumentu se preporučuje da nastavnik treba da poseduje informacionu, digitalnu i medijsku pismenost, a posebno u svom području rada, „koji se odnosi na učenje u onlajn okruženju i kreiranje multimedijalnih i digitalnih nastavnih materijala” (Nacionalni prosvetni savet, 2013: 12). Jedna od preporuka odnosi se na kreiranje video i audio zapisa kao značajnog segmenta za pripremu i realizaciju nastave. Nastavnicima se sugeriše da za „uređivanje i diseminaciju audio i video zapisa mogu koristiti mnogobrojne veb (web) servise, npr. servise za deljenje medija, podcast, video-kast, aplikacije za onlajn skladištenje dokumenata (eng. media-sharing, podcasting, videocasting, online storage application) i programe otvorenog koda” (Nacionalni prosvetni savet, 2013: 47–48). Implementacija Smernica o upotrebi tehnoloških inovacija

u nastavne svrhe proverena je *Istraživanjem o upotrebi informaciono-komunikacionih tehnologija u školama u Srbiji* (Džigurski, Simić, Marković i Šćepanović, 2013). Nalazi anketnog ispitivanja zaposlenih u osnovnim i srednjim školama u Srbiji (N=545) pokazuju da IKT prepoznaju kao način osavremenjivanja i približavanja obrazovanja učenicima. Istovremeno, autori ističu da ne postoji strateški pristup unapređivanju uloge IKT u nastavi. Samoprocena nastavnika potvrđuje potrebu za znanjima neophodnim „za razvoj digitalnih nastavnih materijala, korišćenje opreme i upotrebu specifičnih računarskih programa” (Džigurski, Marković, Simić i Šćepanović, 2013, prema Nacionalni prosvetni savet, 2013: 105–106).

Zvanični dokumenti i preporuke koje je u narednom periodu usvojila Vlada i Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije (MPNT) nisu imali tako sveobuhvatan pristup analizi digitalnih kompetencija nastavnika i jasno definisane smernice za upotrebu digitalnih alata i kreiranje sadržaja za obrazovanje, kao što je to bio slučaj u *Smernicama Nacionalnog prosvetnog saveta* (2013). *Strategija razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020*, koju je Vlada Republike Srbije razvijala gotovo paralelno sa *Smernicama*, načelno prepoznaje IKT kao potencijal modernizacije obrazovnog procesa. U delu koji se tiče usavršavanja nastavnika, *Strategija*, između ostalog, naglašava i potrebu za obukama za upotrebu IKT u nastavi.

Potreba za digitalnim kompetencijama nastavnika kasnije je delimično razrađena u priručniku *Okvir digitalnih kompetencija – Nastavnik za digitalno doba* (MPNT, 2017), koji je definisan u skladu sa *Strategijom*. Cilj ovog dokumenta je promovisanje pedagoške upotrebe IKT u svrhu inovativnosti u nastavi (MPNT, 2017: 2). U ovom priručniku značaj produkcije digitalnih sadržaja za potrebe obrazovanja prepoznaje se kao segment jedne od ključnih kompetencija nastavnika u digitalnom dobu koja obuhvata „pretragu, adaptaciju i kreiranje digitalnih sadržaja za učenje” (kompetencija 2). Kompetencije koje podrazumevaju produkciju digitalnog materijala za učenje podeljene su na tri nivoa složenosti: osnovni, srednji i napredni. I dok se prva dva nivoa odnose na kreiranje i kombinaciju teksta, prezentacije i fotografija, napredni nivo uključuje korišćenje različitih digitalnih alata za kreiranje interaktivnih i multimedijalnih i sadržaja različitih formata, na različitim platformama i u okruženjima



(MPNT, 2017: 11). Međutim, iako su u dokumentu jasno definisane neophodne veštine i digitalne kompetencije nastavnika, ovaj dokument ne nudi konkretna uputstva prosvetnim radnicima, već služi za „procenu sopstvenih veština i promišljanje o sopstvenoj praksi kao i za identifikaciju narednih koraka svog profesionalnog razvoja” (MPNT, 2017: 21).

Nadogradnja ovog priručnika usledila je svega dve godine kasnije usvajanjem *Okvira digitalnih kompetencija – Nastavnik za digitalno doba 2019*. Kako je navedeno, Okvir iz 2017. godine objavljen je kao odgovor na digitalnu transformaciju „sa ciljem da se dođe do referentnog okvira za razvoj digitalnih kompetencija zaposlenih u obrazovanju”, dok Okvir iz 2019. godine predstavlja savremenu verziju kreiranu sa ciljem da podrži nastavnike „u procesu integracije digitalnih koncepata, alata i sadržaja u svakodnevnu obrazovnu praksu” (MPNT, 2019: 4). Specifične veštine organizovane su u 6 kategorija, od kojih se druga kategorija odnosi na kompetencije za korišćenje digitalnih resursa za potrebe nastave i učenja. Najsloženiji nivo sadržan je u tački „2.3. Adaptacija i kreiranje” i odnosi se na produkciju digitalnih sadržaja za potrebe nastave. Napredni nivo profesionalnih sposobnosti nastavnika treba da obuhvati korišćenje kompleksnih alata za kombinovanje multimedijalnih digitalnih sadržaja. Odnosno, nastavnik bi trebalo da zna „kako da kreira kompleksne digitalne sadržaje različitih formata, na različitim platformama i u okruženjima shodno individualnim potrebama učenika” (MNPT, 2019).

Ono što je zajedničko za oba *Okvira* jeste da su, pre svega, namenjeni za samoprocenu i promišljanje o sopstvenoj praksi nastavnika, kao i za identifikovanje potencijalnih narednih koraka u profesionalnom razvoju. Tako jačanje kompetencija ostaje na nivou preporuka, bez jasnih uputstava šta se očekuje od nastavnika. Osim toga, nisu definisani planovi za obuke, distribuiranje materijala i alata koji bi doprineli jačanju digitalnih kompetencija, posebno u oblasti kreiranja sadržaja.

Korak dalje u ideji izgradnje nastavnika za digitalno doba bio je priručnik *Digitalna učionica/digitalno kompetentan nastavnik – uvođenje elektronskih udžbenika i digitalnih obrazovnih materijala* definisan za potrebe Pilot-projekta „2000 digitalnih učionica” (Šćepanović, Lečić Cvetković i Marić, 2019). Namenjen je jačanju digitalnih kompetencija učitelja

razredne nastave i predmetnih nastavnika petog razreda. Značaj se ogleda u mogućnostima sticanja praktičnih znanja za korišćenje digitalnih tehnologija. Međutim, ta znanja svode se na bazične digitalne praktične veštine – od upoznavanja sa komponentama računara do najkomplicovanije oblasti koja se odnosi na mogućnosti korišćenja onlajn baza za skladištenje podataka (Google disc). Kada je reč o produkciji i kreiranju multimedijalnog sadržaja, ova digitalna veština potpuno je izostavljena iz planirane obuke.

Istovremeno, istraživanja o potrebama nastavnika u obrazovnom sistemu u Srbiji pokazuju kontinuiranu zainteresovanost za sticanje digitalnih kompetencija, posebno u upotrebi digitalnih tehnologija u nastavi na daljinu (Novković Cvetković, Stošić i Belousova, 2018).

Kao jednu od prioritarnih oblasti za unapređenje znanja nastavnog osoblja, ZUOV izdvađa *Unapređenje digitalnih kompetencija učenika i nastavnika i upotrebu informaciono-komunikacionih tehnologija u realizaciji obrazovno-vaspitnog procesa*. Prema javno dostupnim informacijama na sajtu ove ustanove, u prethodne četiri godine ne mogu se pronaći informacije o registrovanim stručnim skupovima koji obuhvataju obuku i sticanje znanja o produkciji/kreiranju digitalnog sadržaja namenjenog obrazovanju. Održano je nekoliko jednodnevnih tematskih stručnih skupova na kojima je razmatran značaj digitalnih kompetencija, ali ne i njihova primena. Na osnovu javno dostupnih agendi, prezentovani su i primeri dobre prakse u primeni digitalnih tehnologija u nastavi, ali bez jasno navedenih radionica usmerenih na produkciju.

Sa druge strane, ZUOV je akreditovao oko 20 programa stručnog usavršavanja u oblasti *unapređenja digitalnih kompetencija učenika i nastavnika i upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u realizaciji obrazovno-vaspitnog procesa*. Ovi programi koji su dostupni nastavnicima u osnovnoškolskom i srednjoškolskom obrazovanju obuhvataju sticanje praktičnih znanja za kreiranje savremenih, digitalnih sadržaja za potrebe nastave. Ono što predstavlja problem je činjenica da te obuke nisu redovne ni sistemske, odnosno nisu deo obavezne obuke za sve nastavnike, a učesće na njima se dodatno naplaćuje. Ponuda seminara bazira se, pre svega, na razvijanju osnovnih veština i savladavanju određenih programa i aplikacija, od čega trećinu čine kompetencije koje se odnose na digitalne medije, društvene

mreže i mobilne telefone. „Na taj način je implicitno pored informacione, u ponudu uključena i medijska pismenost” (Matović, 2021: 30). Podaci ZUOV ukazuju da produkcija sadržaja nije u fokusu stručnih usavršavanja na polju MIP, što potvrđuje nizak procenat obuka koje uključuju kreiranje i manipulaciju audio i video materijalom (1,53%).

### **Kontekst istraživanja:**

#### **Nastavni proces tokom pandemije Covid-19**

U Republici Srbiji se pojačana potreba za digitalnim medijskim sadržajem u obrazovanju, upotrebom digitalnih materijala i kreiranjem sadržaja prilagođenog onlajn nastavi, javila u martu 2020. godine, kada je prvi put masovno primenjen model nastave na daljinu usled pandemije virusa Covid-19. Zbog epidemiološke situacije doneta je *Odluka o obustavi izvođenja nastave u visokoškolskim ustanovama, srednjim i osnovnim školama i redovnog rada ustanova predškolskog vaspitanja i obrazovanja* („Službeni glasnik RS”, br. 30/2020 od 15.3.2020. godine), sa kojom je celokupni obrazovni sistem, od 17. marta 2020. godine, prešao prvi put na potpuno izvođenje nastave na daljinu. Sa ciljem pravilnog, ujednačenog i kvalitetnog postupanja obrazovnih ustanova i ostvarivanja prava učenika na obrazovanje Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja donelo je *Operativni plan za nastavak rada škola u otežanim uslovima uz program učenja na daljinu za učenike osnovnih i srednjih škola* (MPNT, 2020). Ovim dokumentom „škole se obavezuju da, u skladu sa sopstvenim resursima za podršku u učenju na daljinu i uz korišćenje dostupnih platformi za učenje, osmisle načine za ostvarivanje sadržaja” (MPNT, 2020: 2). Operativnim planom obavezale su se obrazovne ustanove i nastavnici da pronadu alternativne načine pružanja podrške učenicima u slučajevima kada ne postoji mogućnost da se uspostavi komunikacija upotrebom savremene IKT.

Nastavno osoblje našlo se pred novim profesionalnim izazovom koji je zahtevao visok nivo MIP, pre svega poznavanje savremene informacione tehnologije, digitalnih alata i mogućnosti za kreiranje obrazovnih materijala u kućnim uslovima. Kako pokazuju podaci najvećeg anketnog ispitivanja nastavnika u Srbiji (N=14.715), koje je sproveo ZUOV u skladu sa istraživanjem Evropske onlajn platforme za obrazovanje koju podržava Ev-

ropska komisija (School Education Gateway), oko 55 odsto nastavnog osoblja prvi put se susrelo sa nastavom na daljinu. Ista anketa je pokazala da svega 4,8 odsto nastavnog osoblja nije imalo problema prilikom prelaska na učenje na daljinu; oko 25 odsto je kao problem prepoznalo nizak nivo sopstvenih digitalnih kompetencija; oko 9 odsto istaklo da imaju problem sa izradom adekvatnog digitalnog sadržaja za onlajn obrazovni proces (ZUOV, 2020). Uprkos činjenici da je ZUOV tokom prethodnih nekoliko godina svoj rad bazirao na jačanju digitalnih kompetencija nastavnika i da je u vanrednim okolnostima dve systemske obuke transformisao u obuke za nastavu na daljinu, ovo istraživanje pokazalo je da su nastavnom osoblju nedostajale digitalne kompetencije.

Naše kvalitativno istraživanje, znatno manjeg obima, sprovedeno je u novembru 2020. godine, kada su nastavnici već imali iskustva sa izvođenjem nastave isključivo na daljinu, kao i sa takozvanim hibridnim modelom, odnosno mešovitom nastavom koja se realizuje delimično uživo a delimično onlajn.

#### **Metodološki okvir istraživanja**

Ovaj rad identifikuje potrebe nastavnika za veštinama koje spadaju u domen MIP, preciznije veštinama za kreiranje digitalnog sadržaja pogodnog za upotrebu u formalnom obrazovanju. Rezultati koje predstavljamo u daljem radu deo su šireg kvalitativnog istraživanja zasnovanog na anketnom onlajn upitniku otvorenog tipa. Upitnik je distribuiran nastavnicima osnovnih i srednjih škola sa teritorije cele Srbije, koji su tokom oktobra i novembra 2020. godine pohađali trodnevni stručni skup sa ciljem unapređenja kapaciteta za MIP.<sup>50</sup> Učesnicima ovog skupa je upućen poziv na učešće u onlajn ispitivanju putem elektronske pošte. Poziv je poslat na 89

<sup>50</sup> Stručni skup „Jačanje kapaciteta nastavnika/bibliotekara za promociju kulturne raznolikosti, interkulturalnog dijaloga i tolerancije kroz medijsku i informacijsku pismenost” organizovao je Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu u okviru Zajedničkog regionalnog programa „Dijalog za budućnost”. Trodnevni stručni skup održan je 2, 7. i 16. novembra 2020. godine, uz podršku Zavoda za unapređenje obrazovanja i vaspitanja i Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

elektronskih adresa, a upitnik je popunilo 60 nastavnika. U društvenim istraživanjima se ovakav odaziv na onlajn upitnik smatra visokim. Takođe, on može biti ishod sadržine upitnika koji otvara mogućnost ispitanika da govore o problemima, iskustvima i potrebama, ili može proisticati i iz osjećaja potrebe nastavnika da uzvrate organizatorima koji su im pružili priliku da steknu nova znanja besplatno.

Upitnik je bio anoniman i organizovan u dva segmenta. U prvom delu su se nalazila pitanja o polu, starosti, dužini radnog staža, zatim o tipu ustanove u kojoj rade (osnovna škola, gimnazija, srednja stručna škola) kao i vrsti angažovanja u školi (učitelj, predmetni nastavnik, bibliotekar). Drugi deo upitnika sadržao je tri centralna pitanja otvorenog tipa u vezi sa izvođenjem nastave na daljinu u kontekstu pandemije Covid-19: Koji su najveći problemi sa kojima se susrećete prilikom realizovanja onlajn nastave?; Koja znanja i veštine Vam nedostaju kako biste prevazišli probleme u izvođenju onlajn nastave?; Da li mislite da bi Vam u budućem radu bila korisna obuka iz nekih segmenata medijske i informacijske pismenosti?

Analizirajući odgovore nastavnika, primenili smo tematsku analizu, kao kvalitativnu metodu sa fokusom na ispitivanje tema ili obrazaca unutar podataka. Ovu metodu karakteriše fleksibilnost u pogledu teorijskog okvira i istraživačkih pitanja. Tematska analiza, prema Patonu (Patton, 1990) omogućava lako identifikovanje krovnih tema i povezivanje podataka. Takođe, omogućava interpretaciju različitih aspekata istraživane teme (Boyatzis, 1998; Braun & Clarke, 2006) tragajući za eksplicitnim i implicitnim značenjima unutar dobijenih podataka. Kao metoda koja je pogodna za analizu otvorenih pitanja, u ovom slučaju postavljenih nastavnom kadru, može se još koristiti i za pitanja o radnom ambijentu, ponašanju i praksi aktera, faktorima i društvenim procesima koji modeluju iskustva, ali i za davanje određenih preporuka sa ciljem boljeg sagledavanja perspektiva.

U ovom radu analiziramo odgovore nastavnika koji su se tematski ticali medijske produkcije. U prvom krugu analize su notirani svi iskazi unutar odgovora nastavnika koji su pominjali proizvodnju sadržaja u bilo kom smislu, bilo da su prepoznali nedostatak gotovih sadržaja kao problem u realizovanju nastave, bilo da su pomenuli potrebu za znanjem pravljenja video klipova, kvizova ili nešto slično. U narednom koraku analize ovi

odgovori su grupisani u tri tematske celine: prva – u kojoj se ističe važnost znanja i potreba za njima, druga – u kojoj ta znanja nisu konkretizovana, i treća – u kojoj su nastavnici iskazali svoje potrebe na smislen način.

### **Prikaz rezultata istraživanja**

U ovom istraživanju, jedna od namera bila je postizanje rodne ravnopravnosti među polaznicima radionica koji su istovremeno i učesnici anketnog ispitivanja. Međutim, dominantno je bilo učešće pripadnica ženskog pola, odnosno od ukupno 60 nastavnika samo je bilo 2 muška ispitanika. Ovi rezultati preslikavaju rodnu strukturu zaposlenih u obrazovnom sistemu Srbije. Poslednji podaci Republičkog zavoda za statistiku (2020) pokazuju da 82 odsto stalno zaposlenih u osnovnim, odnosno 68 odsto u srednjim školama sačinjavaju žene. Prema starosnoj strukturi više od polovine ispitanika je bilo u petoj deceniji života, preciznije 54 odsto nastavnika je imalo između 40 i 50 godina. Najveći broj nastavnika imao je između 10–20 godina radnog iskustva u obrazovanju. Ovakav raspon godina ispitanika može biti povezan sa motivacijom. Naime, nastavnici ove životne dobi su imali veće potrebe za obukom iz MIP koja je ponuđena radionicom u kojoj su učestvovali. Istraživanje je obuhvatilo nastavnike zaposlene u osnovnim školama (52%), srednjim stručnim školama (43%) i gimnazijama (5%), iz 26 gradova sa teritorije cele Srbije.

Samopercepcija nastavnog osoblja pokazuje svesnost o nedostatku višeg stepena informatičke pismenosti. Nastavnici smatraju da bi kreiranjem prijemčivih nastavnih sadržaja doprineli većoj zainteresovanosti učenika za predmetno gradivo, ali im za kreiranje takvog nastavnog materijala nedostaju znanja i veštine:

*Ne poznajem dovoljno veština za rad na računaru. Potrebna su mi znanja za izradu digitalnih materijala, upitnika i prezentacija, ali bi animacije verovatno više zainteresovale učenike. (primer 1)*

*Nedostaje mi viši stepen informatičke pismenosti zarad prevazilaženja problema sa kojim se suočavam tokom onlajn nastave. Imam poteškoće sa pronalaženjem zanimljivih i korisnih platformi i aplikacija. (primer 2)*

Iz odgovora određenih ispitanika može se steći utisak da nemaju dovoljno znanja da preciziraju svoje potrebe na polju MIP odnosno upotrebe IKT, jer koriste opšte formulacije tipa:

*Volela bih da se obučim za rad u više digitalnih alata. Imam potrebu da naučim da kreiram nastavne materijale i testove u njima. (primer 3)*

*Potrebna mi je veća obučenost u radu sa platformama i aplikacijama. (primer 4)*

*Možda su mi potrebna znanja za korišćenje nekih novih platformi ili aplikacija koje su prilagođene za izvođenje različitih oblika nastave. (primer 5)*

Iz ovakvih odgovora ne mogu se izvući konkretne preporuke za obuke. Međutim, u odgovorima nastavnika izdvojio se kao prepoznatljiv jedan konkretan tematski okvir o potrebama za znanjima o produkciji različitih formi medijskih sadržaja. Nastavnici su izdvajali neke formate koji su prema njihovom mišljenju u skladu sa potrebama i interesovanjima učenika: video snimanje nastave, obrada video materijala tj. klipova, kreiranje animacija za potrebe prezentacija, izrada filmova i elektronskih časopisa, interaktivne radionice i igrice.

*Učim od marta meseca konstantno i veliki broj alata sam savladala (platforme, alati za pravljenje kvizova i prezentacija, alati za onlajn konferencije-časove, alati za korišćenje virtuelnih učionica). Možda bi mi bile korisne obuke za korišćenje Jutjuba u nastavi, ali da samostalno pravim materijale. (primer 6)*

*Uvek su mi dobrodošle obuke o digitalnim veštinama, posebno o upotrebi besplatnih alata za kreiranje zanimljivih multimedijalnih sadržaja, animacija, kratkih video snimaka... (primer 7)*

Nekolicina odgovora je možda bila inspirisana i praktičnom obukom unutar stručnog skupa koji su nastavnici pohađali. Jedna od radionica bila

je posvećena pravljenju podkasta sa sadržajem prilagođenim jednoj tematskoj nastavnoj jedinici.

*Mišljenja sam da bi predavanja poput ovog o podkastu kao jednom od alata mogli motivisati nastavnike na ličnu kreativnost i pokrenuti ih u tom pravcu. Nastavnicima su potrebne konkretne preporuke i predlozi. (primer 8)*

*Sve obuke koje su interaktivne, inovativne i zanimljive su dobrodošle. Podkast je za mene potpuno nova oblast. Kao pedagog prepoznajem atraktivnost koja bi mogla da zainteresuje moje učenike. (primer 9)*

Prosvetni radnici su svesni koliko je novih znanja neophodno za realizaciju nastave koja uključuje razne oblike produkcije, a reči jednog ispitanika ukazuju na to da bi ova vrsta usavršavanja doprinela prevazilaženju digitalnog jaza ne samo na relaciji nastavnik–učenik, nego i između kolega koje pripadaju različitim generacijama.

*Treba biti informaciono potkovan ako želiš kvalitetnu nastavu, sa svim mogućim oblicima rada i produkcije materijala. Mlađim kolegama je to bliže i jasnije, a stariji imaju poteškoća da se snađu u svemu. (primer 10)*

### **Zaključna razmatranja i preporuke**

Zahvaljujući internetu i digitalnim komunikacionim tehnologijama stvoren je novi ambijent sa različitim mogućnostima za interakciju između nastavnika i učenika. Brojni autori su istakli potencijal „pametnih učionica”, koje su povezane internetom, tabletima i tehnološki naprednim uređajima, za kvalitetnije školovanje (Cook & Das, 2005; Fernández-Caballero et al., 2016; Cicirelli, Fortino, Guerrieri, Spezzano, & Vinci, 2017, prema Stojanović 2020) i mnogo pre pandemije izazvane virusom Covid-19. To su inteligentna okruženja kreirana sa ciljem poboljšanja procesa učenja, koja su prilagodljiva različitim nastavnim potrebama i daju mogućnost za inovativne pedagoške pristupe (Stojanović, 2020). Inteligentna radna okruženja omogućavaju praćenje aktivnosti učenika, lakšu

i neometanu simultanu komunikaciju učenika i nastavnika, kao i prikupljanje podataka o aktivnostima đaka i njihovim ocenama (Ristić, Barać, Bojović, Bogdanović, & Radenković, 2015). Takođe, pametne učionice omogućavaju interaktivne časove na daljinu uz upotrebu nastavnih materijala u digitalnoj formi. Najčešće se kao glavne alatke koriste e-udžbenici, prezentacije, kratki video filmovi i tako dalje. Međutim primena ovakvih učionica i njihovih potencijala umnogome je uslovljena kompetencijama nastavnog kadra.

Pregled literature i sprovedenih istraživanja u ovom radu pokazuje da nastavnicima u Srbiji nedostaju znanja za korišćenje IKT kao i veštine iz korpusa MIP. Uprkos strateškim dokumentima koja ukazuju da nadležne institucije prepoznaju značaj IKT i MIP za poboljšanje obrazovanja u Srbiji, nastavnici iskazuju da im nedostaje systemska obuka i podrška, kao i da im nisu dovoljne retke, ad hoc obuke, ograničenog obima. Rezultati našeg istraživanja u skladu su sa ovako predstavljenim stanjem, i dodatno upućuju na to da nastavnici imaju potrebe za praktičnim znanjima za kreiranje medijskih i digitalnih sadržaja, bilo da su ih iskazali eksplicitno, ili su proisticala iz njihovih odgovora implicitno.

Istraživanje je malog obima i eksplorativno, no svakako može predstavljati osnovu za neka naredna kvantitativna istraživanja. Buduća ispitivanja potreba nastavnika za digitalnim kompetencijama trebalo bi da budu šireg obima, odnosno bazirana na reprezentativnom uzorku. Istovremeno, u narednim koracima ona mogu biti čvršće strukturirana, kako bi se došlo do temeljnijih rezultata i utemeljenijih zaključaka o medijskoj i informacijskoj pismenosti u kontekstu sprovođenja nastave na daljinu. Upitnik bi trebalo razviti na osnovu tematskih celina koje nastavnici prepoznaju, kao ključne potrebe i probleme u oblasti MIP. Ovakvim razvojem naučnih istraživanja pruža se veći društveni doprinos, koji se ogleda u mogućnostima sistematskog praćenja razvoja digitalnih kompetencija kako nastavnika, tako i društva u celini.

Uprkos navedenim ograničavajućim faktorima istraživanja, na osnovu predstavljenih nalaza autorke daju preporuke za poboljšanje obrazovanja u Srbiji kroz predloge obuka u oblasti MIP, kao glavni doprinos ovog rada. Ovim obukama bila bi implementirana i četvrta komponenta

medijske pismenosti (Livingstone, 2004), odnosno nastavnici bi stekli kompetencije za medijsku produkciju, i to za kreiranje potkasta i pravljenje audio-video snimaka.

Podkast do sada nije bio zastupljen u programima stručnog usavršavanja nastavnika, a smatramo ga izuzetno pogodnim za primenu u obrazovanju iz više razloga. Producirajući sadržaje za podkast nastavnicima se otvara prostor za novi način komunikacije sa đacima, a učenicima novi prostor za kreativan i drugačiji način učenja. Muzika i govor kao glavna izražajna sredstva potkasta obogaćuju komunikacioni potencijal nastavnog materijala. Nastavne sadržaje u formi potkasta, đaci usvajaju na neposredniji, zabavniji način, ne percipirajući proces učenja kao obavezu, već obogaćeno slobodno vreme, zato što su navikli da se zabavljaju uz takve i slične formate.

Dotatna motivacija za upotrebu potkasta proističe iz činjenice da nastavnici veštine kreiranja i produciranja sadržaja mogu savladati u relativno kratkom vremenskom intervalu. Obuke za potkast su bazirane pre svega na savladavanju praktičnih veština, koje se modeluju na osnovu individualnih nastavnih praksi. U širem smislu, podrazumevaju pravljenje audio i video zapisa za potrebe nastave, kako ih distribuirati i dizajnerski uobličiti. U užem smislu, nastavnicima mogu biti predstavljeni benefiti oslobođenog prostora unutar vremenski ograničenog časa. Ovakvi multimedijalni sadržaji nastavu čine interesantnijom, a kombinacija slike i zvuka omogućava da se gradivo obrađuje na način koji je najprirodniji svakom učeniku pojedinačno. Tako će se proces usvajanja gradiva, pamćenja i reprodukcije učiniti efikasnijim. Specifična ilustracija određenih fakata podstiče na diskusiju, preispitivanje stavova, kao i aktivno davanje konkretnih predloga samih učenika za dodatne vizualne prikaze na određenu temu. U virtuelnoj ili klasičnoj učionici aktivira se dvosmerna komunikacija, uključuju novi pristupi zarad lakšeg prevazilaženja digitalnog jaza na relaciji nastavnik-učenik. Ana Martinoli uokviruje mogućnosti potkasta naglašavajući potencijale interakcije sa učenicima i izvan učionice; neformalan ton; veću participativnost i mogućnost kombinovanja više sagovornika; kreiranje priče oko tematskih jedinica i podsticanje konverzacije (Martinoli, 2020).

Ovaj vid produkcijski inovativnog načina kreiranja sadržaja je lako dostupan kako kreatorima, tako i konzumentima. Primena potkasta u



obrazovanju čini se atraktivnim zato što ne iziskuje izdvajanje velikih materijalnih sredstva kako za nastavnike, tako ni za obrazovne institucije u kojima su zaposleni. Ovo je odličan resurs za početnike koji implementiraju nove aplikacije i programe u virtuelne učionice. Dovoljno je da kreator sadržaja, u ovom slučaju predmetni nastavnik, poseduje mobilni uređaj ili kompjuter, kao i besplatne aplikacije za snimanje i montiranje (kao što su Audacity, Reaper, ZenCastr, Hindenburg) koje su lako dostupne na Internetu. Osim kreiranja i deljenje podkasta omogućava lakoću komunikacije sa širom ili užom publikom. Podkast se može lako učiniti dostupnim u okviru Gugl (Google) učionice samo za aktuelne đake, ali i na otvorenim platformama poput Jutjuba (Youtube), Vimea ili nekoj od specijalizovanih potkast platformi kao edukativni resurs za znatno širu publiku.

Na osnovu pregleda stanja u međunarodnim i nacionalnim okvirima, kao i istraživanja samopercepcije nastavnika u Srbiji, možemo zaključiti da je neophodno povećati broj programa za nastavnike koji su posvećeni produkciji audio i video sadržaja u svrhu boljeg i funkcionalnijeg obrazovanja. Naredni koraci u jačanju kompetencija nastavnog osoblja treba da idu u smeru sprovođenja sistemskih nacionalnih obuka za produkciju audio i video sadržaja ali pored toga značajno je i kontinuirano sprovođenje kratkotrajne obuke za sticanje praktičnih znanja za kreiranje sadržaja u skladu sa tehnološkim inovacijama, posebno za nastavnike koji jasno prepoznaju da im je potrebna konstantna pomoć u implementaciji IKT u nastavi. Ovo je posebno značajno u kontekstu navika osnovaca i srednjoškolaca koji su u svakodnevnom životu usmereni na nove tehnologije i nove forme komuniciranja. Zbog toga je potrebno stalno nadograđivati postojeće napore za osavremenjivanjem nastavnog ambijenta, sa kontinuiranim organizovanjem pratećih obuka za adekvatno korišćenje IKT, sa posebnim osvrtnom na nove medije za produkciju sadržaja koji se razvijaju neverovatnom brzinom.

#### Reference:

- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. Sage Publications, Inc.

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77–101.
- Grizzle, A., Moore, P., Dezuanni, M., Asthana, S., Wilson, C., Banda, F., & Onumah, C. (2015). *Informacijska i medijska pismenost – Smjernice za politiku i strategiju*. Cetinje, Beograd: Nacionalna biblioteka Crne Gore „Đurđe Crnojević” u saradnji sa Bibliotekom Plus.
- Grizzle, A. (2018). *Assessing citizens' responses to media and information literacy competencies through an online course: an empirical study and critical comparative analysis of experts' views*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The communication review*, 7(1), 3–14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Martinoli, A. (2020, Novembar 16). Uloga digitalnih medija – nove mogućnosti produkcije sadržaja i primena u obrazovanju [Webinar]. Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu. <https://www.youtube.com/watch?v=SqEnJltRLco>
- Matović, M. (2021). Programi digitalnih kompetencija u Republici Srbiji. Beograd: Društvo za kreativne inicijative – RE.KreAKTa. Beograd.
- Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja [MPNT]. (2017) *Okvir digitalnih kompetencija – Nastavnik za digitalno doba*. Beograd: MPNT. Preuzeto sa [https://zuov.gov.rs/wp-content/uploads/2019/08/2019\\_ODK\\_Nastavnik-za-digitalno-doba.pdf](https://zuov.gov.rs/wp-content/uploads/2019/08/2019_ODK_Nastavnik-za-digitalno-doba.pdf)
- MPNT. (2020). Operativni plan za nastavak rada škola u otežanim uslovima uz program učenja na daljinu za učenike osnovnih i srednjih škola. Beograd: MPNT. Preuzeto sa <https://www.mpn.gov.rs/wp-content/uploads/2020/03/Nastava-na-daljinu-u-vanrednom-stanju.pdf>
- Novković Cvetković, B., Stošić, L., & Belousova, A. (2018). Medijska i informacijska pismenost – osnova za primjenu digitalnih tehnologija u nastavi iz diskursa obrazovnih potreba nastavnika. *Croatian Journal of Education: Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje*, 20(4), 1089–1114. <https://doi.org/10.15516/cje.v20i4.3001>
- *Odluka o obustavi izvođenja nastave u visokoškolskim ustanovama, srednjim i osnovnim školama i redovnog rada ustanova predškolskog vaspitanja*

- i obrazovanja* (2020). Službeni glasnik Republike Srbije, br. 30/2020.
- Patton, M.Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. 2<sup>nd</sup> ed. California: Thousand Oaks.
  - Petrović, M. (2016). *Model e-učenja za podršku razvoju informatičkih kompetencija zaposlenih u obrazovanju* (doktorska disertacija). Preuzeto sa NaRDUS (37339/6877)
  - Ranieri, M., Bruni, I., & de Xivry, A. C. O. (2017). Teachers' Professional Development on Digital and Media Literacy. Findings and recommendations from a European project. *Research on Education and Media*, 9(2), 10–19.
  - Redecker, C. (2017). *European Framework for the Digital Competence of Educators*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/159770>.
  - Ristić, J., Barać, D., Bojović, Ž., Bogdanović, Z., & Radenković, B. (2015). Designing augmented reality application for interaction with smart environment. *10<sup>th</sup> International conference on virtual learning ICVL 2015* (pp. 273–278). Bucharest: West University of Timisoara and University of Bucharest.
  - *Smernice za unapređivanje uloge informaciono-komunikacionih tehnologija u obrazovanju* (2013). Nacionalni prosvetni savet.
  - Sousa, C. P. G., & Costa, C. (2019). Game creation to promote media and information literacy (MIL) skills in basic education teachers. *Revista Lusófona de Educação*, 46, 139–152.
  - Stojanović, D. (2020). *Model srednjoškolskog e-obrazovanja zasnovan na tehnologijama Interneta inteligentnih uređaja* (doktorska disertacija). Preuzeto sa UviDoc (4037).
  - *Strategija razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine* (2012). Službeni glasnik Republike Srbije, br. 107/2012.
  - Šćepanović, D., Lečić Cvetković, D., & Marić, F. (2018). *Digitalna učionica/digitalno kompetentan nastavnik – uvođenje elektronskih udžbenika i digitalnih obrazovnih materijala – Priručnik za nastavnike u okviru pilot projekta „2000 digitalnih učionica”*. Beograd: Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i Zavod za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja.
  - Zavod za unapređenje obrazovanja i vaspitanja [ZUOV]. (2020, jul 29). Rezultati ankete: *šta 15.000 prosvetnih radnika misli o ostvarivanju obrazovno vaspitnog procesa putem učenja na daljinu*. Preuzeto 16. novembra 2021. sa <https://zuov.gov.rs/rezultati-ankete-sta-15-000-prosvetnih-radnika-misli-o-ostvarivanju-obrazovno-vaspitnog-procesa-putem-ucenja-na-daljinu/>
  - Džigurski, S., Simić, S., Marković, S., & Šćepanović, D. (2013). *Istraživanje o upotrebi informaciono-komunikacionih tehnologija u školama u Srbiji*. Beograd: Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva.
  - Wilson, C. (2012). Media and information literacy: Pedagogy and possibilities. *Comunicar. Media Education Research Journal*, 20(2), 15–22. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-01>
  - Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. K. (2014). *Media and information literacy curriculum for teachers*. UNESCO Publishing.

#### Internet izvori:

- Diseminaciona baza – obrazovanje (Baza podataka na Internetu). Beograd: Republički zavod za statistiku (2022, Februar 20). <https://data.stat.gov.rs/?caller=2402&languageCode=sr-Latn#>
- Katalog programa stručnog usavršavanja – Unapređenje digitalnih kompetencija učenika i nastavnika i upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u realizaciji obrazovno-vaspitnog procesa (Baza podataka na Internetu). Beograd: Zavod za unapređenje obrazovanja i vaspitanja (2022, Februar 20) <https://zuov-katalog.rs/?action=page/catalog/all>
- Stručni skupovi – Unapređenje digitalnih kompetencija učenika i nastavnika i upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u realizaciji obrazovno-vaspitnog procesa (Baza podataka na Internetu). Beograd: Zavod za unapređenje obrazovanja i vaspitanja (2022, Februar 20) <https://skupovi.zuov-katalog.rs/index.php?action=page/catalog/past>

# TEACHING STAFF SELF-ASSESSMENT ON THE MEDIA AND INFORMATION LITERACY DURING COVID-19

— Aleksandra B. Ugrinić  
Kristina M. Milić  
Ana V. Milojević

**Summary:** The main goal of this paper is to provide recommendations for improving the media and information literacy of the Serbian schooling system. The research is based on teachers' digital competency self-assessment during the Covid-19 pandemic when the online classroom requiring developed IT literacy was introduced nationwide. Starting with the media and information literacy (MIL) concept, the paper provides an overview of international initiatives that foster MIL increase among the teaching staff aiming to improve education and features the list of national strategies and professional training within the Serbian education system. To understand the gap in the teaching staff knowledge and skills required for more competent online teaching, we have conducted an online survey with open-ended exploratory questions with primary and secondary school teachers from 26 cities in Serbia. Nationwide regions were equally represented. Qualitative thematic analysis of received responses shows that surveys consider digital content creation knowledge and skills critical for successful online teaching. The findings highlight the importance of improving media production competencies as one of the MIL pillars required for online teaching practices. Finally, the research provides training recommendations aiming to strengthen teachers' competencies.

**Keywords:** teacher competencies self-assessment, digital competencies, media and information literacy, information and communication technologies, distance learning.

# KRITIČKO MIŠLJENJE I MEDIJSKA PRODUKCIJA U NASTAVNOJ PRAKSI: ROMAN „MAJSTOR I MARGARITA” M. BULGAKOVA

— Violeta R. Kecman

*Creativity is intelligence having fun.*

— Albert Ajnštajn (Albert Einstein)

## Uvod

Digitalna kultura na početku 21. veka donosi potrebu za preispitivanjem postojećih koncepata obrazovanja. Nova epoha zahteva sposobnost kritičke percepcije moćnih slika multimedijalne kulture, razumevanje njihovog značenja i medijske produkcije. Kao najznačajnije kompetencije učenika u digitalnoj eri izdvajaju se informaciona i medijska pismenost. U osnovi obe kompetencije je rad sa podacima, esencijalna operacija apstraktnog i kritičkog mišljenja.

Osnovni cilj kritičkog mišljenja je promišljanje o socijalnim i političkim okolnostima koje oblikuju stvarnost, razmatranje delovanja socijalnih, političkih činilaca i njihovog uticaja na stavove, analiza odnosa moći, ljudskih delovanja i aktivnosti koje su njime uslovljeni. U skladu sa tim, i naš pristup temi ovog rada u duhu je transformativne kritike, koja za cilj nastave ima aktivnu i odgovornu participaciju učenika u građanskom društvu. U tom ključu, medijska pismenost je kohezivni faktor, očigledan u aktivnostima recepcije i medijske produkcije sadržaja kroz interdisciplinarnu nastavu u srednjoj školi. U fokusu ovog rada je medijska produkcija učenika, kao skup značajnih kognitivnih i kreativnih nastavnih aktivnosti, čiji je krajnji ishod novi medijski sadržaj, koji može, a ne mora, podrazumevati estetsku dimenziju.

Umetnička istina o dva entiteta – pojedincu kao potencijalnom nosiocu promene (umetniku) i, nasuprot njemu, (ne)umetnicima i interesnim grupama koje svoj angažman podređuju ličnim i interesima vladajuće politike, polazište nalazi u nastavnoj interpretaciji romana Mihaila Bulgakova „Majstor i Margarita” (Bulgákov, 1993). Alegoričnim prikazom Satanine posete Moskvi, Bulgakov ukazuje na razmere opasnosti u kojoj se nalazi slobodni umetnik u totalitarnoj državi, čiju stabilnost sistema održavaju vlasti lojalni intelektualci i angažovani umetnici. Oslanjajući se na humor i fantastiku, Bulgakov daje sliku Moskve s početka 20. veka – društveni poredak sačinjen od mnoštva malih, netaleantovanih pojedinaca koji svo-

jim angažovanim delovanjem podupiru sistem. Prikaz krimogenog miljea u Valpurginoj noći, gde se umesto kriminalaca pojavljuju pesnici, književnici, dramaturzi i drugi istaknuti kulturni radnici, sugestivno ukazuje na uzroke društvenog izopštavanja talentovanog neafirmisanog umetnika Majstora. Osrednje talentovani, izrazito poslušni i podobni, zadovoljeni komforom koji im je pružila vlast, netaalentovani umetnici i teoretičari postaju instrument iste represivne vlasti.

Naše polazište ograđuje se od detaljnijeg razmatranja značenja romana i proizlazi iz kritičke (transformativne) pedagogije, kao orijentacije u psihologiji u okviru obrazovanja u ključu medijske produkcije kao jednog od aspekata medijske pismenosti. Kritička pedagogija ima za cilj kritički orijentisano obrazovanje, učenika kao kritičkog pojedinca koji aktivno promišlja i deluje u građanskom društvu, prepoznaje opresivne narative i strategije manipulacije, uvažavajući sopstvena prava i prava drugog. Medijski pismen pojedinac u stanju je da dekonstruiše medijske sadržaje i odgovorno produkuje nove.

Kao alat subverzivnog delovanja, mediji pokazuju kapacitet moćnog resursa za transtekstualno kreativno nadovezivanje na referencu koja poetski kritikuje totalitarni system u romanu „Majstor i Margarita” Mihaila Bulgakova. Metodika intersdisciplinarne nastave, čiji je cilj jačanje medijske pismenosti učenika, u medijatizovanom društvu nove mogućnosti otkriva u kritičkoj recepciji književnoumetničkog dela i kreativnoj produkciji ideja podstaknutih recepcijom.

### **Teorijske osnove**

Mišljenje je mentalna simbolička aktivnost putem koje posredno saznamo o stvarnosti, uviđanjem i otkrivanjem odnosa i veza potrebnih da se savlada aktuelna situacija – adaptivni zadatak (Brković, 2011). Sposobnost otkrivanja veza i odnosa, kao i osnovne kognitivne operacije – poimanje, apstrahovanje, zamišljanje, pretpostavljanje, prosuđivanje, anticipacija i zaključivanje, uspostavljaju se i razvijaju od rođenja do odraslog doba.

Kritičko mišljenje jedan je od viših oblika mišljenja. Svi viši oblici mišljenja obuhvataju sledeće osobine: apstraktnost, ne uvek nužnu algoritmičnost, kompleksnost, disciplinovanost, osvešćenost i voljnost.

Apstraktnost mišljenja podrazumeva razvijenost oblika logičkog mišljenja, koje se ogleda u uočavanju analogija i drugih složenih odnosa. Pijaže ističe da se pojam apstraktno mišljenje često izjednačava sa pojmom formalno mišljenje, za čije se uspostavljanje i razvoj stiču mogućnosti u adolescenciji (Piaget, 1979). Apstraktno mišljenje omogućava adolescentima, učenicima srednje škole, koji su ciljna grupa u fokusu ovog rada, da izvode „misaone eksperimente” (eksperimentalno mišljenje), stvarnost opserviraju kroz formu „ako onda” (hipotetički-deduktivno mišljenje), koriste kombinatoriku kao sredstvo (kombinatoričko mišljenje), razmišljaju u kontekstu verovatnoće – „probabilističko mišljenje” (Antić Janković i sar., 2007: 21). Nealgoritmičnost mnogi teoretičari izdvajaju kao dominantnu osobinu kritičkog mišljenja (Resnik, 1987). Kompleksnost viših oblika mišljenja, u ključu kritičkog mišljenja, odnosi se na njegovu složenost, mogućnosti većeg broja rešenja istog problema, kao i prisustvo raznolikih kriterijuma u procenivanju načina za rešavanje problema.

Pored kognitivnih elemenata koji čine kritičko mišljenje kao mišljenje višeg reda, kritičko mišljenje podrazumeva i nekognitivnu dimenziju, koja se ogleda u uticaju socijalno-emocionalno-motivacione dimenzije (socijalizacije, raznih nekognitivnih činilaca kritičke evaluacije, kao i emocija).

Kritičko mišljenje podrazumeva aktivnu percepciju sveta koji nas okružuje i sopstvenog bića. Ono što razdvaja kritičko mišljenje od ostalih oblika rasuđivanja jeste „spremnost i sposobnost da se preispituje opravdanost tvrdnji i postupaka, na osnovu analize argumenata” (McPeck, 1981: 31). Sve sposobnosti putem kojih se ispoljava kritičko mišljenje kroz nastavnu praksu, mogu se svrstati u dve kategorije: kritičku recepciju i kritičku produkciju.

### **Kritička recepcija**

Kritička recepcija, kao pojam u širem smislu, odnosi se na prijem, selekciju, organizovanje i procenu informacija. U kontekstu medijske pismenosti i produkcije u obrazovanju, kritička recepcija podrazumeva: 1) sposobnosti i aktivnosti selekcije i organizovanja informacija i 2) evaluaciju informacija.

Sposobnosti i aktivnosti selekcije i organizovanja informacija obuh-



vataju: praćenje medijskih sadržaja, praćenje izlaganja drugog; čitanje tekstova iz udžbenika, priručnika, nastavnih materijala; primenu različitih strategija praćenja medijskih sadržaja sa ciljem analize (usmeravanje pažnje na delove medijskog sadržaja koji su bitni za poruku, izdvajanje konstitutivnih elemenata medijskog sadržaja koji čine težište poruke, postavljanje ključnih pitanja, uočavanje rasporeda elemenata i načina njihovog predstavljanja u strukturi medijskog sadržaja – naslova i podnaslova, fotografija itd.), selektivno praćenje medijskog sadržaja, obeležavanje i izdvajanje delova medijskog sadržaja prilikom praćenja; primenu različitih strategija organizovanja informacija (razvrstavanje informacija iz medijskog sadržaja – razvrstavanje činjenica, podataka, nalaza; utvrđivanje njihovog hijerarhijskog međuodnosa, umrežavanje i organizovanje informacija u smislenu celinu koja će u narednim etapama kritičkog mišljenja biti obrađena.

Selekcija i organizovanje informacija uključuje i „čitanje” informacija u različitim simboličkim modalitetima, što podrazumeva sposobnost kretanja kroz različite tekstualne, vizuelne, auditivne i multimedijalne modalitete – korišćenje i upoređivanje informacija predstavljenih na različite načine, putem različitih medija, razumevanje alata prezentovanja, kao i svrhe primene određenih alata, iščitavanje grafički različito oblikovanih tekstova, razumevanje značenja različitih simbola i oznaka, čitanje medijskog sadržaja u jednom obliku i njegovo prevođenje u drugi. Poslednja navedena sposobnost analogna je čitanju tabela, dijagrama, grafikona i mapa, a potom njihovom prevođenju u linearni tekst ili drugi oblik.

U kritičkoj recepciji izuzetno je značajna i evaluacija percipiranih informacija. Ona obuhvata razumevanje značenja poruke, uočavanje i upoređivanje različitih tački gledišta, prepoznavanje konteksta i uvažavanje njegove uloge, analizu argumenata i kontraargumenata, otkrivanje nedoslednosti i protivrečnosti, kao i prepoznavanje tehnika manipulacije i propagande. Za uspešnu evaluaciju informacija značajni su i formulisanje problema i uočavanje suštine problema, problematizacija znanja – otvaranje kognitivnog konflikta i razumevanje odnosa između različitih vrsta znanja.

U ključu naše teme, sposobnost učenika srednje škole za kritičku recepciju književnoumetničkog dela, biće osnov za medijsku produkciju – kreiranje medijskih sadržaja, kao aktivnost u nastavku lanca: *pisac*

– književnoumetničko delo – recipijent/ kreator medijskog sadržaja – medijski sadržaj – recipijent... Dijalektika ovog lanca nagoveštava novi niz mogućnosti recepcije narativa.

### **Kritička produkcija**

Kritička produkcija obuhvata proces nastajanja produkta i sâm produkt. Manifestacije iz polja kritičke produkcije podrazumevaju sposobnosti koje se aktivno koriste prilikom kreiranja medijskih/umetničkih produkata i rešavanja zadataka.

Kritička medijska produkcija obuhvata: planiranje prezentovanja i struktuiranje sadržaja (uspostavljanje plana prezentovanja medijskog sadržaja/umetničkog produkta, utvrđivanje glavne teze i hijerarhijskog međuodnosa pomoćnih teza, obima i trajanja prezentovanja, usklađivanje sa prostornim mogućnostima prezentovanja, izlaganje osnovnih ideja postavljanjem esencijalnih pitanja, izdvajanje ključnih reči i sl.); produkciju prema zadatom cilju i uvažavanje uloge konteksta (razvijanje svesti o tome šta se želi postići prezentovanjem određenog medijskog sadržaja/umetničkog produkta); produkciju sadržaja u različitim simboličkim modalitetima (upotreba različitih oznaka i simbola pri kreiranju medijskog sadržaja, prevođenje informacija i medijskih sadržaja iz jednog modaliteta u drugi) i argumentaciju određene pozicije (argumentovanje svoje i tuđe pozicije putem novog medijskog produkta, sagledavanje posledica prihvatanja ili odbacivanja zaključaka, sposobnost učestvovanja u diskusiji).

Kritička produkcija podrazumeva i iskazivanje ličnog stava prema određenoj temi, kreiranje kritičkog prikaza u kojem se jasno i zasnovano na činjenicama obrazlaže sopstveni stav, iskazivanje argumentovanih primedbi na određeno stanovište, rešavanje problema i donošenje odluka, produkovanje hipoteza, postavljanje potencijalnih rešenja i evaluacija tokom procesa, kao i izgradnju kognitivnih asimilacionih shema, kojima se povezuje znanje na smislen način. U kontekstu medijske pismenosti u nastavi, to su vežbe kreiranja pojmova, sistema pojmova i definicija, izvođenje pravila, osmišljavanje i uspostavljanje parametara za evaluaciju medijskih sadržaja, dovođenje u korelaciju različitih vrsta znanja i sl.

Podsticanje kritičkog mišljenja kroz nastavu opravdano je i smisljeno

samo ukoliko polazi od naučno utvrđenih konstanti kritičkog mišljenja, sa krajnjim ciljem razvijanja kognitivnih sposobnosti učenika, kreativnosti, humanističkih osećanja i opšteg razvoja ličnosti. Navedene determinante trebalo bi da budu polazište za metodologiju medijske pismenosti. U protivnom, kritičko mišljenje bi moglo da dovede učenike u krajnost koju pokušavamo da izbegnemo – duboki skepticizam i sitničavost.

Kritikujući instrumentalizaciju znanja u savremenom obrazovanju, Vardeker (Wardekker) zapaža da su „usvajanje objektnog znanja i razvoj veština potisnuli formiranje ličnosti i emancipaciju kao ciljeve obrazovanja” (Wardekker, 1995. u Pešić, 2008: 183). Prema Vardekerevom mišljenju, emancipacija, kao cilj obrazovanja, vodi ka progresivnim socijalnim promenama, odnosno potvrđivanju tesne veze obrazovanja sa politikom.

Patni (Putney) i Vink (Wink) kritičku pedagogiju smatraju nadogradnjom konstruktivističkog shvatanja učenja koje je uspostavio Vigotski (Vygotsky), nazivajući je *transformativnim pristupom obrazovanju* (Putney & Wink, 2002). U osnovi transformativnog pristupa učenju je generativni pristup. Ciljevi i ishodi učenja omogućavaju nastavnicima kompleksan i metodički raznosvrstan pristup – evaluacija rezultata učenja obezbeđena je ostvarenošću postignuća učenika, formulisanih putem unapred utvrđenih standarda i ishoda učenja. Akcenat učenja je na upotrebnoj vrednosti znanja u ključu razumevanja društvenog konteksta i jačanja sopstvene uloge u demokratskim procesima u građanskom društvu.

U ključu samoevaluacije kao sagledavanja sopstvenog potencijala samih učenika, stoji i izmenjena hijerarhijska raspodela moći u učionici – prema stanovištima kritičke pedagogije, pored mnogih drugih tradicionalnih aspekata učenja, potrebno je transformisati i uloge u učionici, nakon čega će nastava podrazumevati, pre svega, dijaloški diskurs, interaktivne metode i produkciju. Nadovezujući se na Freireovo (Freire, 1970) viđenje savremene učionice kao foruma gde svako ima pravo da iskaže svoje mišljenje, Pešićeva izdvaja prednosti dijaloške metode kao preporučljivog oblika ostvarivanja nastave koja ima za cilj podsticanje kritičkog mišljenja.

„Cilj ovog 'neprekidnog dijaloga' je da učenici izgrade i usavrše veštine komunikacije, argumentovanja i kritičke recepcije informacija, ali nije samo to – dijaloški diskurs ima smisla ukoliko vodi jačanju svesti o tome

da su u društvu (globalnom i konkretnom) neki glasovi utišani, ignorisani ili označeni kao negativni i destruktivni. Smisao je u upitanosti o tome čiji su to glasovi (...), na koji način i zbog koga se potiskuju ili etiketiraju” (Pešić, 2008: 182).

Razvoj kritičkog mišljenja učenika važan je korak na putu socijalizacije autonomne ličnosti. Ishod tog puta ogleda se u preziru prema konformističkom prihvatanju usvojenih obrazaca, preispitivanju autoriteta i kritičkoj autonomiji u odnosu na medijske poruke.

### **Kreativni ishod**

Kreativna ličnost se stvara, kao i kreativni produkt. Njen razvoj je postepen – počinje u detinjstvu i nastavlja se tokom adolescencije, a zatim može ostati relativno stabilna do duboke starosti (McCrae, 1987). Za razvoj i stimulisanje kreativnosti najzaslužniji su ljudi iz okruženja subjekta – roditelji, vršnjačka grupa, nastavnici, uzori koji mogu, a i ne moraju biti savremenici, zatim odnosi u školi, čitav obrazovni sistem, koji uključuje i nastavne planove i programe, udžbenike, metode rada, uslove u kojima se nastava realizuje itd. Činioci koji mogu podsticajno da deluju na kreativnost su: podrška i autonomija, raznolikost mogućnosti, fleksibilnost i kreativna tenzija, poverenje i sigurnost, sloboda izraza, spontanost koja obezbeđuje igru i novinu, kao i jasna direkcija, koja dovodi do čvršćeg povezivanja sa okolinom i uklapanjem kreativnog rada u širi društveni kontekst (Mandić, Ristić, 2013).

Motivaciona osnova kreativnosti predmet je mnogih teorijskih razmatranja i ogleda. Neka ukazuju da čovek ima potrebu da se maksimalno razvije. Maslov (Maslov), koji je verovao da svi ljudi imaju urođeni kreativni potencijal, iako većina, zbog svojih slabosti, nema priliku da ga ispolji, uvodi pojam samoaktualizacije, ističući da je reč o „instinktivnom rastu onoga što je već u biću ili, bolje rečeno, onoga što jeste biće” (Maslov, 1982: 50).

S druge strane, bihejvioristi su najznačajnijim smatrali uticaj spoljašnje sredine. Ukoliko je sredina podsticajna, prethodno naučena ponašanja se povezuju u novoj situaciji i na taj način nastaju inovativna rešenja. Proces povezivanja je predvidiv, jer teče po jasno utvrđenim mehanizmima (Mandić, Ristić, 2013. prema: Epstein, 1999). Bihejvioristi ističu da

pohvale i nagrade, udružene sa preciznom instrukcijom za rešavanje zadatka, mogu podstaći kreativno ponašanje dece i adolescenata. Eksperimenti potvrđuju da se ovaj pristup pokazao kao posebno uspešan pri izradi jezičkih zadataka, naročito u pisanju priča. „Stepen kreativnosti raste kada se usled potkrepljivanja poveća upotreba glagola akcionog karaktera” (Mandić, Ristić, 2013: 52). Prema Blumovoj taksonomiji (Bloom, 1956), aktivni glagoli (glagoli „akcionog karaktera”) kojima se u formulaciji instrukcije može uticati na sintezu i kreativnost su: *uredi, poveži, integriši, složi, kreiraj, stvori, sačini, sastavi, razvij, kombinuj, dizajniraj, generiši, organizuj, planiraj, preuredi, uskladi, napiši, dopiši, osmisli, konstruiši, rekonstruiši, revidiraj, formuliši*.

Nedostaci bazične koncepcije nastave, čiji je cilj razvijanje kritičkog mišljenja, polaze od nedovoljnog razumevanja pojma kritičkog mišljenja samih kreatora obrazovnih politika, nastavnika i stručnih saradnika. U percepciji navedenih subjekata, kritičko mišljenje se najčešće poistovećuje sa aktivnim učešćem učenika u nastavi. Dok se iskrivljena slika ključnih aktera u prenošenju znanja ne transformiše, očekivano je da se nastava koja ima za cilj razvoj kritičkog mišljenja učenika intelektualno relativizuje.

U literaturi o kritičkom mišljenju, koja pruža implikacije za nastavu, izdvajaju se tri osnovna pristupa – generalni, čiji je cilj kritičko rasuđivanje o vanškolskim temama i sadržajima, predmetnospecifični, koji podrazumeva reflektivni skepticizam unutar konkretne oblasti, i kombinovani, koji sintetiše mogućnosti oba pristupa. Bez obzira na pristup podsticanju kritičkog mišljenja i kreativne produkcije u nastavi, neophodno je dobro osmisliti vezu između ciljeva nastave i nastavnih sadržaja konkretnog nastavnog predmeta, kao i promišljeno kreirati interaktivne i problemske metode rada podsticajne za kritičko mišljenje i produkciju. Naš stav je da se medijska pismenost u nastavi najefikasnije može podstaći kroz tri primarne aktivnosti interdisciplinarne nastave – kritičku analizu, diskusiju i medijsku produkciju.

Kritička analiza i sagledavanje problema iz više uglova posmatranja biće omogućeni diskusijom, čiji će zaključci na odgovarajući način pripremiti učenike za medijsku produkciju. Medijska produkcija u nastavi čiji je cilj razvijanje medijske pismenosti, istovremeno je i evaluacija znan-

ja stečenih tokom prethodnih dveju aktivnosti – kreirajući novi medijski sadržaj, učenici primenjuju sposobnosti kritičkog mišljenja, gramatiku filmskog jezika (kadriranje, montažu, svetlo, zvuk, muziku itd.), kao i sve druge strategije koje će im pomoći da putem medijskog sadržaja iskažu svoje poruke.

Svet masovnih i novih medija je svet današnjih adolescenata. Zbog toga je važno mogućnosti izražavanja njihove kreativnosti postaviti u okvire bezgraničnog medijskog prostranstva. U skladu sa tim, zadatak koji su dobili učenici završnog razreda gimnazije u nastavnoj situaciji koju ćemo u nastavku opisati, počće od prethodno neutvrđenih parametara za odgovor na zadatak čiji je cilj medijski sadržaj kao ishod interpretacije pročitano književnoumetničkog dela.

### Opis metodologije

Kreativni odnos prema književnoumetničkom delu u medijaceničnom društvu može biti potvrđen i medijskom produkcijom.

Nakon pročitano romana „Majstor i Margarita” Mihaila Bulgakova i njegove obrade u nastavi književnosti, učenici završnog razreda gimnazije dobili su zadatak da, radeći u grupama, interpretiraju književnoumetničko delo putem medijskog produkta – medijskim sadržajem koji će sami kreirati. Učenicima je omogućena sloboda pri izboru medija, obima i forme pri odgovoru na postavljeni zadatak. Jedini utvrđeni parametar je medijski sadržaj kao krajnji ishod. Za izradu zadatka učenici su imali vremenski okvir koji su sami predložili – petnaest dana.

Pri analizi odgovora na postavljeni zadatak primenjena je metoda analize sadržaja. Odgovori su analizirani prema kriterijumu izbora medija kao odgovarajućeg za interpretaciju ideja književnoumetničkog dela. Prebrojavanjem javljanja tradicionalnih, odnosno novih medijskih formata, utvrđena je veza između sloja značenja i ideja književnoumetničkog dela s jedne strane i izbora medijskog formata kojima su te ideje interpretirane, sa druge. Rezultati upućuju na intenzitet povezanosti subjekata sa različitim medijima, medijske navike subjekata, kao i njihovu percepciju kapaciteta medija za kreativni čin.

Primarni izvori analize uzeti su iz homogene populacije, te se mogu

smatrati reprezentativnim. U izradi svakog analiziranog sadržaja učestvovalo je po pet homogenizovanih grupa, sa po šest subjekata. Homogenizacija je uspostavljena prema starosnom dobu (uzrast od 18 do 19 godina), polu (po petnaest subjekata oba pola) i opštem uspehu na poslednjem klasifikacionom periodu (4,20). Analizirani sadržaj nastajao je tokom maja 2021. godine, u nastavi Srpskog jezika i kniževnosti u Petoj beogradskoj gimnaziji.

### **Rezultati, pedagoške implikacije obavljenog istraživanja**

Svi analizirani odgovori predstavljaju medijske sadržaje kao produkte i ishode procesa kreativne interpretacije teksta. Prema odabranom medijskom formatu, mogu se podeliti u četiri grupe: 1) video sadržaji pripremljeni za objavljivanje na društvenim mrežama; 2) podkast, u čiji se sadržaj uključuju slušaoci koji prate program; 3) televizijski dnevnik sa interaktivnim elementom – direktnim uključivanjem lika Volanda i njegovim neposrednim reakcijama na vest koju spikerka dnevnika čita; 4) tradicionalne dnevne novine.

Svi analizirani video sadržaji namenjeni objavljivanju na društvenim medijima imali su elemente izvedbe (jasnu dramsku strukturu, uloge, određeni vizuelni scenski akcenat). Podkast, koji se pri izradi zadataka pokazao kao snažan potencijal za iskazivanje pluralizma gledišta (simulacija uključivanja slušalaca-neistomišljenika u program), preneo je govor, ljudski glas, dominaciju narativa u percepciji i interpretaciji književnoumetničkog dela na „medijski način”. Interaktivnim televizijskim dnevnikom, davanjem komentara lika Volanda, personifikovanog Zla, komentatora i rezonera, na izveštavanje televizijske voditeljke o njegovoj ulozi u društvu, postignut je hibridni medijski format, koji se može smatrati svojevrsnim dinamičnim hipertekstom. Najmanje zastupljene, ali kao odabrani medijski produkt prisutne dnevne novine, potvrdile su da manji broj subjekata poznaje, konzumira i oslanja se na tradicionalne medije pri mogućnosti izbora u odgovoru na postavljeni zadatak (17% ispitanih sadržaja). Vreme koje predstoji pokazaće da li će štampa, kao tradicionalni medij, usled potrebe mladih za interaktivnošću u digitalnom medijskom okruženju, doživeti svoje transformacije, kao što je to bio slučaj sa radiom.

Zajedničko obeležje većine analiziranih medijskih sadržaja je inter-

aktivnost i upotreba digitalnih medija, čije se prisustvo pokazalo u 83% ispitanih odgovora. Interaktivna percepcija subjekata potvrđena je i u nastavnom kontekstu. „Interaktivnost kao jedna od ključnih karakteristika digitalnih medija omogućava dvosmernu komunikaciju na relaciji sadržaj-korisnik” (Martinoli, 2020: 33). Digitalno doba podrazumeva aktivnu komunikaciju. Aktivan neposredan odnos subjekata prema medijima i poznavanje njihovih mogućnosti za kreativnu medijsku produkciju, potvrđuje njihovu tesnu međusobnu povezanost.

Sloj ideja i značenja romana održao se nezavisno od sredstva interpretacije. Analizirani izvori pokazuju da se, uz odgovarajuće operacije kritičke recepcije, došlo do sledećih zaključaka:

Svetom vladaju dva principa – jedan je zasnovan na hrišćanskim idealima dobrote i ljubavi (likovi Majstora i Margarite), drugi na principu zla (lik Volanda).

Vlast greši i osuđuje nevine ljude na smrt.

Umetnik se nalazi između istorije, svakodnevice i stvaralaštva.

Svaka vlast je nasilje nad drugim.

Opstanak umetnosti u represivnom sistemu ugrožava vlast, ali i angažovani umetnici bliski vlasti.

Ljudi se nisu značajno promenili kroz evoluciju.

Određeni represivni obrasci ponavljaju se u svim dehumanizovanim društvima.

Predstavljeni rezultati analize sadržaja ukazuju na mogućnosti interdisciplinarnog metodičkog pristupa medijskoj pismenosti u nastavi, utvrđuju nove resurse za prevazilaženje problema čitanja i razumevanja književnoumetničkog dela, osvetljavanje uloge umetnika i umetnosti u totalitarnom društvu putem medijske produkcije, kao i sagledavanje mogućnosti medija u ključu alata za artikulisanje razumevanja represivnih mehanizama vlasti. Proces uticaja određenih medijskih sadržaja na kritičko mišljenje, kreativnost i medijsku produkciju odvija se mehanizmima podražavanja i poveživanja iskustava i znanja.

## Zaključci

U medijacentrično koncipiranom svetu tehnologije su i socijalni i kulturološki alati. Pomoću njih današnji mladi prezentuju sebe i uspostavljaju nove komunikacijske rituale. Komunikacija je osnova svakog kreativnog procesa, pa i interpretacije književnoumetničkog dela. Kvalitet odnosa stimulus – recipijent utiče na stvaranje i razvoj nove ideje, u kontekstu našeg rada – kreativnog medijskog produkta.

Medijsku pismenost adolescenti mogu steći udruživanjem dveju snaga: obrazovanjem o medijima i sopstvenom medijskom praksom, tokom nastave i van nje. Ilustrativno-demonstrativni metod učenja, praksa (interaktivni, neposredni odnos s medijskim sadržajima) i planirano stručno vođenje kroz medijska prostranstva tokom nastave i u okviru vannastavnih aktivnosti, preduslov su za uspostavljanje i unapređivanje medijske pismenosti učenika. To znači da je svako učenje o medijima u učionici bez medija nemoguće, a da je nastavnik medijator u ambijentu „medijske učionice”. Stručno vođenje ima za cilj spoznaju da je stvarni svet ispunjen medijskim konstruktima, koji zajedno sa poznatim realnim čine novu realnost. U kontekstu savremene nastave, čiji je cilj podsticanje medijske pismenosti učenika, aktivnosti u oblasti medijske produkcije pokazuju važan potencijal za kreiranje medijskih sadržaja, ali i razumevanje difuznog i nedeterminisanog identiteta pošiljaoca medijskog sadržaja u digitalnom, često nebezbednom, medijatizovanom ambijentu.

U romanu „Majstor i Margarita” M. Bulgakova vlast greši i osuđuje nevine ljude na smrt. Totalitarni sistem je društvo cenzure i autocenzure. U strahu od društva u kojem vlada atmosfera opšte nesigurnosti, potkupljivosti, sebičnosti i doušništva, Bulgakov ne objavljuje roman, ali ga i ne uništava, niti od prijatelja traži spaljivanje rukopisa posle svoje smrti, kao što je slučaj kod Kafke i njegovog romana „Proces”. Nakon što je višestruko cenzurisano, roman biva posthumno objavljen.

Kritičko mišljenje u obrazovanju obuhvata emancipatorni saznajni interes, koje podrazumeva znanje kao sredstvo emancipacije učenika. U ključu kritičke pedagogije, čiji je cilj prepoznavanje opresivnih narativa, strategija manipulacije, negovanje dijaloga, uvažavanja sopstvenih prava i prava drugog, kritičko mišljenje se posmatra kao esencijalno obeležje i

cilj ukupnog nastavnog procesa – raznorodnih nastavnih aktivnosti, uključujući i medijsku produkciju, i njihove analize, na osnovu kojih se konstruišu znanja i stanovišta. Činjenica da najveći deo života provodimo u medijacentričnom okruženju, egzistirajući paralelno u objektnoj stvarnosti i medijskim prividima, primajući, kreirajući i emitujući medijske sadržaje, nameće neophodnost razvijanja kritičke percepcije medija i sposobnosti medijskog produkovanja.

Kreativni podsticaj proizlazi iz društvenog konteksta. Pojava koja je društveno uslovljena, ili se odnosi na društvo, resurs je za podsticaj kritičkog mišljenja i produkciju u nastavi. Proces uticaja određenih medijskih sadržaja na kritičko mišljenje, kreativnost i medijsku produkciju odvija se mehanizmima podražavanja i povezivanja. Ishod tog lanca je kreativni produkt.

Mogućnosti za stimulaciju kreativnog procesa i medijske produkcije u nastavnom pristupu romanu „Majstor i Margarita” Mihaila Bulgakova, polaze od univerzalnosti značenja romana, bogatog kapaciteta za pluralizam gledišta i interpretacija, zbog čega se posmatrani narativ ontološki približava medijskom sadržaju. Odnos posmatranih subjekata prema medijima ekvivalentan je odnosu naratora prema stvarnosti – mediji pokazuju kapacitet moćnog resursa za transtekstualno nadovezivanje na referencu koja poetski kritikuje totalitarni sistem, odnosno za kritičko mišljenje i kreativnost recipijenata. Transtekstualnost, koja polazi od biblijskih motiva i problema interpretacije opšteprihvaćene istine, podstakla je učenike da izvedu zaključke o univerzalnom značenju teksta i ponavljanju određenih obrazaca u dehumanizovanim društvima. Transtekstualnost omogućava tekstu fluidnost i pokretljivost kroz prostor, epohe i žanrove, čime se potvrđuje ontološka podudarnost transtekstualnosti i prirode medija. Zbog toga transtekstualnost, odnosno transmedijalnost književnog teksta, može biti upotrebljena kao plodan resurs u metodologiji razvijanje kritičkog mišljenja i medijskoj pismenosti u nastavnoj praksi.

Predstavljena obrada romana Mihaila Bulgakova „Majstor i Margarita” u nastavnoj praksi, potvrđuje mogućnosti interaktivne percepcije sadržaja. Zajedničko obeležje većine analiziranih medijskih sadržaja je interaktivnost i upotreba digitalnih medija. Prilika da se kreira nova interpretacija istine o ključnim akterima priče pomoću različitih medijskih oblika i alata,



navela je na suočavanje sa pitanjem – Da li iko danas priča autentičnu i istinitu priču ili su sve priče davno ispričane?

### Reference:

- Antić Janković, S.; Gošović, R.; Grahovac, V.; Krnjaić, Z.; Lazarević, D.; Moskovljević, J.; Pavlović Babić, D.; Pešić, J.; Plut, D.; Stepanović, I. (2007). *Kultura kritičkog mišljenja: Teorijsko zasnivanje i implikacije za nastavu*, Beograd: Institut za psihologiju, Centar za primenjenu psihologiju.
- Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives*. Boston: Allyn and Bacon.
- Brković, Aleksa (2011). *Razvojna psihologija*, Čačak: RC za profesionalni razvoj zaposlenih u obrazovanju.
- Bulgakov, M. (1993). *Majstor i Margarita*, Beograd: Nova.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*, New York: Continuum.
- Mandić T., Ristić I. (2013). *Psihologija kreativnosti*, Beograd: Fakultet dramskih umetnosti.
- Martinoli, A. (2020). *Prvih 15 godina podkastinga – od eksperimenta do održivog medijskog biznis modela*, Beograd: Fakultet dramskih umetnosti.
- Maslov, A. H. (1982). *Motivacija i ličnost*, Beograd: Nolit.
- McCrae, R. (1987). Creativity, divergent thinking, and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 1258–1265.
- McPeck, J. E. (1981). *Critical thinking and education*. New York: St. Martins Pres.
- Pešić, J. (2008). *Kritičko mišljenje – Od logike do emancipatorne stvarnosti*, Beograd: Institut za psihologiju, Filozofski fakultet u Beogradu.
- Pijaže, Ž. (1979). *Epistemologija, nauka o čoveku*, Beograd: Nolit.
- Resnick, L. B. (1987). *Education and learning to think*. Washington, DC: National Academy Press.
- Rogers, C. R. (1954), Toward a theory of creativity, ETC: *A review of*

*general semantics. Vol. 11*, reprinted in H. H. Anderson Ed. Creativity and its cultivation. New York: Harper & Row.

- Wink, J., Putney, L. G. (2002). *A vision of Vygotsky*. Boston: Allyn and Bacon.

# CRITICAL THINKING AND MEDIA PRODUCTION IN TEACHING PRACTICE: THE NOVEL "THE MASTER AND MARGARITA" BY MIKHAIL BULGAKOV

— Violeta R. Kecman

The subject of this work is to determine the possibility of stimulation with a literary and artistic work in order to encourage students' media literacy. The paper presents a methodically innovative treatment of the novel "The Master and Margarita" by M. Bulgakov in high school literature classes. Using the method of analyzing the content of students' works, which were created in response to the reception of the novel in class, it was determined that the creative stimulus for critical reception comes from the social context. A phenomenon that is socially conditioned, or refers to society, encourages creative thinking in teaching. The process of the influence of certain literary and artistic contents on the creativity and media production of adolescents of the digital age takes place through the mechanism of imitation, stimulation and connection. The outcome of that chain is a creative media product. The possibilities of stimulating the creative process and creating new media content in classes aimed at developing students' media literacy were confirmed by the transtextual approach to the novel. In that context, it was concluded that the attitude of the observed students towards the media is equivalent to the narrator's attitude towards reality - the media show the capacity of a powerful resource for transtextual connection to a reference that poetically criticizes the totalitarian system. Transtextuality, which starts from biblical motives and problems of interpretation of generally accepted truth, encouraged students to draw conclusions about the universal meaning of the text and the repetition of certain patterns in

dehumanized societies. The opportunity to create a new interpretation of the truth about the key actors of the story with the help of various media forms and tools, led to the question - *Does anyone today tell an authentic and true story or have all the stories been told long ago?*

**Keywords:** media literacy, media production, critical thinking, teaching, high school.

**KULTURA**  
CULTURE

# CULTURAL COLLABORATION AND DIPLOMACY BETWEEN CHINA AND VIETNAM: CONSTRUCTING *HOI AN* MEMORIES IN VIETNAMESE LANDSCAPE

— Quan Liu

## Introduction

Landscape Performing Arts (LPA) uses natural scenery in open-air theatres characterised by its fixed locality and daily performances, coupled with spectacular visual and audio effects from modern stage technologies. They employ hundreds of local amateur performers who display their culture and history through music and choreography to both domestic and international tourists. LPA highlights the Chinese traditional philosophy of *Harmony between Humans and Nature* with the Chinese traditional aesthetic of mountain water (shanshui 山水) to evoke a quintessential “Chinese” scene, essence, and tradition (Liu, 2021). LPA’s shock-and-awe effect is also achieved through the impressive staging of “the people” in unparalleled numbers. Following the first 2003 performance *Impression Liu San-jie*, LPA became a colossal industry involving hundreds of LPA, each having a distinctly regional cultural characteristic. The business model of LPA considerably relies on tourism market where local people market, perform, and are trained for LPA, hoping to drive the peripheral industries and generate an LPA-oriented industrial chain for the local tourist economy. More recently, the artistic format and business model have exported to Vietnam and Malaysia.

Unlike many other parts of the world, cultural co-production strategies between Southeast Asia and East Asia are a relatively new phenomenon, particularly co-productions between China and Vietnam. The first foreign LPA, *Hoi An Memories* (HAM) represents the biggest modern cultural-economic co-production between mainland China and Vietnam. It is a transnational collaboration between the Chinese company Shanshui Ceremony Culture Industry Company (SCIC) and the Vietnamese GAMI Investment Company. HAM premiered in Vietnam in March 2018, formally marking LPA’s international expansion. From a diplomatic perspective, HAM was highly recommended by the Chinese Embassy in Vietnam, which had hoped to put this project on the agenda of the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) conference.

Keane (2016) noticed that China’s cultural outbound trade could be considered “official” and propagandist; the products often align with the government’s brand image. Peng and Keane (2019) state that “co-pro-

ductions between China and other nations have a diplomatic function, which implies a more conventional understanding of soft power” (p. 904). Therefore, it correlates directly with Xi Jinping’s 2013 declaration that “increasing national cultural soft power is related to the realisation of the Chinese Dream” (Keane, 2016, p. 27). The BRI is a crucial component of President Xi’s “China Dream”, leading to China’s rise from national humiliation (Callahan, 2013; Nordin, 2016; Ferdinand, 2016). Though the BRI is a mega-infrastructure project focused more on economics than culture, Chajdas (2018) states that it is a strategic and selective revival of traditional Chinese cultural history and pride; it fosters new forms of rigorous national ambition.

Hillary Clinton, when she was The Secretary of State, accused the BRI of being a neo-colonialist project;<sup>51</sup> furthermore, academia has devoted much attention to issues related to neo-colonialism and imperialism (Lim, 2015; Xing, 2017; Sidaway and Woon, 2017; Deych, 2018). Zhang, Alon, and Lattemann (2018) believe that the BRI is an attempt to change the rules of globalisation. However, it is undeniable from a geopolitical standpoint that the BRI is helping China gain more influence globally (Di Lan and Vu, 2019). China’s enthusiastic promotion of Chinese culture through BRI reinforces Xi’s declaration of a new era. Consequently, the Chinese media is awash with related slogans like “spreading the Chinese voice”, “telling the Chinese story well”, and “Chinese culture going abroad”. The LPA elites also advocate for such ideological slogans. LPA’s expansion in Southeast Asia, such as Vietnam and Malaysia, further highlights the Chinese government’s determination to gain an influential status in the global arena through soft power.

Historically, Vietnam has been under the rule of various Chinese dynasties and was part of the Chinese Empire for over a thousand years. “There is no country more similar to China than Vietnam, and there is no country more similar to Vietnam than China” (Womack, 2010, p. 10).

**51** There were some overwhelmingly accusing voices from the West (notably Hillary Clinton when she was The Secretary of State) saying that, in reality, the BRI has already turned into a Chinese neo-colonialist project. This viewpoint was elaborated on and developed by many journalistic media (Kleven, 2019).

They both share a Sinitic cultural background and are currently ruled by communist parties that came to power through rural revolutions and are committed to market-based economic reforms, China since 1978 and Vietnam since 1986. Their economic re-orientations have led to rapid development. Despite Vietnam and China’s shared Communist heritage, they have frequently warred in the past (Di Lan and Vu, 2019). Their last hostility ended in 1991, and their interaction has developed since 1999. Both nations have strived to foster a peaceful relationship; neither government mentions the history of their conflict. Though the relationship between China and Vietnam is considered normalised, it is still not friendly (Womack, 2006). This disparity remains because centuries of conquest by China’s imperial predecessors have made Vietnam deeply suspicious of Chinese attempts to dominate them (Forbes and Henley, 2011). Consequently, “the Chinese disparaged the Vietnamese as unreliable; while the Vietnamese were alert to Chinese malevolent inscrutability and bullying” (Saxer and Zhang, 2017, p. 211). Womack (2006) further elaborates on this fragile relationship by concluding that:

Vietnam’s attitudes were not simply the residual effects of previous hostility. The issues were the peacetime problems of border trade, bridges, and rail connections. Vietnam tended to be overly sensitive to China’s actions, while China tended to be insensitive to the effects of its policies on Vietnam (p. 11).

Womack (2010) also informs that China and Vietnam face a sharp increase in global economic uncertainty; they must adjust their development strategies. The adjustment requires rethinking regional institutions and bilateral relationships. Due to geopolitical factors, Russia, America, India, and Japan have enhanced their cooperation with Vietnam to counterbalance China. By maintaining a “hedging posture” (Di Lan and Vu, 2019), Vietnam benefits from being noncommittal, which helps explain Vietnam’s rapid development in recent years. However, recent friction over the issue of the South China Sea has highlighted the sensitive and fragile nature of Sino-Vietnamese relations. China’s increasingly assertive foreign policy and escalating territorial disputes in the South China Sea have



pushed the United States and Vietnam closer together (Hai, 2017). Di Lan and Vu (2019) believe that the BRI is a crucial factor in Sino-Vietnamese relations that may decide Vietnam's ultimate attitude towards China.

HAM has developed during the *South China Sea* disputes. The sensitive Sino-Vietnam relationship means that the production of HAM has not been smooth sailing. The Chinese producer Mei Shuaiyuan<sup>52</sup> has acknowledged:

The negotiation process was relatively tricky. I was hesitant to begin due to the thorny issue of the South China Sea. Nevertheless, later, it was pretty unexpected that President Xi talked very well with the Vietnamese leader during the APEC conference, which was like having our project endorsed. The resolution of the conflict between China and Vietnam is advantageous to the BRI, given that Hoi An is a core BRI region. In the ancient times of the Maritime Silk Road, Chinese business departed from China, and their first stop was Hoi An (Personal Communication, 21/11/2018).

From the angle of cultural diplomacy, the case study focuses on HAM to demonstrate how this transnational cooperation is politicised to increase China's soft power and how Chineseness and Vietnameseness are reconciled in the fraught cooperation between the Chinese and Vietnamese artists. To elaborate on the questions, content analysis from the show will be presented, and the interviews I performed with key Chinese personnel will be discussed.

I begin by defining simply what I mean by the key concepts: Chineseness, Vietnamese, and internationality. Chineseness is constructed through art "as a dynamic convergence between philosophised aesthetic and historical/cultural context" (Lau, 2005, p. 30). Traditional Chinese cultural elements, philosophy, and aesthetics have always been applied by Chinese cultural elites, and the state, to legitimatise a strategic Chineseness that provides the authorising foundation of their self-exoticism. Yao (2012) concludes that:

<sup>52</sup> I received this from the conference on 21st November 2018 in Beijing when Mei Shuaiyuan gave a speech.

Political/Philosophical Chineseness refers to the ideology of Chinese people, their ideas, and ways of thinking that generate from today's Chinese social-environmental impact as a whole. It is the inner factor that makes us feel the difference and specificity of Chinese culture (p. 114).

LPA has become a site for the reiteration of cultural Chineseness through the 'emblem' of Chinese traditional philosophy and the aesthetic of mountain water (*shanshui*) that aims to inject a perception of national belonging by dramatising and evoking key symbols. Owing to this, Chineseness is laying on the political assertion "Chinese invention" - LPA as a form of new emerged performance art is rhetorically dubbed 'Chinese invention' by its nationalistic founders.<sup>53</sup> The assertion is not only based on the application of Chinese traditional philosophy, but also the creative pattern which is the artistic methodology employed to construct the performance. The Chinese producer (likewise the founder of LPA), Mei Shuaiyuan, constantly stresses the Chinese originality of foreign LPA in terms of its pattern and cultural ideology:

Harmony between humans and nature is the ideology when we make foreign LPA. In the creation of foreign LPA, just the story is from the foreign state. To enhance audiences' recognition, native artists will participate in the creation. However, the main design, creation, management model, training, etc., are done by the Chinese. We expect to portray Vietnamese culture in Chinese thinking. This still follows my principle of making LPA: the place, the culture, and the people (quoted in Wen, 2016).

"The place, the culture, and the people" means that in "genuine LPA" local people perform their local culture in a purely natural landscape. LPA

<sup>53</sup> The state propaganda makes claims to precedence on such flimsy grounds for promotion Chinese cultural pride. The world is full of festivals and performances of various sorts intended, at least in part to exploit the environment and attract visitors. Oberammergau in German is perhaps the best known as it mobilises over one thousand local people as performers in such grand landscape.

as a mega-event portrays the local culture in a very abstract way with no discernable storyline. In other words, it is a show of local culture's symbolisation; there is no plot or story; it is an art entertainment that is simply characterised by visual and auditory experiences. The Chinese director Wang Chaoge injects the mountain water concept into her LPA:

We seek to draw a Chinese mountain-water painting in the landscape. One brushstroke is a mountain, one brushstroke is water, and one brushstroke is people. There is no plot or dramatic conflict. It is just singing, and dancing displayed in the landscape. It follows the abstract style using the natural landscape which has a local cultural symbolism; we do not dig into the culture deeply, and so we do not make it in detail. However, through it, the landscape explores the relationship between humans and nature.<sup>54</sup>

This alleged new form of theatre has certain implications as it links with Chinese cultural context, philosophy, mountain-water painting, and ultimately cultural nationalism. As Han (1978) notes that:

Chinese landscape painting may not faithfully reproduce real images, but it is based on real impressions. There are always objects with which one meets in real life - clouds, mountains, trees, huts, water, boats, and people (p. 19).

Apart from the asserted 'landscape', the Chineseness is also linked with the choreography that is the synchronised bodies. The staging, a kinetic and performative (Chinese) identity, is void of contingency and chaos, but instead, an image of the highly disciplined, ordered, obedient, and unified human resources of the nation; this human capital is uniquely Chinese and unparalleled in the world (Chao, 2020).<sup>55</sup> LPA's awesome display of people is reminiscent of the military parade as one of the state's visual apparatuses; it serves a political purpose to showcase the harmonious society and the

<sup>54</sup> See the interview of Wang Chaoge, available at [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_4c4072610101bbpz.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_4c4072610101bbpz.html)

<sup>55</sup> I received this comment from my PhD viva examiner Jenifer Chao (De Montfort University).



— Figure 1: An aerial view of the show

national spirit privileged by state power. LPA is an occasion to perform the Chineseness, underscoring its nation branding potential and appeal.

Vietnameseness in cultural domain will be used as a terminology to examine how local cultural characteristics as cultural Vietnameseness are represented in HAM by the Chinese artists in subservience to LPA's pattern. To entwine Vietnameseness and Chineseness, I employ internationality which is "the state or condition of being international" making it synonymous with internationality. In the Chinese context, internationality (*guojixing*, 國際性) or international style (*guojifan*, 國際範) often links with internationalisation as a 'standard'. The environment in China is such that people will seek and advocate an international standard, or internationalisation, which is deemed a higher standard than the domestic standard. Consequently, many companies adapt local cultural elements to meet modern Chinese people's tastes, but with features that can be marketed in an international setting. In this paper, internationality describes the international style used by Chinese artists in the design of HAM.

### **Vietnameseness Versus Chineseness in LPA format**

HAM is located within the Impression Theme Park tourist complex in Hoi An, a town on Vietnam's central coast is known for its well-preserved ancient town that is cut through with canals. The town's diverse cultural

history reflects in its architecture: Chinese shophouses and temples, colorful French colonial buildings, ornate Vietnamese tube houses, and the iconic Japanese Covered Bridge and pagoda (Pham, 2019). Nowadays, Hoi An is a prominent world tourist destination welcoming more than 3.3 million visitors in 2018 (including nearly two million foreigners).<sup>56</sup>

HAM presents Vietnamese traditions and customs. It comprises five acts that display over 400 years of history representing Hoi An's grace and prosperity as a world port. The stage is adorned with architecture and trees; a giant sailing boat is displayed left of the stage, the river is visible behind it (see Figure 1). In the typical Chinese domestic LPA style, the show utilises spectacular large-scale scenes and over 500 Vietnamese performers accompanied by modern multimedia technologies. The show is not a narrative play and does not adopt a storytelling format. It is a musical and visual feast filled with choreography displaying the local culture through symbolism.

The first act is named *Life* and symbolizes the prehistoric origins of Vietnam. It portrays ancient scenes of local people's lives, such as farming, fishing, founding the city, and birthing the next generation. A scene from this act is presented in Figure 2.

The second act representing cultural Vietnamese-ness is titled: *The Ancient Kingdom*. It is a wedding ceremony from the ancient Cham Pa Kingdom of Vietnam. Much of the Cham Pa Kingdom's ancient architecture and temples are still preserved and are listed as World Heritage Sites. The performance displays a scene of magnificence as the king of Cham Pa marries Huyen Tran, a historic princess during the Tran Dynasty (see Figure 3).

The third act is titled *The Lantern and Sea*. It elaborates on cultural Vietnamese-ness by featuring a dramatic scene of dance that interprets *The Legend of the Waiting Statue*, whereby a woman turns to stone while longing for her husband to return from the sea. As the Chinese choreography director Lili explains:

The *Legend of the Waiting Statue* portrays a historical fact rather than a specific story. At that time, a sailor going to sea may not have come

<sup>56</sup> See online data, available at <https://english.vietnamnet.vn/fms/travel/211426/hoi-an-faces-tourism-challenges.html> [Accessed 30 Jul. 2019].



— Figure 2: Vietnamese ancient life and labor to build their homeland



— Figure 3: The King of Chămpa marries Princess Huyen Tran



back in ten years or even twenty years; he may have been killed at sea. The lanterns symbolise numerous nights when women were waiting for their husbands. It portrays many women and men in this unenviable situation (Personal Communication, 09/03/2019).

The ghostlike *ao dai* choreography in the background projects an image of disembodied life departing this realm, accompanied by the distant glow of the Vietnamese lanterns. The foreground justifies the ghostly background performance, as the returning husband discovers that his waiting wife is eternally petrified (see Figure 4).

The fourth act, *Harbour*, displays Hoi An's later development as a port city when merchants from all over the world docked there, introducing their diverse cultures. The performers' attire shows Chinese, Japanese, Portuguese, and Spanish fashion from various historical periods. The nationalities interact warmly and harmoniously, forming a "global village" (see Figure 5). At the front of the stage, rows of Vietnamese ladies play the *dan bau*, a traditional Vietnamese instrument (see Figure 6).

The *dan bau* combines with other instruments, such as the Chinese *erhu*, Japanese *chiba*, Western accordion, and Spanish guitar, leading to a display of flamenco dancing. Lili describes the reasoning behind this scene: "We use the harbour as representative of convergence, to demonstrate an ideology of world fusion (harmony)" (Personal Communication, 09/03/2019).

The fifth act, *Today*, is a display of modern Vietnamese culture. Many ladies take to the stage on bicycles. Curiously, the bicycles are present due to the budget constraints of the Vietnamese funder; the creative team initially intended to use motorcycles. The finale is a synchronised *ao dai* costumed dance and walking show (Figure 7).

In interpreting the cultural Vietnamese-ness displayed here, Lili elaborates on the use of *ao dai's* walking show and the bicycles:

The bicycle represents Vietnamese traffic; it also shows the country's modernisation. This act portrays Vietnam walking towards the contemporary; therefore, the walking show throughout the performance represents "time-travelling" through Vietnam's history. In the first act,



— Figure 4: Drama dance *Legend of the Waiting Statue*



— Figure 5: Cultural exchange between Vietnamese, Chinese, Japanese, and Westerners

a baby is born in the primitive age; the mother transplants rice seedlings while the father fishes and builds their home. The town grows throughout the ages until finally, in the present, bicycles emerge (Personal Communication, 09/03/2019).

The description above has shown that Vietnam's local culture performed magnificently, employing many performers, and stage technologies display LPA's homogeneous imprint and style. The symbolism, grandness, and uniformity are the idiomatic means LPA employs. The Chinese artists assume dominance over the Vietnamese artists when exercising creativity. However, the Vietnamese entrepreneur John Nguyen is the sole investor in HAM; thus, the Vietnamese are not powerless pawns as the production is by mutual agreement. The Vietnamese side often asserts resistance to the Chinese producers' dominance; they are sensitive to the imprint of Chinese culture on the performance and themselves. The delicacy of the situation is demonstrated firsthand by the Chinese director Min Rui:

The Vietnamese do the fundamental basic tasks; we do the upper tier of creation. Maybe it is my unfounded feeling, but when you ask the Vietnamese to be cooperative, they say no in many ways. When Zhang Xiao's music was not yet produced, we used Chinese music as a temporary replacement to train the performers. They said, "Please turn it off; you can use Vietnamese music, symphony orchestra, or American music, but do not use Chinese music" (Personal Communication, 20/03/2019).

It is no surprise that the Vietnamese are wary of Chinese culture infiltrating their LPA. The concept of harmony between humans and nature, peddled as cultural capital by the Chinese artists, is woven into the structure of this Vietnamese LPA. Mei Shuaiyuan has stressed foreign LPA's Chinese originality:

In the creation of foreign LPA, just the story is from a foreign country. Harmony between humans and nature is still the ideology when we make foreign LPA. We expect to portray Vietnamese culture in line with Chinese thinking. Most importantly, Chinese culture emphasises



— Figure 6: The performance of the Vietnamese musical instrument *dan bau*



— Figure 7: Performers riding their bicycles and performing *ao dai* choreography

blending and completeness that is non-invasive. "Narrating Chinese stories in the mountain water with Chinese thinking" is the slogan we use in China. Once we go abroad, we narrate the World story in the (foreign) landscape.<sup>57</sup>

Though Mei underscores the non-invasiveness of Chineseness, his ideology of "portraying Vietnamese culture in Chinese thinking" is clearly invasive. Mei's statement reveals cultural and business ambition combined with his desire to instigate a cultural Chineseness worldwide. The choreographer Lili presented evidence of Vietnamese resistance when asked, "Is there an ideology of harmony between humans and nature in Vietnam?" Lili professed:

I think they have it in their heart, but they have not brought it up yet. Harmony between humans and nature is deeply ingrained in Chinese thinking. For example, when we designed the clothes for the Princess, they saw the auspicious clouds on the clothes, and they resisted, saying, "that symbol is from China, not Vietnam". The Princess we

<sup>57</sup> See *Impression Liu Sanjie* official website: <https://mp.weixin.qq.com/s/PGXJI-0ExcqI23V10s-1d7w>



portray lived one thousand years ago. At that time, Vietnam was just China. Eventually, we removed the ear of wheat on the hairpin as a compromise. They do not want something Chinese, but they cannot avoid it because Chinese culture is too influential.

The interviews above have illustrated the Vietnamese's simmering resentment that forms this research's nucleus. An artefact need only be perceived as Chinese for the Vietnamese to reject it, even if it is now a traditional element of Vietnamese culture. Cooperation between the Chinese and Vietnamese parties is a tumultuous process in which they struggle for compromise. The following section will continue to demonstrate this by focusing on the issue of internationality.

### **Internationality: Universal Conceptuality, Audibility, and Visuality**

Native Vietnamese culture is wrapped around Chineseness and then presented as “international” - or, as the Chinese director, Min Rui, stated, “The core content is native, but expressed in an international form” (Personal Communication, 20/03/2019). This idea points to the problematic boundary between content and production. The content must be Vietnamese, but the production must be internationally accepted. I analyse the concept, music, and choreography to show how China and Vietnam are both searching for internationality as a possible solution to the Sino-Vietnamese tensions.

Mei Shuaiyuan enthusiastically supports the landscape idea that connects Chineseness and Vietnamese-ness:

China and Vietnam share a similar cultural background; the two nations live like neighbours who have engaged mutually since ancient times.<sup>58</sup> The geographical landscapes between China and Vietnam are interlinked as they are and have always been connected by a continuous “stream” of shared culture and heritage. Both nations have a close

<sup>58</sup> See the news from the official website of Shanshui Ceremony Culture Industry Company, available at: <http://www.shan-shui.com/ArtsNewShow.html?id=24202888>

resemblance in terms of the natural landscape. We are neighboring countries that are closely related and mutually dependent.<sup>59</sup>

The exploration of how localities are interconnected in this loose cultural geography can be a point of focus to generate cross-border dialogues. In this light, Iwabuchi (2017) proposed “trans-East Asia as a method”. Thus, the code of the landscape, as real and imagined, once more provides a space for the transaction, exchange, and negotiation between China and Vietnam in geographical and cultural aspects. Though Chinese artists have insisted that LPA and its cultural Chineseness present “harmony between humans and nature”, Mei seeks to universalise Confucian ideology and reinforce cultural similarities as a shared Asian-ness or internationality. As mentioned earlier, Chineseness historically entwines with Asianness; many Asian countries in the Chinese sphere of influence, including Vietnam, have pan-Confucian values. Today, Confucian harmony between humans and nature still exists in Vietnam's cultural ecology (Culas, 2019). From a purely cultural, historical, and political viewpoint, the approach and philosophy of harmony are Chinese characteristics. However, there is a conscious or unconscious longing in urban dwellers worldwide for a reconnection, a harmony, with the natural world that the tourist industry profitably exploits. Environmentalists consider ecotourism a critical endeavour and a prime example of this longing for nature. Therefore, harmony between humans and nature can be understood literally as a universal concept or an internationality.

Unlike contentious domestic issues of identity, the world's environmental breakdowns evoke universal concern and require broader collective mindsets that transcend national politics and boundaries (Chao and Kompatsiaris, 2020, p. 12).

Ironically, China, a heavily polluted country, is advertising harmony between humans and nature as uniquely Chinese and is preaching this harmony to Vietnam at a time when environmental issues have gained

<sup>59</sup> See the news published in SCIC's official website, available at: <http://www.shan-shui.com/ArtsNewShow.html?id=24202888>

some traction with the recent emergence of environmental activism. Nevertheless, in transitioning to a global manufacturer and a global polluter, there is a growing need for Vietnam to embrace harmony between humans and nature.

Additionally, Mei Shuaiyuan asserted that “Hoi An is a historical international port at the cultural confluence between East and West. Thus, the performance portrays the co-mingling of cultures”.<sup>60</sup> Flagging the theme of cultural confluence as Hoi An’s cultural placeness, HAM promotes the message of a “global village”. Mei Shuaiyuan explained how he introduced the emotion of internationality as the conceptual theme of HAM:

We lock in a conceptual theme which is nostalgic homesickness. The Vietnamese producer John Nguyen deeply agreed with us. In Hoi An, the homesickness is mankind’s shared emotion which is universal. It is not only Vietnamese but also Chinese, European, and Japanese homesickness. The script does not directly talk about homesickness. The emotion surreptitiously sinks into every scene, such as the melody of the old folk song and the ancient town with the receding lights.<sup>61</sup>

Nostalgia has been recognised as a universal emotion by Chhabra, Healy, and Sills (2003): “People are nostalgic about old ways of life, and they want to relive them in the form of tourism...nostalgia is a universal catchword for looking back” (p. 705). MacCannell (1976) believes nostalgia can be staged in a “tourism cultural production, and nostalgic collective memory reconstructs the past to serve the needs of the present” (p. 4). Chinese producers and artists are teasing out a cultural universality or international sense presented to the globalised world. At this point, we can see the producers’ deep understanding of themes. As an international tourism venue, HAM must be exotic (Oriental); more importantly, it must be global to touch the audience’s emotions. Thus, the encapsulation of homesickness and nostalgia displaces politics, otherness, and the boundaries of space and time, creating a sense of shared humanity. Ultimately,

<sup>60</sup> See the news from People.cn, available at: <http://gx.people.com.cn/n2/2018/0326/c179430-31384270.html> [Accessed 30 Jul. 2019].

<sup>61</sup> Ibid.

these births the first Chinese-produced, globalised Vietnamese cultural production that resonates with national and international audiences.

The Western influence is evident in HAM’s musical style. Chinese composer Zhang Xiao adopted the Hollywood film music style to give a discernable internationality to the score.

Vietnamese musicians composed the Vietnamese music for HAM based on their traditional music by utilising Vietnamese instruments. I reconstructed and rearranged the instruments, striving to retain their authenticity as much as possible. The international style I used gave the flavour of Western dramas and musicals, which brought out Vietnamese music’s grace and beauty. I aimed for an aesthetic similar to that of Hollywood films (Personal Communication, 17/03/2019).

Zhang Xiao then explained his rationale for native music expressed internationally:

It is the international way for people who do not comprehend the local language to understand what the music conveys. The music can serve as an international “language” when local folk music has been “interpreted” and presented in an international musical format. I applied Western orchestral music. Folk music must be polished by Western forms’ logic and texture to give folk music an international feel (Personal Communication, 17/03/2019).

Zhang Xiao is inadvertently acknowledging that globalisation equals Westernisation, more specifically, Americanisation. Constructing the international feeling of HAM, he assumes that the style of Hollywood film music has superiority as a recognisable commodity. Lee (2005) asserts that Hollywood films (and musicals) are assumed to possess “universality”. Zhang Xiao’s musical internationality concentrates on the marketability of Vietnamese music, but it dilutes the musical “authenticity”.

Western influences prevail in HAM’s choreography. The director of choreography, Lili, injects internationality into the performance by choreographing a mixture of modern and Vietnamese dance elements. She remarks that:

The Vietnamese producer John Nguyen<sup>62</sup> asked us to make an international style of performance that still looks very Vietnamese, so we just tailored it to fit an international aesthetic. When I created the dance steps for ao dai's walking show, the Vietnamese performers said: "No, this is not Vietnamese" (they believed it to be Chinese), but fortunately, a Vietnamese female dance director, Nguyen, said, "Yes, this is very Vietnamese as well", which then made them cooperate. She has seen the world; she studied in Russia; thus, her sight is more internationalised and inclusive; she could accept it quickly. Otherwise, we would not be able to carry on smoothly (Personal Communication, 14/03/2019).

The underlying Chinese-Vietnamese tensions once again have surfaced. The critical point to take away from this is how internationality is an aid to conflict resolution. Rebranding Vietnamese culture in an international way dissolves the resistance to Chineseness. I asked Lili: "Can it be said that they sometimes could not differentiate what is Vietnamese, Chinese, and international?" She replied that:

It is unnecessary to make a clear distinction between those three. It is because of everyone's conservative thinking about what is Vietnamese, Chinese, or international. We should accept these different viewpoints first and then change them. The approach can make us merge; it is more of a negotiation than an order when we rehearse. There is a skill in extracting the local culture to merge their forms with international aesthetics. We need to make the Vietnamese regard the product as their own, although we have designed it with our Chinese thinking. The final production balances contradictions, which is interesting, as we are searching for an international sense.

In terms of the choreography design of the ao dai walking show, Lili describes it introspectively:

<sup>62</sup> John Nguyen is the Vietnamese investor who initiates this Vietnamese LPA project by inviting the Chinese creative team.

Initially, we felt distraught as they did not accept our interpretation of their *ao dai* walking. It was our fault as we were impatient. We must let them understand that it is their culture; I should not be selfish, given that our taste is still very Chinese despite merging with the Vietnamese concepts we create. We should think to ourselves, is it Vietnamese? Is our ao dai their *ao dai*? For example, we initially talked about breathing and the harmony between humans and nature, but they did not understand. We had put these concepts into every breathing dance movement<sup>63</sup>; they eventually got it (Personal Communication, 14/03/2019).

The interview divulges that the Chinese creation teams constantly and earnestly made explanations and excuses to dispel Vietnamese misgivings about the encroachment of Chineseness. Resolving this tension requires mutual understanding, soul searching, and negotiation to reach a workable compromise. I questioned Lili about how this international strategy is implemented in the choreography:

We consider that international aesthetics in the contemporary age are analogous to the rhythm of a heartbeat. For example, the Cham Pa soldiers' walking dance has a sense of zero gravity; we found it great to combine the Cham Pa dance with the sense of zero gravity. It gives the tempo of the zero-gravity walking as |X X XX X|X X X XX|. There is no such thing in Vietnamese traditional dance as zero gravity, though it is fundamental training for international modern dance.

The concept, music and choreography's internationality have a global appeal by adding modern rhythm sensations, emotions, and visual impact. International taste and openness are critical here. The "language" of the performance is more international art than Chineseness or Vietnamese-ness. It is the abstraction that conveys cosmopolitan spirit, in order to express a range of forces and emotions. It quenches the Vietnam team's

<sup>63</sup> Breathing dance movement here is technically referred to a dance technique involving controlling the tempo with breathing.

resistance, sidestepping the cultural and political tensions between China and Vietnam. Vietnameseness evades Chineseness, thus, exalting Vietnameseness to an international standard.

### **Post-cooperation: Vietnameseness Versus Chineseness in Propaganda**

Intriguingly, HAM's premiere coincided with the arrival of the US aircraft carrier *Carl Vinson* at the port of Danang. *Carl Vinson* embodies the complex relationship between Vietnam and China regarding the South China Sea conflict.<sup>64</sup> To elaborate on this encounter, Mei Shuaiyuan connected HAM and *Carl Vinson* in the article "*Carl Vinson* and Vietnam Memories: A Special Interpretation on Two Sorts of Screaming". It was published on his company website and later withdrawn permanently. I summarise the key points below:

*Carl Vinson* is visiting Danang ... You can imagine the shock and scream when Vietnamese civilians look at this steel monster. Interestingly, an LPA is now premiering and made by collaboration between China and Vietnam in Hoi An, just 20 minutes from Danang. Numerous people scream and constantly applaud in the theatre. I think the Vietnamese can never imagine their cultural elements presented in such a form. *Carl Vinson* is a weapon for war and massacre, essentially a tool of death. While HAM narrates human coexistence, harmony, and love ... those gorgeous ladies wearing *ao dai* and elegantly walking symbolise human beauty and goodness. HAM is another type of "aircraft carrier"; the power she emits can subvert *Carl Vinson*. She bears the weight of our peace and dream. Now I can comprehend the meaning of soft power...<sup>65</sup>

Mei strives to exert his cultural and creative domination, while conversely, the USA is broadcasting its military domination. Though both soft

<sup>64</sup> See news in Deutsche Welle, available at: <https://www.dw.com/zh/战后首次美核驱动航母停泊越南岷港/a-42831263> [Accessed 13 Dec. 2019].

<sup>65</sup> Shan-shui.com, 2018

power and hard power are forms of domination, Mei seeks to beautify and "landscape" his cultural power; there is an allegation of cultural domination here that places a contrast between the aggression of the US and the "peaceful rise" of China. The choice is to join the West and be dominated by its aggressive hard power, or alternately, embrace the Chinese spirit of harmony. Chinese soft power, according to Mei, is in ideological opposition to American hard power and repulses the United States on the "battlefield" of Vietnam, where two superpowers rival each other. Mei closes his controversial *Carl Vinson* post with a claim to understand soft power. The post's speedy deletion presents a different story: The exaltation of China and criticism of Vietnam's ally are diplomatically clumsy. Adding to the contentious issues regarding the South China Sea, we begin to understand why traces of Chinese involvement, such as the Chinese artists' names and Chinese language subtitles, were removed by the Vietnamese for the premiere of HAM.

The Vietnamese website for HAM introduces the performance as "A large-scale art program for Vietnam currently being developed by reputable experts in the country, and staged by the world's top specialist, the father of Landscape Performance".<sup>66</sup> However, there is no mention of the name or nationality of the "mysterious" father of Landscape Performance. The promotional trailer for HAM was displayed on a giant screen in Times Square, New York City. This advertisement stated that "more than 300 international news outlets reported that HAM is a 'global phenomenon' and 'the pride of Vietnam' ".<sup>67</sup> The British news agency Reuters commented that it is "the most beautiful show in the world" in their article "Amazing Hoi An Memories"; the article recognises HAM's contribution to boosting local tourism by attracting national and international tourists.<sup>68</sup> In-

<sup>64</sup> See *Hoi An Memories* official website, available at: <https://hoianimpression.vn/en/discover/ky-uc-hoi-an-chuong-trinh-bieu-dien-nghe-thuat-thuc-canh-43.html>

<sup>67</sup> See the trailer of *Hoi An Memories*, available at: [https://www.youtube.com/watch?v=IDb\\_zg86UFA](https://www.youtube.com/watch?v=IDb_zg86UFA) [Accessed 30 Jul. 2019].

<sup>68</sup> See the news from Reuters titled: "*Amazing 'Hoi An Memories' Show Used as an Example to Help Boost Vietnam's Visitor Numbers*", available at: <https://www.reuters.com/brandfeatures/venture-capital/article?id=92515> [Accessed 30 Jul. 2019].

terestingly, none of these forms of media mentions the involvement of a Chinese LPA company. In stark contrast, this Reuters article was adapted for native Chinese consumption by the Chinese online newspaper China Daily, which subsequently added the following:

*Hoi An Memories* is reported by the English media Reuters...LPA gives Hoi An a new cultural card, bridging Sino-Vietnamese cultural cooperation. HAM interprets Hoi An, Vietnamese historical culture, and national spirit, which improves Hoi An's cultural value...It bears witness to the strength and feasibility of this Chinese export. LPA tells the world that the Chinese way can be used to narrate their stories, especially in BRI countries...<sup>69</sup>

The Chinese media presents unabashed Chinese authorities' propaganda, repositioning the report from Reuters as a Western endorsement of HAM. It promotes Chinese cultural confidence and national pride by emphasising LPA's Chinese originality. China projects a glorious Chineseness reinforced by Vietnam's alleged dependence on China for socio-economic improvements and cultural enhancements. A politicised statement in the *People's Daily*, a Chinese state-controlled newspaper, goes further with its nationalist rhetoric:

The founder of LPA, Mei Shuaiyuan...took a "paintbrush" to Vietnam using Chinese-style magnificent "painting materials" to portray a Vietnamese old port's history and memory. It is the first time Chinese design, full of "mountain water" flavour, goes abroad to fuse into another nation's landscape (quoted in Zhou and Xu, 2018).

Accentuating that LPA is a Chinese cultural and intellectual export of a contemporary version of shanshui, the bombast portrays Mei Shuaiyuan as a "decorator" refitting and sprucing up run-down old Vietnam. The Chinese media's interpretation of HAM proves that the resource of

<sup>64</sup> See the news from *Chinadaily*, available at: <http://ex.chinadaily.com.cn/exchange/partners/82/rss/channel/cn/columns/vyuatu/stories/WS5cdb7eaaa310e7f-8b157cc44.html> [Accessed 30 Jul. 2019].

mountain water is a safe representational tactic to flag the Chinese national image in the global market and strengthen Chinese cultural nationalism domestically. Though Chinese artists emphatically strived to build a bridge of cooperation with the Vietnamese to make HAM a joint project and pacifier of the tensions between opposing nations, HAM has partly failed in its objective. Unsurprisingly, that fact is overlooked by the Chinese media lurking behind the Great Firewall. With great relish and national bombast, they claim that HAM is a tremendous Chinese success story internationally. It is portrayed as a magnificent show of Chinese cultural power and superiority, carrying Chinese artistic creativity abroad. The pivotal point to be taken from this clash of cultures is that the Vietnamese have "stolen" this soft power from China. They have successfully transformed this Chinese creativity into their Vietnamese soft power and cultural brand by appropriating HAM. The Chinese team is concealed in the background; they are powerless to claim their stake and, with it, China's share of glory that should have arisen from this joint Sino-Vietnamese project. The revelation that Vietnam has managed to annex HAM bodes ill for the future international development of LPA, and it calls into question LPA's utility as a soft power and national brand. Nevertheless, this case study offers a lens for examining the intertwining of tradition and modernity, the local and the foreign, and the national and the transnational. In the production process of HAM conducted by Sino-Vietnam collaboration, national identity's purposeful ambiguity has facilitated a cultural exchange in landscape, place, and performative space of globalised Hoi An.

## Conclusion

This research paper has divulged how LPA breaks through the national boundary of China to launch headlong into the international arena. As exemplified by HAM, Chinese artists strategically employ internationality as a bridge to promote Vietnamese cultural placeness, which avoids the sensitivities of the cultural and political conflicts between China and Vietnam. Therefore, internationality has provided a dialogue between Chineseness and Vietnamese-ness, which helps LPA break the cultural and political barrier. In other words, the convergence of internationality, Chineseness, and



Vietnameseness allows the Chinese and Vietnamese officials to promote their respective versions of cultural brands and nationality in a global setting.

Interestingly, the demarcation between Vietnameseness, Chineseness and internationality become blurred. The HAM study highlights how this performance permits ambiguity; thus, not pinning it down to a particular identity is a route for facilitating exchange, a special meeting space and a cultural landscape. In the cooperative mechanism, both China and Vietnam manage to universalise local Vietnamese culture through a reductionist approach to the local cultural object. The inclusion of cultural elements as an expression of both nations is not achieved by saying that this is 'ours'; now, you must show us something that is yours. It comes from exploring the possibility that what is ours could well also be yours. Combining these diverse cultural elements with internationality creates a shared global aesthetic that is a marketable resource for China and Vietnam: a resource that simultaneously initiates an emotion of national pride in both nations.

#### References:

- Callahan, W. (2013) *China Dreams: 20 Visions of the Future*. 1st ed. Oxford: Oxford University Press.
- Chajdas, T. (2018) BRI Initiative: A New Model of Development Aid?, In: Chaisse, J. and Gorski, J. (eds.) *The Belt and Road Initiative: Law, Economics and Politics*, Boston: Brill.
- Chao, J. and Kompatsiaris, P. (2020) 'Curating climate change: the Taipei Biennial as an environmental problem solver', *Journal of Contemporary*, 7(1), pp. 7-26.
- Chhabra, D., Healy, R. and Sills, E. (2003) 'Staged authenticity and heritage tourism', *Annals of Tourism Research*, 30(3), pp.702-719.
- Chen, K. H. (2010) *Asia as method: Toward deimperialization*. Durham, NC: Duke University Press.
- Culas, C. (2019) Nature and Human in Sino-Vietnamese conceptions and practices. Articulations between Asian vernacular "analogism" and Western modern "naturalism" modes of identification". Chitra San-

karan, Chi P. Pham, Gurpreet Kaur. *Ecologies in Southeast Asian Literatures: Histories, Myths and Societies*, Vernon Press, pp.111-129, 1.

- Deych, T. (2018) 'China in Africa: neo-Colonial power or "win-win" strategy?', *Outlines of global transformations: politics, economics, law*, 11(5), pp.119-141.
- Di Lan, N. and Vu, T. (2019) The Sino-US-Vietnam Triangle in a Belt and Road Era. *East Asia*, 36(3), pp.229-241.
- Ferdinand, P. (2016) 'Westward ho-the China dream and 'one belt, one road': Chinese foreign policy under Xi Jinping', *International Affairs*, 92(4), pp.941-957.
- Forbes, F. and Henley, D. (2011) *Vietnam Past and Present: The North*. 1st ed. Cognoscenti Books.
- Hai, D. (2017) *Vietnam and the South China Sea: Politics, Security and Legality*. 1st ed. New York: Routledge.
- Han, K. (1978) The Chinese Concept of Program Music. *Asian Music*, 10(1), p.17.
- Iwabuchi, K. (2017) 'East Asian popular culture and inter-Asia referencing', in Iwabuchi, K. Tsai, E. and Berry, C. (eds.) *Routledge handbook of East Asian popular culture*. London and New York: Routledge, pp. 24-33.
- Keane, M. (2016) *Handbook of cultural and creative industries in China*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Kleven, A. (2019) Belt and Road: colonialism with Chinese characteristics. [online] Lowyinstitute.org. Available at: <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/belt-and-road-colonialism-chinese-characteristics> [Accessed 30 Jul. 2019].
- Lim, A. (2015) 'Africa and China's 21<sup>st</sup> century Maritime Silk Road', *The Asia-Pacific Journal*, 13(11).
- Liu, Q. (2021) Cultural exploitation in Chinese politics: reinterpreting Liu Sanjie. *Prometheus*, 37(2), pp.111-136.
- Lee, J. (2005) *Travelling Films: Western Criticism, Labelling Practice and Self-Orientalised East Asian Films*. Ph.D. Goldsmiths
- Lau, F. (2005) Morphing Chineseness: The Changing Image of Chinese Music Club in Singapore. In Um, H. (eds.) *Diasporas and Inter-*

*culturalism in Asian Performing Arts*. Taylor & Francis, p.30.

- MacCannell, D. (1976) *The tourist: a new theory of the leisure class*. 1st ed. Berkeley: Univ of California Press.
- Nordin, A. (2016) *China's international relations and harmonious world*. 1<sup>st</sup> ed. Oxford and New York: Routledge.
- Peng, W. and Keane, M. (2019) China's soft power conundrum, film coproduction, and visions of shared prosperity. *International Journal of Cultural Policy*, 25(7), pp.904-916.
- Pham, A. (2019) Vietnam's UNESCO World Heritage Site of Hoi An. [online] Vietnam Insider. Available at: <https://vietnaminsider.vn/vietnams-unesco-world-heritage-site-of-hoi-an/> [Accessed 13 Dec. 2019].
- Saxer, M. and Zhang, J. (2017) *The Art of Neighbouring*. Amsterdam University Press.
- Sidaway, J. and Woon, C. (2017) Chinese Narratives on "One Belt, One Road" (一带一路) in Geopolitical and Imperial Contexts. *The Professional Geographer*, 69(4), pp.591-603.
- Wen, Y. (2016) 实景演出：中国风国际化-新华网. [online] Xinhuanet.com. Available at: [http://www.xinhuanet.com/politics/2016-06/30/c\\_129102277.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2016-06/30/c_129102277.htm) [Accessed 26 Jul. 2019].
- Womack, B. (2006) *China and Vietnam: The Politics of Asymmetry*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Womack, B. (2010) China and Vietnam: Managing an Asymmetric Relationship in an Era of Economic Uncertainty. *Asian Politics and Policy*, 2(4), pp.583-600.
- Xing, G. (2017) "Understanding China's One-Belt-One-Road Initiative: a New Link Pattern for Deepened Interaction between China and the World". *Looking for A Road: China Debates Its and the World's Future*. Koninklijke Brill / Social Sciences Academic Press. pp. 152–155.
- Yao, W. (2012) 'Approaching Chineseness: investigating the cultural transfer of behavioural factors in and through Chinese industrial design', unpublished PhD thesis, Royal College of Art, London, available at [https://researchonline.rca.ac.uk/1695/1/PhD%20Thesis\\_Wenjin%20Yao.pdf](https://researchonline.rca.ac.uk/1695/1/PhD%20Thesis_Wenjin%20Yao.pdf) (accessed February 2021).
- Zhang, W., Alon, I. and Lattemann, C. (2018) *China's One Belt One*

*Road Initiative*. New York: Palgrave Macmillan.

- Zheng, Z. (2016) 箬箬专访|山水之间的梅帅元. [online] Sohu.com. Available at: [http://www.sohu.com/a/107523108\\_200361](http://www.sohu.com/a/107523108_200361) [Accessed 30 Jul. 2019].
- Zhou, Y. and Xu, J. (2018) 一首动人的诗篇. [online] People.cn. Available at: <http://gx.people.com.cn/n2/2018/0404/c179430-31424624.html> [Accessed 30 Jul. 2019].

# KULTURNA SARADNJA I DIPLOMATIJA IZMEĐU KINE I VIJETNAMA: IZGRADNJA HOI AN SEĆANJA U VIJETNAMSKOM PEJZAŽU

— Quan Liu

Pejzažna scenska umetnost (PSU) (Landscape Performing Arts, LPA) je niz predstava velikih razmera koje doživljavaju procvat u Kini. U predstavama se koriste prirodni pejzaži u pozorištima na otvorenom, zajedno sa imponantnim vizuelnim i audio efektima modernih scenskih tehnologija. Stotine lokalnih izvođača, amatera, anagažovano je da svoju kulturu i istoriju prikazuju domaćoj i stranoj publici kroz muziku i koreografiju. PSU (LPA) naglašava tradicionalnu kinesku filozofiju „harmonije između ljudi i prirode“. Nakon prve predstave *Impression Liu Sanjie* iz 2003. godine, PSU (LPA) je postala kolosalna industrija koja uključuje stotine pejzažnih scenskih predstava, od kojih svaka ima izrazito regionalne odlike. PSU (LPA) format je nedavno počeo da se upotrebljava u Vijetnamu i Maleziji. Ovaj rad pokazuje kako se PSU (LPA) koristi u političke svrhe da bi se povećala meka moć Kine u Vijetnamu i kako se PSU usklađuje sa kineskom ambicioznom inicijativom Pojas i put (Belt and Road Initiative, BRI). Na osnovu etnografskog pristupa intervjuisanju kineskih umetnika i posmatranja vijetnamske PSU (LPA), *Hoi An Memories (HAM)*, pokazuje se kako se kinesko i vijetnamsko mire u izazovnoj saradnji između kineskih i vijetnamskih umetnika. Spajanje kulturnih elemenata u *HAM*-u pokazuje da je maglovita granica između vijetnamskog, kineskog i internacionalnog. Kombinacija kulturnih elemenata dve zemlje i internacionalnosti stvara zajedničku globalnu estetiku koja je tržišni resurs za Vijetnam i Kinu, izvor koji izaziva emocije nacionalnog ponosa u obe nacije istovremeno. *HAM*, dakle, naglašava

da transnacionalna PSU (LPA) odobrava dvojnosti kako bi se istražila zajednička osnova kao zajednički kulturni pejzaž.

**Ključne reči:** scenske umetnosti, kulturna diplomatija, amaterizam, Kina, Vijetnam

# VEŠTAČKA INTELIGENCIJA (VI) I UMETNOST: DA LI JE MOGUĆE DA VI ZAMENI UMETNIKA?

— Olga D. Mirković Maksimović

## Definicija veštačke inteligencije: četiri moguća pristupa

Alan Tjuring (Alan Mathison Turing) smatra se pionikom u razvoju VI zahvaljujući svom radu „Computing Machinery and Intelligence” (Alan, 1950: 433), dok je veštačka inteligencija kao termin formulisan tek 1956. godine zaslugom Džona Makartija (John McCarthy, Dartmouth College) i njegovih kolega Minskog (M. L. Minsky, Harvard University), Ročestera (N. Rochester, I.B.M. Corporation), Šenona (C. E. Shannon, Bell Telephone Laboratories), a ozbiljno se razvija od kraja Drugog svetskog rata. Iako postoji nešto više od pola veka, teško ju je precizno definisati i, najčešće zbog veoma raznolikih definicija i pristupa/tumačenja, dolazi do nesuglasica i vrlo oprečnih očekivanja u vezi sa onim što veštačka inteligencija donosi danas i može da nam donese u budućnosti. Nastala je kao pokušaj odgovora na pitanje da li je moguće inteligenciju čoveka simulirati i kreirati u računarskom okruženju – zbog toga je neraskidivo vezana za računarsku nauku i iz nje je izrasla. Veštačka inteligencija je u stvari pokušaj odgovora na pitanje može li računar da izvede zadatak koji, kada ga izvodi čovek, zahteva inteligenciju.

Postoje ukupno četiri kategorije u okviru kojih može da se definiše veštačka inteligencija (Milosavljević, 2015, str. 4). Dve se bave procesima rasuđivanja, a dve procesima ponašanja (Russell & Norvig, 2010):

1. sistemi koji misle kao ljudi;
2. sistemi koji razmišljaju racionalno;
3. sistemi koji deluju kao ljudi;
4. sistemi koji deluju racionalno.

Ovde se napetost uočava između ljudskog (mišljenja i delovanja) i racionalnog (mišljenja i delovanja). Nezavisna ekspertska grupa Evropske komisije za VI u izveštaju definiše VI na sledeći način:

*Veštačka inteligencija odnosi se na sisteme koji pokazuju razumno, inteligentno ponašanje na osnovu analize svog okruženja i donose odluke – sa određenim stepenom autonomije – da ostvare konkretne ciljeve. Sistemi zasnovani na veštačkoj inteligenciji mogu biti bazirani isključivo na softveru i delovati u virtuelnom svetu (na primer virtuelni asistenti, softveri*

za analizu fotografija, internet pretraživači, sistemi za prepoznavanje govora i lica) ili mogu biti ugrađeni u uređaje – hardver (na primer napredni roboti, autonomna vozila, dronovi i slično). (Independent High-Level Expert Group on Artificial Intelligence set up by the European Commission, 2018)

*English Oxford Living Dictionary* daje definiciju veštačke inteligencije: *Teorija i razvoj računarskih sistema sposobnih da obavljaju zadatke koji obično zahtevaju ljudsku inteligenciju, kao što su vizuelna percepcija, prepoznavanje govora, donošenje odluka i prevod između jezika.* (Wright, 2008)

Britanska enciklopedija veštačku inteligenciju definiše na sledeći način: *Veštačka inteligencija, sposobnost digitalnog računara ili računarsko kontrolisanog robota da obavlja zadatke koji su obično povezani sa inteligentnim bićima.*<sup>70</sup>

Pri tome se inteligentna bića definišu kao ona koja se mogu prilagoditi promenjivim okolnostima.

Za razmatranje veze između veštačke inteligencije i umetnosti posebno su važne dve definicije, a one se odnose na sisteme koji misle i deluju kao ljudi. Umetnici se obično odriču racionalnog i drže kreativnog pristupa, o kom će biti reči nešto kasnije. Od samog nastanka veštačka inteligencija iziskuje multidisciplinarni pristup i u njenom izučavanju je jasna potreba da se spoje prirodne, društvene nauke i kreativnost. Imperativ je napraviti most između algoritamsko-logičnog načina mišljenja i načina na koji ljudi misle i postupaju uprkos različitim vrednostima i kulturološkim obrascima koje sadrže u sebi. Oba pristupa tiču se ljudi – i onaj koji se odnosi na mišljenje i onaj koji se odnosi na ponašanje. Nemali broj svetski poznatih stručnjaka iskazuje pesimizam kada je u pitanju budućnost ljudi u okruženju u kom dominira veštačka inteligencija. Stiven Hoking (Stephen Hawking) je tim povodom izjavio:

<sup>70</sup> Copeland, B. (2022, March 18). Artificial intelligence. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/technology/artificial-intelligence>

*Duh je izvan boce. Moramo krenuti napred u razvoju veštačke inteligencije, ali takođe moramo imati na umu njene stvarne opasnosti. Bojim se da bi VI mogla potpuno zameniti ljude. Ako ljudi dizajniraju računarske viruse, neko će dizajnirati VI koja se replicira. Ovo će biti novi oblik života koji će nadmašiti ljude.* (Medeiros, 2017)

Sličnog stava je i Bil Džoj (Bill Joy), koji je u magazinu Wired 2000. godine napisao (Joy, 2000): „Naše najmoćnije tehnologije 21. veka – robotika, genetski inženjering i nanotehnologija – prete ljudima i čine ih ugroženom vrstom”. U takvom okruženju nabijenih emocija, koje su veoma polarizovane, postavlja se pitanje da li umetnost može i treba da bude most između dva stava i da li povezivanje veštačke inteligencije i umetnosti može da doprinese boljem razumevanju kako veštačke inteligencije, tako i same umetnosti u savremenom dobu.

### **Veštačka inteligencija i umetnost**

Za razumevanje pojma veštačke inteligencije važno je da razumemo kada i kako je pojam nastao i ko je sve učestvovao u njegovoj genezi i evoluciji. Jedno od nezaobilaznih imena je A. Tjuring, koji je u svom radu iz 1950. godine definisao Tjuringov test, na osnovu kog se može utvrditi da li je određena mašina inteligentna ili ne. Odgovor se čini jednostavnim: inteligentna je ako u konverzaciji sa njom ne možemo da je razlikujemo od čoveka. To suštinski znači sledeće: da bi se mašina nazvala inteligentnom, morala bi da poseduje moć obrade prirodnog jezika, interpretacije znanja, moć zaključivanja i učenja. Već tu se dolazi do samih granica. Kako navodi Milan Gnjatović:

*Validnost Tjuringovog kriterijuma je osporena „argumentom kineske sobe”, koji je 1980. izneo filozof Džon Serl (John Searle). Ovaj argument se zasniva na sledećem misaonom eksperimentu. Pretpostavimo da je Serl zatvoren u sobi. On ne razume kineski, ali ima knjigu sa uputstvima za uparivanje pitanja i prikladnih odgovora na kineskom. Posmatrač izvan sobe razume kineski i dostavlja Serlu pitanja na kineskom, u pismenoj formi. Serl prepoznaje simbole u pitanjima po obliku iako ih ne razume i koristi knjigu da odredi odgovore, koje takođe ne razume. Odgovore*



prosleđuje posmatraču izvan sobe, koji stiče iluziju da Serl razume kineski. Ovaj misaoni eksperiment je zamišljen tako da podrži analogiju sa računarima. Serl igra ulogu procesora, knjiga koju koristi je računarski program, a posmatrač izvan sobe je korisnik. Argument kineske sobe pokazuje da Serl (čitaj: računar) može da zadovolji kriterijum Tjuringovog testa za kineski jezik iako ne razume kineski. Drugim rečima, činjenica da računarski kontrolisana mašina simulira inteligentno ponašanje ne implicira da je mašina zaista inteligentna. I pored brojnih pokušaja, zagovornici veštačke inteligencije do danas nisu uspeli da ospore Serlov argument. Veći deo naučne zajednice u ovoj oblasti je jednostavno odlučio da ignoriše ovaj Serlov argument – baš kao što je Tjuring svojevremente predložio. (Gnjatović, 2018)

Kako je veštačka inteligencija nastavila da se razvija, menjao se njen odnos prema filozofiji i umetnosti zajedno sa samom zrelošću discipline. Otvaranjem podataka i pojeftinjenjem tehnologije došlo se do tačke da umetnici mogu samostalno da koriste tehnologiju u stvaranju umetničkih dela.

Umetnost možemo definisati kao ljudsku delatnost ili proizvod ljudske delatnosti koji ima za cilj stimulisanje ljudskih čula, kao i ljudskog uma i duha. Umetnost se stvara s namerom da se prenesu emocije ili/i ideje. Upravo je ovo mesto gde treba da se zapitamo da li je moguće putem veštačke inteligencije stvoriti umetničko delo. Ukoliko ga kreira veštačka inteligencija, gde je tu namera? Namera pripada kome – onome ko je stvorio veštačku inteligenciju ili samoj veštačkoj inteligenciji (ukoliko je tako nešto uopšte moguće)?

Da li VI može biti kreativna? Šta je kreativnost? U literaturi se mogu naći stotine definicija kreativnosti. Najpre treba pomenuti poreklo reči *kreativnost*. Etimološki koren reči dolazi iz latinske reči *creatus*, što znači „koji je narastao”. Najraširenije shvatanje kreativnosti odnosi se na činjenicu da se ona manifestuje prilikom stvaranja umetničkog dela koje je jedinstveno, originalno. Potreba za umetnošću naziva se ljudskom kreativnošću. Ovde je veoma važno ukazati na razliku između kreativnosti i inovacije, koja je kao termin znatno bliža tehnološkom svetu. *Kreativnost* je termin koji se koristi kako bi se označila aktivnost stvaranja originalnih, novih

ideja, pristupa ili aktivnosti, dok je *inovacija* proces stvaranja i primenjivanja navedenih kreativnih ideja u komercijalne svrhe.

Pogledajmo nekoliko značajnih primera u vezi s tim šta se dešavalo na polju upliva veštačke inteligencije u slikarstvo. Prvi primer dolazi iz aukcijske kuće *Kristis* (*Christie's*). Njegov značaj je utoliko veći jer je u pitanju prva aukcijska prodaja umetničkog dela koje je kreirala veštačka inteligencija. Aukcija se desila u oktobru 2018. godine, dok je slika prodana za izuzetnih 432.500 dolara. Naziv portreta je „Edmond de Belamy, from La Famille de Belamy”, a kao autor se navodi „Generative Adversarial Network print” (*Christies.com*, 2020). Ovde je posebno interesantno zapaziti da se u donjem desnom uglu portreta, gde je obično potpis umetnika, sada nalazi matematička formula. Bitno je navesti da je algoritam treniran nad bazom od 15.000 portreta koji su onlajn dostupni na sajtu *WikiArt* i pokrivaju period od 14. do 19. veka.

U martu 2019. godine aukcijska kuća *Sotbis* (*Sothebys*) prva u Evropi se oprobala u prodaji umetničkog dela za koje se tvrdi da ga je u potpunosti plod veštačke inteligencije. Delo Marija Klingemana (*Mario Klingemann*) pod nazivom „Sećanje na prolaznike 1” prodato je za 51.012 dolara (*Naomi Rea*, 2019).

Iranski matematičar i digitalni umetnik *Hamid Naderi Jégane* koristi matematičke formule kako bi nacrtao objekte žive prirode. Njegovi radovi su objavljeni na naslovnim stranama „*The American Mathematical Monthly* – November 2017”<sup>71</sup>, kao i na naslovnoj slici njuzletera *Iranskog matematičkog društva*<sup>72</sup>.



— Slika 1: Edmond de Belamy, from La Famille de Belamy

$$\min_G \max_D E_z [\log(\mathcal{D}(x))] + E_z [\log(1 - \mathcal{D}(G(z)))]$$

## Trend uticaja veštačke inteligencije na umetnost

Danas se kao društvo nalazimo u fazi visokih očekivanja, kao i pojačanog ulaganja u oblast veštačke inteligencije. Studije ukazuju i da bi veštačka inteligencija u narednih 15 godina mogla da udvostruči godišnje stope globalnog ekonomskog rasta (Accenture, 2016). Očekivanja od nje su velika i kreću se u nekoliko smerova: uplitanje inovacija i inovativnih rešenja u različite sektore ekonomije, što će doprineti njihovom rastu i razvoju; stvaranje pametnih mašina koje će moći u određenoj meri da samostalno uče i rešavaju određeni skup problema; unapređenje produktivnosti rada.

U prilog ovome idu i podaci Gugl trendova koji obrađuju pretrage putem Gugla na temu veštačke inteligencije od 2004. godine do danas. Trend u pretragama jasno govori da je u periodu od 2006. godine pa sve do 2016. zabeležena stagnacija, posle pada koji je počeo 2004. godine, i od 2017. godine dolazi do ponovnog rasta i interesovanja.

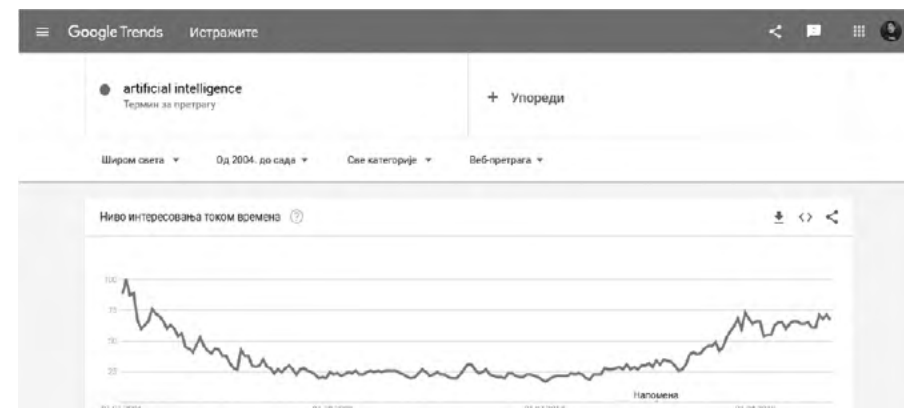
Ukoliko se pogledaju Gugl trendovi (*Google trends*) za machine learning (grafikon 2), vidi se nešto drugačija kriva. Ona pokazuje intenzivan porast interesovanja za mašinsko učenje od 2016. godine pa nadalje. Jasno je da su ova dva grafikona (grafikon 1 i grafikon 2) u vezi i da je ponovni porast interesovanja za AI u vezi s porastom interesovanja za mašinsko učenje.

Institut Makinsi (McKinsey Global Institut, 2018) predviđa da će oko 70% preduzeća implementirati bar jednu vrstu tehnologije sa VI do 2030. godine, dok će malo manje od polovine imati čitav spektar takvih tehnologija. Istraživanje procenjuje da će se globalni BDP uvećati za oko 1,2% godišnje.

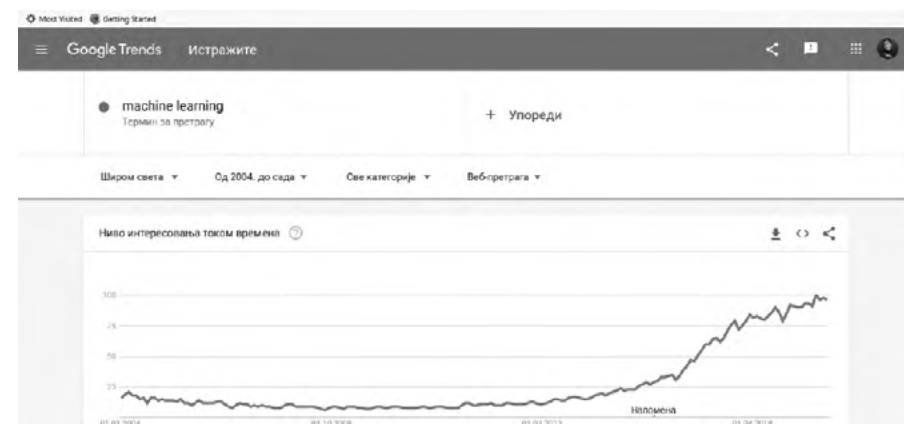
Ukoliko posmatramo Gugl trendove na svetskom nivou od 2004. godine do danas za frazu „veštačka inteligencija umetnost”, vidimo poprilična kolebanja. Nakon početnog zanosa i velikih očekivanja, splasnulo je interesovanje i s vremena na vreme javljaju se manji pikovi. Takođe se zapaža da interesovanje nikada nije u potpunosti utihnulo i da od 2016. godine postoji konstantni lagani rast za tu frazu.

71 About the Cover (2017). *The American Mathematical Monthly*, 124(9), 772–772. <https://doi.org/10.4169/amer.math.monthly.124.9.772>

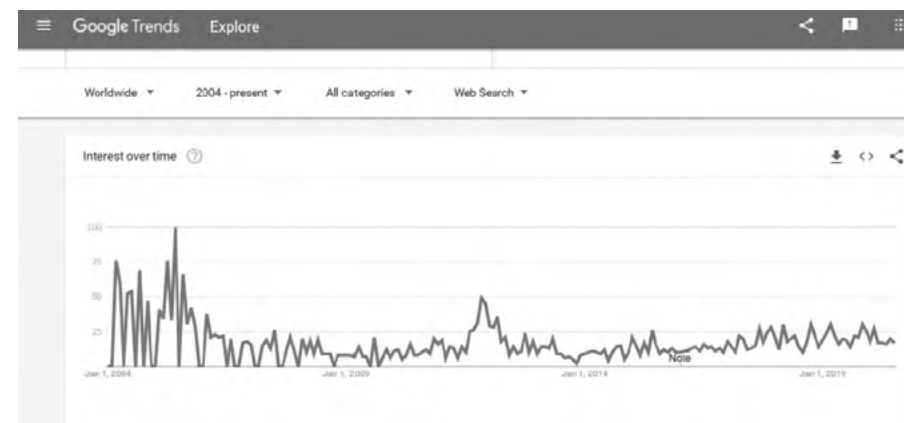
72 16. 8. 2022. [https://web.archive.org/web/20170628032840/http://ims.it/files/publications/newsletter/ims\\_newsletter\\_145.pdf](https://web.archive.org/web/20170628032840/http://ims.it/files/publications/newsletter/ims_newsletter_145.pdf)



— Grafikon 1: Gugl trendovi od 2004. do danas – grafikon interesovanja za ključnu frazu „artificial intelligence”



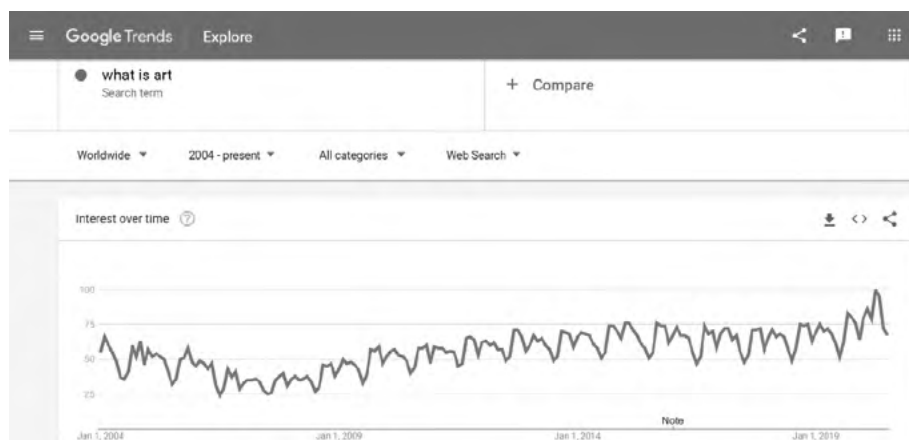
— Grafikon 2: Gugl trendovi od 2004. do danas za ključnu reč „machine learning”



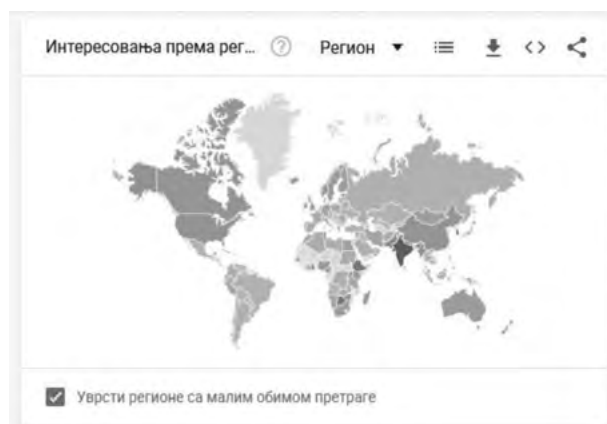
— Grafikon 3: Gugl trendovi od 2004. do danas za ključnu frazu „AI art”

Zemlje u kojima vlada najveće interesovanje za ovu oblast su Indija, Amerika i Velika Britanija – stoga i ne čudi što su se i prve aukcije i prodajne izložbe dela čiji je tvorac veštačka inteligencija desile upravo u Americi i Velikoj Britaniji.

Pregledom Gugl trendova takođe se primećuje i da su srodni termini za pretragu u najvećoj meri vezani za veštačku inteligenciju. Jedino što se izdvaja u sferi umetnosti je umetnik po imenu Aj Vejvej (Ai WeiWei), te je tu veoma lako pobrkati akronim AI od *artificial intelligence* sa imenom umetnika Aja (Ai) i nužno je biti obazriv pri interpretaciji podataka. Pogledajmo grafikon Gugl trendova za frazu „šta je umetnost” (grafikon 4).



— Grafikon 4: Gugl trendovi od 2004. do danas za frazu „what is art”



— Grafikon 5: Interesovanje prema lokaciji za pojmove „veštačka inteligencija” i „machine learning”

Jasno se vidi porast interesovanja za tu frazu od 2009. godine do danas. Ljudi traže odgovore na to pitanje, a umetnici moraju da se postaraju da budu na pravom mestu u pravo vreme (internet je upravo to i omogućio) i da daju odgovore na ova i slična pitanja. Kao što se da videti na grafikonu 5, evidentna je neravnomerna raspodela interesovanja prema regionima, koja može ukazati i na to da je na pomolu nova raspodela informacionog i razvojnog bogatstva naše civilizacije. Što je jači intenzitet plave boje na grafikonu 5, jače je interesovanje u tom regionu. Svetla područja ukazuju na to da nema interesovanja. Aktivnosti koje se dešavaju u Evropskoj uniji, kao i u Srbiji, imaju za cilj da EU i Srbiju bolje pozicioniraju na polju inovacija i naučnoistraživačkih radova koji se tiču veštačke inteligencije kako bi posledično omogućili brži privredni rast i bolji životni standard za sve građane.

U Srbiji se od 2019. godine intenziviraju razgovori o veštačkoj inteligenciji. Pokrenuto je nekoliko projekata na tu temu i organizovane su prve konferencije – *Wonderland AI summit* (Udruženje Novi Sad Artificial Intelligence, 2019), radionice i meet-up, pokrenut je *Institut za veštačku inteligenciju*, a Vlada Srbije formirala je Radnu grupu za izradu Strategije razvoja veštačke inteligencije u Republici Srbiji za period od 2020. do 2025. godine. To su ujedno i pokazatelji rastućeg interesovanja za oblast veštačke inteligencije, pojačanog ulaganja u polje istraživanja i akumulacije naučnog znanja. Nažalost, nijedna od tih inicijativa ne uzima za ozbiljno polje odnosa umetnosti i veštačke inteligencije, niti se bavi njime. Postoje pojedinačne inicijative, poput Centra za promociju nauke u okviru centra *EU AI Lab*, koji je objavio poziv umetnicima da istražuju nove umetničke forme uz pomoć nauke.

*Kroz autentičnu perspektivu 13 raznovrsnih partnera iz raznih delova Evrope, projekat AI Lab objedinjuje vizije, očekivanja i strahove koje povezujemo sa konceptom buduće, sveobuhvatne veštačke inteligencije. Velikim brojem programskih aktivnosti, poput izložbi, edukativnih radionica, konferencija i masterklas predavanja, Evropska laboratorija veštačke inteligencije kreira jedinstveno okruženje pogodno za interdisciplinarni rad, transnacionalnu mobilnost umetnika i međukulturnu razmenu.* (Centar za promociju nauke, 2020)

Renesansu veštačke inteligencije omogućila je dostupnost ogromnih setova podataka koji su pogodni za mašinsku obradu – kako u privatnom, tako i u javnom sektoru i sferi umetnosti. Navodimo nekoliko primera otvorenih podataka u sferi umetnosti:

- *WikiArt*, dostupna na adresi <https://www.wikiart.org/>, predstavlja bazu umetničkih dela, svojevrsnu enciklopediju;
- *Google Arts and culture*, dostupna na adresi <https://artsandculture.google.com/> – ogroman poduhvat Gugla na temu umetnosti i kulture;
- *Japanese Art Open Database*, dostupna na adresi <http://www.jaodb.com/> i posvećena samo japanskoj umetnosti;
- *The Met Collection*, dostupna na adresi <https://www.metmuseum.org/art/collection> – otvorena postavka muzeja Met.

Širom Evrope (pa i u Srbiji) pokrenuta je inicijativa „Open data”, s ciljem da se učine javno dostupnim setovi podataka koji treba da omogućе veću transparentnost u procesima donošenja odluka, kao i oni podaci koji su od javnog interesa. Pored toga, sam hardver je napredovao, cena tehnologije koja je neophodna za realizaciju procesa mašinskog učenja je pala (iako je i dalje veoma visoka), te je kombinacija dostupnosti podataka i mašinskog učenja doprinela razvoju mašinskog učenja i dubokog učenja (deep learning), kao njegovog naslednika. U ranijim fazama razvoja veštačke inteligencije smatralo se da bi računar npr. morao da razume gramatiku i pravila jezika kako bi mogao da prevodi tekst. Danas se odustalo od te ideje i na potpuno drugačiji način se pristupilo rešavanju tog problema u okviru paradigme mašinskog učenja.

Sada je moguće „trenirati” algoritam postojećim primerima iz jezika (ogromne količine podataka) i računar na taj način sâm prevodi bez poznavanja gramatike i pravila jezika. Činjenica je da je ovakav pristup doveo do rešavanja problema u kojima su prethodni načini bili neuspešni: prepoznavanje na fotografijama, prevodenje i slično, te je tu svakako napravljen kvalitativni pomak.

## **Reč imaju umetnici: da li će veštačka inteligencija potisnuti umetnost?**

Kako bismo saznali odgovor na ovo pitanje, vodili smo razgovore u formi dubinskog intervjua sa umetnicima koji su rođeni na teritoriji Srbije i bave se slikarstvom i savremenim vizuelnim umetnostima. Umetnici su birani tako da predstavljaju različite generacije – od mlađih, koje spadaju u opseg starosti od 20 do 30 godina, do srednje generacije (od 30 do 50 godina) i umetnika sa preko 50 godina. Svi su završili najmanje visoke umetničke škole, dok su neki od njih magistrirali, a neki su na doktorskim studijama. Među intervjuisanim je i jedan kustos kako bi se ispitalo stav osobe koja predstavlja most između umetnika i publike. Ukupno je intervjuisano pet osoba. Vođen je polustrukturirani intervju s ciljem da se sazna odnos ispitanika prema vezi veštačke inteligencije sa umetnošću, kao i njihovo mišljenje o tome kako će se taj odnos razvijati u budućnosti.

Svi intervjuisani su po senzibilitetu veoma različiti, ali po stavovima u odnosu na vezu između veštačke inteligencije i umetnosti dosta slični. Saglasni su da je veštačka inteligencija alat koji je u rukama umetnika, te da je umetnost komunikacija između umetničkog dela i posmatrača. Smatraju da najveća opasnost za umetnost leži u nerazumevanju, strahu od nepoznatog i nesenzibilnosti publike. Posebno ističu važnost i ulogu kustosa. M. K. ističe sledeće:

*Svako umetničko delo jeste proizvod umetnika. Čak i ako se radi o umetničkom delu koje koristi veštačku inteligenciju, ono je moralo da bude programirano od strane umetnika; ako nije od strane njega direktno, ono je proizvod inicijalne umetničke ideje. U kojoj meri posmatrač može da oceni neko umetničko delo, pitanje je obrazovanja, ali i interesovanja i radoznalosti samog posmatrača. Na kustosima je, kao medijatorima između umetnika, umetničkog dela i posmatrača, da na najbolji način prezentuju rad javnosti i publici. I ako se zadovolje svi kriterijumi, ne bi trebalo da posmatrači imaju nedoumice u vezi sa predstavljanim radovima. Ostaju, naravno, lični afiniteti i ukusi, koji vas mogu voditi ka tome da vam se nešto ne dopada i obrnuto.*



Intervjuisani su saglasni da su najveće pretnje umetnosti nerazumevanje i strah od nepoznatog. Nijedan od pet umetnika ne vidi pretnju u veštačkoj inteligenciji, niti mogućnost da bude zamenjen njom. Veštačka inteligencija se smatra alatom, čak i više od toga. M. D. ističe: „Veštačka inteligencija je više od alata. Ona je tu uz umetnika da proširi vidike, inspiriše, saraduje i utiče na kulturu sveta”. S. M. smatra sledeće:

*Koncept je isključivo čovekov. Čovek je stvorio i veštačku inteligenciju, zar ne? Ono o čemu ovde možda možemo da razmišljamo je recepcija. Svako umetničko delo je, uostalom, komunikacija. Koliko možemo da govorimo o umetničkom delu ako je ono isključivo proizvod veštačke inteligencije, a u posmatraču (konzumentu) izazove određenu emotivnu i misaonu reakciju? I prizor zalaska sunca, oluje, saobraćajne nesreće izazove neku emotivnu i misaonu reakciju u posmatraču, pa ipak nije umetničko delo, već ta reakcija može da inicira stvaranje dela.*

Umetnici su saglasni sa konstatacijom da veštačka inteligencija nije pretnja umetnicima, nego kulturi uopšte. Smatraju da veštačka inteligencija nije ni manje ni više opasna od drugih pošasti koje nas snalaze, a sve zavisi od načina kako s njom postupamo, kako je koristimo i šta sa njom ili uz pomoć nje želimo da postignemo.

Na pitanje mogu li posmatrači umetničkih dela danas da razlikuju je li neko delo nastalo kao plod umetnika ili je proizvod veštačke inteligencije saglasni su da u većini slučajeva ne mogu da razlikuju, ali to ne smatraju nečim što ih ugrožava. D. P. tu ističe:

*Nema umetničkih i neumetničkih materijala i medija. Umetnost se bavi širokim poljem društvene i pojavne stvarnosti. Ništa što postoji nije strano umetnosti.*

S. M. se gotovo nadovezuje na to:

*Umetnost je uobličena ideja, vizija, emocija, odnos prema svetu. Da li će u tom uobličavanju učestvovati reč, pokret, četka i boja, zbivanje ili elektronika, pa i veštačka inteligencija, zapravo nije presudno. To se menja kroz epohe i umetničke discipline.*

Po rečima M. S. ljudi već neko vreme ne razumeju šta sve računar može da uradi umesto čoveka. Od dolaska rejtrensinga (*raytracing*), PBR-a (*physically based rendering*) ljudi mogu dobiti prelepe rendere jako brzo – pre 10 godina umetnici su morali da kreiraju ručno svako svetlo. Danas u par klikova dolazimo do neverovatnih rezultata, ali to nam samo dozvoljava da izgradimo nešto još bolje.

Ističu kako bi trebalo da odnos umetnika i mašine bude čvrsta veza i skladna saradnja u kreiranju dela. Mašine mogu samo da dopune i nadahnu umetnika u nekom pogledu, nikako da ga zamene u potpunosti. Mašine ne proizvode umetnost. One proizvode forme. To umetnicima može da pomogne u rešavanju nekih od formalnih problema. Kao što se u naučnofantastičnim filmovima, na primer, sada mnogo lakše ostvaruju efekti i ponekad nam je žao onih kreativnih zalaganja koje su morali da preduzmu filmski stvaraoci pre 50 godina da bi napravili neku scenu borbe dinosaurus. Bila im je potrebna genijalnost za to. Danas znanje i veština. Umeće i veština nisu umetnost. Samo joj služe. Prosuta kanta boja nije Polok. Čovekova energija, bes, aktivnost, životna radost morali su da daju zamajac mlazevima boje da bi te slike bile umetnost. A pre svega toga – neki doživljaj sopstvene egzistencije, koji se prepoznaje u tom odnosu pokreta, materije i boje.

Na pitanje kako će se razvijati umetnost u Srbiji u narednim decenijama intervjuisani su saglasno odgovorili da je veoma teško dati prognozu i da je previše nepoznanica. Umetnici se slažu da je umetnost nemoguće odvojiti od društvenog konteksta. Saglasnost je postignuta i oko činjenice da je internet omogućio brže i lakše širenje ideja, a veštačka inteligencija dala ogromne mogućnosti za istraživanje i razvoj.

Ne postoji generacijska podela u smislu da su mladi umetnici isključivo usmereni ka novim tehnologijama ili multimedijalnom izražavanju. Postoji veliki broj umetnika mlađe generacije koji još uvek istražuju na polju slikarstva, skulpture ili crteža – i to tehnikama poput ulja na platnu, u okviru kojih, čini se, još uvek postoji mnogo prostora za istraživanje, ali i isticanje ličnog jezika i poetika.



## Zaključak

Usled globalne pandemije virusa COVID-19 galerije i muzeji, baš kao i opere i pozorišta, morali su da prilagode svoj način rada i prikazivanja umetničkih dela. Organizovali su se prenosi uživo iz pozorišta kako bi se putem interneta publika zainteresovala i ostala u kontaktu sa umetnošću, galerije su se opredeljivale za virtuelne izložbe i postavke. To je ujedno i demokratizovalo pristup umetničkim delima i u znatno većoj meri nego pre omogućilo im pristup.

Iz razgovora sa umetnicima zaključuje se da ih ne plaše veštačka inteligencija ni tehnologija, niti umetnici smatraju da ih one mogu zameniti i ugroziti. To je ono što veoma ohrabruje. Umetnici smatraju da je veštačka inteligencija, pre svega, alat u rukama umetnika, te da će im dati veliko polje za igru i eksperimente, kao i istraživanje. Čini se da nerazumevanje dolazi s druge strane, od same publike, koja nije uvek sasvim sigurna šta je umetnost i čemu ona služi. Samim tim, pitanje šta je uloga umetnika postaje veoma značajno. Podaci Gugl trendova jasno ukazuju na to da se ljudi pitaju šta je umetnost i koja je njena uloga. Umetnici ističu da ljudi već neko vreme ne razumeju šta sve računar može da uradi i dokle sve ide tehnologija. Naglašavaju kako ljudi ne razumeju da tehnologija stvara forme, oblike, a ne umetnost. Za umetnost je neophodan kontekst, od kog sama umetnost ne može biti odvojena. Tehnologija omogućava i pomaže da se reše formalni problemi, da se iskoči iz okvira nametnutih tehnikom ili formom – ali sama umetnost je više od toga. Zbog toga i ističu značaj kustosa, te svih onih koji stvaraju vezu između umetnika, umetničkog dela i publike. Internet je omogućio veoma brzo i naizgled lako širenje ideja, te je to neophodno iskoristiti kako bi se podstakle komunikacija sa publikom i razmena mišljenja, ideja i stavova. Ukoliko se želi rešiti problem nerazumevanja koji postoji kod publike, a koji kao posebno značajan ističu umetnici, kao i problem straha od nepoznatog, potrebno je više i jasnije komunicirati sa publikom. Veštačka inteligencija može pomoći i u tom segmentu i svakako otvara jedno dodatno polje istraživanja.

## Reference:

- Independent High-Level Expert Group on Artificial Intelligence set up by the European Commission. (2018). *A definition of AI: Main capabilities and scientific disciplines*. EU Commission.
- Accenture. (2016). *Artificial Intelligence Is the Future of Growth*. Accenture.
- Alan, T. (Oct, 1950). Computing Machinery and Intelligence. *Mind*, 433–460.
- Centar za promociju nauke. (2020, Jul 5). *Elementarium*. Retrieved from Poziv za umetnike u Allab: <http://elementarium.cpn.rs/u-centru/poziv-za-umetnike-%D0%B5u-ailab/?script=lat>
- Christies.com. (2020, Jul 14). *A collaboration between two artists one human one a machine*. Retrieved from Christies.com: <https://www.christies.com/features/A-collaboration-between-two-artists-one-human-one-a-machine-9332-1.aspx>
- Daniel, C. (1993). *AI: The Tumultuous Search for Artificial Intelligence*. New York: BasicBooks, ISBN 0-465-02997-3.
- EUR - Lex. (2018). EUR - Lex. Retrieved November 6, 2019, from EUR - Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2018%3A237%3AFIN>
- Gnjatović, M. (2018). *Gnjatovic.info*. Retrieved December 03, 2019, from Gnjatovic.info: <http://gnjatovic.info/media/Tjuringova-greska.html>
- Infostud grupa. (2019). *ML conference*. Retrieved 01 02, 2020, from ML conference: <https://ml-conference.rs/#o-dogadjaju>
- Joy, B. (2000, January). *Wired*. Retrieved from Why the Future Doesn't Need Us: <https://www.wired.com/2000/04/joy-2/>
- McKinsey Global Institut. (2018). *www.mckinsey.com*. Retrieved November 30, 2019, from Global AI Survey: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/technology-and-innovation>
- Medeiros, J. (2017, November). *Wired*. Retrieved December 2, 2019, from Stephen Hawking: 'I fear AI may replace humans altogether': <https://www.wired.co.uk/article/stephen-hawking-interview-alien>

life-climate-change-donald-trump

- Milosavljević, M. (2015). Veštačka inteligencija. In M. Milan, *Veštačka inteligencija* (p. 232). Beograd: Univerzitet Singidunum.
- Ministarstvo prosvete, nauke i tehnologije. (2019, Novembar). www.mpn.gov.rs. Retrieved November 5, 2019, from Ministarstvo prosvete, nauke i tehnologije: <http://www.mpn.gov.rs/javni-poziv-za-ucescu-u-javnoj-raspravi-o-nacrtu-strategije-razvoja-vestacke-inteligencije-u-republici-srbiji-za-period-2020-2025-godine/>
- Naomi Rea. (2019, Mart 6). *Artificial intelligence sothebys*. Retrieved from Artnet news: <https://news.artnet.com/market/artificial-intelligence-sothebys-1481590>
- Nicholas, F. (2007). A Philosophical Adventure with the World's Greatest Thinkers. *The Latest Answers to the Oldest Questions*.
- Russell, S., & Norvig, P. (2010). *Artificial Intelligence a modern approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Stewart, B. (2000). *Living internet*. Retrieved November 15, 2019, from Living internet: [https://www.livinginternet.com/i/ii\\_ai.htm](https://www.livinginternet.com/i/ii_ai.htm)
- Udruženje Novi Sad Artificial Intelligence. (2019). Wonderland AI. Retrieved Oktobar 30, 2019, from *Wonderland AI*: <https://wonderlandai.com/>
- Wright, J. D. (2008). *English Oxford Living Dictionary*. Oxford University Press.

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) AND ART: CAN AI REPLACE THE ARTIST?

— Olga D. Mirković Maksimović

The paper considers possible answers to the questions: can artificial intelligence (AI) create a work of art on its own, or is artificial intelligence just a tool in the hands of artists? Will the AI replace artists? Following the development of artificial intelligence and its influence in different types of art, with special reference to painting, possible approaches to this question are considered, as well as answers given by institutes dealing with the development of artificial intelligence and independent artists of various profiles. What is certain is the fact that due to the global pandemic of the Covid-19 virus, galleries and museums, just like operas and theaters, had to adapt their way of working and displaying works of art. They opened their virtual exhibitions, live broadcasts from the theater were made in order to interest the audience via the Internet and stay in touch with art. Furthermore, it democratized access to art and made art more accessible to a larger audience than ever before. From the conversations with the artists, it can be concluded that they are not afraid of artificial intelligence, nor do they think that it can replace them. That is very encouraging. They think it will give them a large field for play and experimentation as well as research. The misunderstanding seems to come from the other side, from an audience that is not always quite sure what art is and what it serves.

**Keywords:** artificial intelligence, art, technology, big data, audience

# DIGITALIZACIJA I DIFUZIJA POKRETNOG KULTURNOG NASLEĐA MUZEJA SRBIJE RAZVOJ DOSTUPNOSTI I UPOTREBE KULTURNOG NASLEĐA

— Jovana R. Pikulić

Savremene informacione tehnologije i razvoj medija uslovljavaju sve veću potrebu za znanjima i kadrovima specijalizovanim iz ovih oblasti u svim granama kulturnih delatnosti. Dok je krajem prošlog veka informatička pismenost podrazumevala upotrebu osnovnih paketa računarskih operativnih sistema i poznavanje interneta, nagli razvoj informacionih tehnologija povećao je i zadatke koji su postavljeni pred kustose. Od početka novog milenijuma suočavamo se sa pojavom brojnih društvenih mreža koje većina svetskih muzeja koristi za promovisanje svojih aktivnosti, povećavaju se zahtevi za digitalizacijom zbirki, kao i digitalnih muzeja u virtuelnom prostoru, a u muzejskim postavkama sve češće nalazimo eksplikatorne tablete, AR modele eksponata, kao i 3D umetnička dela koja nemaju svoj ekvivalent van virtuelne realnosti. Posebno interesantni su sajber muzeji i izložbe koji otvaranjem novih teoretskih pitanja znatno utiču na preispitivanje definicija i postulata tradicionalne muzeologije.

Nikola Krstović je 2019. godine, primetio: „Zanimljivo je zamišljati ili predviđati kako će posao kustosa izgledati u budućnosti, ali i kakvo obrazovanje će taj posao podrazumevati.” (2019: 92). Već iduće godine promenio se Pravilnik o Programu i načinu polaganja stručnog ispita u delatnosti zaštite kulturnih dobara („Službeni glasnik RS”, br. 83/2020) koji je kao novu temu u polaganje ispita uveo digitalizaciju. Pravilnik nije promenjen da bi uveo neke drastične izmene u kustoskoj delatnosti, već da bi išao u korak sa osavremenjavanjem profesije koje se već odigralo u kustoskoj praksi. Ovo je posebno očigledno u pogledu digitalizacije, koja je postala sastavni deo kustoske profesije znatno pre njenog tematskog uključivanja u ispit za sticanje stručnog zvanja kustosa, pa su pojedini muzejski projekti pokrenuti još sredinom devedesetih godina danas identifikovani kao prvi poduhvati digitalizacije kulturnog nasleđa na teritoriji Srbije (v. Ognjanović, Marinković, et al. 2019: 2–4). Ovaj rad teži da ispita koje je nove izazove i očekivanja digitalizacija kulturnog nasleđa u Republici Srbiji postavila pred kustose u pogledu stvaranja pristupa kulturnom nasleđu i muzejske komunikacije. Nastoji se da se sagledaju oblasti pokretnog kulturnog nasleđa, dakle isključuju se regulative i ustanove koje se bave nepokretnom kulturnom baštinom, arhivskom građom i starom i retkom knjigom. Primarni cilj istraživanja je izdvajanje egzemplarnih projekata

upotrebe digitalizovanog pokretnog kulturnog nasleđa u Republici Srbiji. Pozicija ovog rada je da se projekti izdvojeni kao primeri dobre prakse pristupa nasleđu putem digitalizacije mogu tretirati kao poželjni modeli digitalne muzejske komunikacije. Rad problematizuje značaj digitalne komunikacije, neke njene vidove, kao i terminološke odrednice kojima se označavaju modeli digitalizacije kulturnog nasleđa. Za potrebe istraživanja nastao je upitnik upućen kustosima zaposlenim u ustanovama kulture sa ciljem određivanja njihovih prioriternih potreba, koje bi im olakšale uvođenje struke u „društvo znanja”. Zaključak rada je da je za efikasniji razvoj digitalizacije kulturnog nasleđa neophodno razviti sistem koji bi obezbedio kapacitete kako bi se kustosima i dokumentaristima olakšao proces digitizacije i omogućio im da fokus usmere ka upotrebi digitalizovanog materijala, kao neophodnog preduslova za difuziju.

### **Digitalizacija kulturnog nasleđa kao zadatak kustosa**

Uvođenjem digitalizacije kao oblasti neophodne za polaganje stručnog ispita za sticanje zvanja kustosa potvrđeno je da je digitalizacija jedno od prioriternih pitanja kulturne politike Republike Srbije. Donošenju Pravilnika o načinu polaganja stručnog ispita prethodile su zakonske regulative i propisi koji uređuju digitalizaciju kulturnog nasleđa u Republici Srbiji: Zakon o kulturi („Službeni glasnik RS”, br. 72 od 3. septembra 2009, 13 od 19. februara 2016, 30 od 23. marta 2016 – ispravke, 6 od 24. januara 2020, 47 od 10. maja 2021, 78 od 3. avgusta 2021.), Smernice za digitalizaciju kulturnog nasleđa u Republici Srbiji iz 2017. godine; kao i Pravilnik o bližim uslovima za digitalizaciju kulturnog nasleđa („Službeni glasnik RS”, broj 76 od 12. oktobra 2018.).

Izvesno je da je Pravilnikom o bližim uslovima za digitalizaciju kulturnog nasleđa celokupna nacionalna muzejska delatnost prinuđena da se prilagodi zahtevima ubrzane digitalne transformacije, ali je isto tako neophodno naglasiti da je ovaj dokument samo pružio regulatorne okvire digitalnim alatima koji su se u muzejskoj praksi koristili već dve decenije. Pojedinačni projekti digitalizacije koji su prethodili ovim regulativama (v. Ognjanović, Marinković, et al. 2019) razvijani su iz praktičnih razloga – radi lakšeg upravljanja podacima. Uvođenje teorijskih određenja digitali-

zacije u stručni ispit za sticanje zvanja kustosa proisteklo je iz same prakse muzejskog rada, koja podrazumeva i vođenje dokumentacije decenijama skladištene i na kompjuterskom disku, a ne samo u papirnoj arhivi.

Formiranje Sektora za razvoj digitalne istraživačke infrastrukture u oblasti kulture i umetnosti 2016. godine, koji je 2019. preimenovan u Sektor za digitalizaciju kulturnog nasleđa i savremenog stvaralaštva (Strategija 2020: 42), digitalizaciju postavlja kao jednu od prioriternih oblasti nacionalne kulturne strategije. Ovaj podstrek digitalnoj transformaciji kulture došao je nakon dugog perioda koje je obeležilo nepostojanje kontinuiteta kulturne politike (v. Stojanović 2021: 51–52). Istovremeno je uveden i novi specijalizovani konkurs iz oblasti digitalizacije kulturnog nasleđa (Strategija 2020: 50) koji ima za cilj da podrži projekte digitalizacije kulturnog nasleđa i savremenog stvaralaštva, a ubrzo su usledile i Smernice za digitalizaciju kulturnog nasleđa u Republici Srbiji. Smernice su kustosima odredile osnovne pojmove, strateške principe i ciljeve, ključne korake u procesu digitalizacije, predstavile preporučenu šemu metapodataka za opisivanje i digitalizovanje kulturnog nasleđa, kao i odrednice za proveru kvaliteta dokumenata.

Pravilnik o bližim uslovima za digitalizaciju kulturnog nasleđa („Službeni glasnik RS”, broj 94/17) iz 2018. godine bliže je definisao uslove, svrhu i ciljeve digitalizacije kulturnog nasleđa. Članom 3. Pravilnika regulisana je organizacija digitalizovanih objekata tj. određeni su informacioni sistemi po vrstama kulturnog dobra. Za muzeje je to Jedinostveni informacioni sistem (JIS) kojim upravlja Istorijski muzej Srbije, klijent server koji je razvio 2002–2003. Istorijski muzej Srbije za umetničko-istorijsku kolekciju IMUS-a. Program je zbog svoje preglednosti i efikasnosti usvojen kao dobar jedinstveni model, te ga je u periodu između 2010–2012. preuzeo Muzej Vojvodine i implementirao na teritoriji u njegovoj nadležnosti. Projekat implementacije za teritoriju južno od Beograda je realizovan 2018. godine, kada je MKI nabavilo opremu i vršilo obuke kustosa u 26 muzeja. Sistem IMUS poseduje nezavisne baze iz kojih se izvlači minimum podataka dostupnih preko Agregatora kulturnog nasleđa što je regulisano Članom 12. Pravilnika, koji predviđa da se javni pristup podacima vrši preko ovog pretraživača preuzimanjem metapodataka iz infor-

macionih sistema. U samom sistemu se zaključno sa oktobrom 2021. nalazi 78 ustanova kulture, ne uključujući centre za kulturu i gradske galerije sa kojima se ta cifra povećava na oko 100 korisnika.

Članom 256. Zakona o kulturi („Službeni glasnik RS”, broj 6/2020) digitalizacija kulturnog nasleđa i zakonski postaje sastavni deo rada zaposlenih u ustanovi kulture, što je potvrđeno i Zakonom o muzejskoj delatnosti („Službeni glasnik RS”, broj 35/21) koji u članu 9. navodi da je sprovođenje digitalizacije muzejske građe, muzejske dokumentacije i registrovanih elemenata nematerijalnog kulturnog nasleđa deo muzejske delatnosti.

Uprkos pravnim, strateškim i tehničkim smernicama koje su donete na državnom nivou, u praksi ne postoji adekvatan odziv za njihovu primenu. Dragičević Šešić i Stefanović ističu da samo Muzej Jugoslavije ima eksplicitnu politiku i strategiju digitalizacije (2020–2024), dok je u drugim muzejima to ad hoc aktivnost, u zavisnosti od raspoloživosti projektnog finansiranja (Dragičević Šešić, Stefanović, 2021: 35). U pojedinim muzejima, pak, odvija se nešto sporija standardizacija u oblasti digitalizacije kulturnog nasleđa. Međutim, muzeji koji aktivno digitalizuju materijal i stvaraju digitalne zapise fizičkih dokumenata i muzejskih predmeta, digitalne kopije ostavljaju pohranjene u datotekama fokusirajući se na zaštitu. Ovaj disparitet između skladištenja i otvaranja podataka prisutan je i u samom zakonodavnom okviru koji uređuje polje digitalizacije u Republici Srbiji.

### **Dostupnost kulturnog nasleđa kao jedan od ciljeva digitalizacije – muzej kao mesto informacije**

Nacrt Strategije razvoja kulture Republike Srbije, među strateškim principima kojih se treba pridržavati u procesu digitalizacije kulturnog nasleđa i savremenog stvaralaštva, navodi da: „posebno treba voditi računa o pristupačnosti digitalizovane građe i internet prezentaciji ustanova kulture, poštujući principe univerzalnog dizajna i univerzalnog pristupa” (2020: 98), kao i da „internet treba da bude korišćen kao glavno sredstvo predstavljanja digitalizovanog kulturnog nasleđa” (2020: 99). Ovaj dokument, koji nikada nije usvojen, pruža najjasniju smernicu koja se odnosi na stvaranje pristupa kulturnom nasleđu široj javnosti. Odrednicu o dostupnosti kulturnog nasleđa nalazimo i u okviru opštih određenja digitali-

zacije u Smernicama, gde je ona definisana kao sveobuhvatan proces koji, između ostalog, obuhvata i „obezbeđivanje trajnog i pouzdanog pristupa digitalizovanoj građi, kao i optimalnog i bezbednog korišćenja te građe za najrazličitije namene u skladu sa definisanim ograničenjima”. Takođe, podrazumeva i „multimedijalno predstavljanje digitalizovanog kulturnog nasleđa”, ali nisu precizirani konkretni modeli omogućavanja pristupa građi. Pravilnik o digitalizaciji u Članu 12. navodi da „ustanova zaštite može omogućiti pristup podacima o digitalizovanom kulturnom nasleđu putem drugog portala, odnosno mobilne aplikacije”. Ovi odlomci iz regulativa su jedine smernice koje se odnose na stvaranje pristupa digitalizovanom materijalu, te je jasno da je u zakonodavnom okviru više pažnje posvećeno zaštiti, u skladu sa starijim muzeološkim definicijama koje kao svrhu muzejskog rada ističu „sakupljanje i čuvanje, selekciju i trezoriranje muzejske građe” (Jovanović 1994: 83), dok je problem upotrebe digitalizovanog materijala nedovoljno adresiran.

Razvoj informatičkog društva, ali i samog muzeja kao ustanove, izmenio je kustosku profesiju koja se sve više okreće ka prezentaciji akumuliranog znanja. Nikola Krstović je primetio da se danas „kustoski poziv definiše kroz dva dominantna narativa: čuvanje i zaštitu muzejskih artefakata i komunikaciju (razvoj programa) s različitim korisničkim grupama” (2019: 91). Istovremeno, širenje kustoske struke na prostor interneta dovelo je do toga da se pažnja kustosa proširi sa objekta i uključi sistem širenja podataka (Murchú 2016: 11). Hrvatski teoretičar i autor M. Tuđman tvrdi da smo u teorijsko-sintetičkoj fazi muzeologije (od 1976. do danas) koja započinje prepoznavanjem muzejskog objekta kao INDOK (informacijsko-dokumentacijskog) objekta, nosioca kulturne informacije (M. Tuđman prema Maroević 1993: 57), dok je Peter van Mensh (Peter Van Mensch) zbirke predmeta definisao kao dokumente (corporal documents) (Van Mensch prema Maroević 1993: 75).

Lev Manović (Lev Manovich) je primetio da računarske datoteke ne nestaju, kao ni da namerno brisanje ne garantuje nestanak podataka: „ako u 'prostoru mesa' moramo da radimo da bismo zapamtili, u sajber prostoru moramo da radimo da bismo zaboravili.” (Manović 2015: 106). Upravo iz ovog razloga digitalizacija predstavlja efektan način zaštite predmeta,



što je istaknuto i u uredbama koje je uređuju. Pravilnik o bližim uslovima za digitalizaciju kulturnog nasleđa u Članu 2. digitalni objekat definiše kao „digitalni zapis sa pripadajućim metapodacima”, što digitalni objekat određuje kao vid dokumentovanja predmeta, ali ukoliko uzmemo u obzir da je sam eksponat informacijsko-dokumentacijski objekat, digitalni objekat možemo definisati kao digitalni dokument fizičkog dokumenta.

Kustosi Kanadskog muzeja istorije tvrde da postoji nekoliko prednosti shvatanja informacije, a ne predmeta, kao primarnog resursa muzeja. Između ostalog, ističu činjenicu da se time potvrđuje i prikupljanje nematerijalnih kulturnih dobara, što muzejima daje centralnu ulogu u novom dobu u kom se očekuju usluge zasnovane na informacijama, kao i da to uravnotežava tradicionalne funkcije sakupljanja, zaštite i istraživanja sa novijim funkcijama obrazovanja (MacDonald, Alsford 2010: 74–75).

Milena Jokanović razmatra problem usamljenosti posetioca virtuelnog muzeja i postavlja pitanje mogućnosti virtuelnog muzeja da, poput fizičkog, postane mesto susreta (v. Jokanović 2020: 142–143, 2021). Osvrćući se na Gugl istraživanje emocionalnih potreba muzejske publike u vreme pandemije, obavljeno tokom aprila 2020, Jokanović navodi različite korisničke grupe i njihove motive za pristup muzejskim digitalnim prostorima:

„Publika je dakle podeljena na: one koji uz pomoć onlajn sadržaja ispunjavaju vreme, traže mogućnosti za učenje i zabavu, te sticanje novih veština; roditelje koji traže načine da svojoj deci u kući kvalitetno ispunje vreme, te da po mogućstvu ne budu oni ti koji moraju konstantno da rade sa decom; učitelje i njihove učenike koji podučavaju od kuća i koriste ove sadržaje kao zamenu za primere koje bi davali u fizičkom prostoru; univerzitetske profesore koji podučavaju onlajn pa koriste i video i audio sadržaje za učenje i početak diskusije sa svojim studentima; one koji uče kada god imaju vremena; uplašene i ljude pod stresom koji se uz ove sadržaje relaksiraju, ali i saznaju o različitim istorijskim epidemijama i drugim relevantnim pitanjima koja im mogu pomoći da prevaziđu svoje strahove; zaposlene u muzeju koji prate mogućnosti napredovanja, odnosno opstanka muzeja, donatore koji žele da pomognu; lokalnu zajednicu koja doprinosi svojim muzejima deleći sadržaje o predmetima koje treba kolekcionirati to-

kom krize te kasnije interpretirati; one koji rade od kuće i kod kojih se mogu pratiti ustaljeni termini pravljenja pauza i poseta virtuelnim turama.” (2020: 143–144).

Jokanović ističe da ovakva segmentacija publike ukazuje da je upravo zatvorenost izložbenih prostora uzrokovana pandemijom virusa Kovid-19 dovela do konzumiranja sadržaja koje muzeji nude na mreži, dok su malo-brojni oni koji bi redovno pristupali ovim sadržajima u formi u kojoj su prezentovani. Gugl studija ipak nedvosmisleno pokazuje da je glavni motiv pristupa korisnika ponuđenim sadržajima, pored razbribrige, informacija koju oni nude. Ideja muzeja kao mesta deljenja informacije reflektovano je i u IKOM-ovoj definiciji muzeja usvojenoj 24. avgusta 2022. godine, koja muzej određuje kao: „neprofitnu, stalnu instituciju u službi društva koja istražuje, prikuplja, konzervira, tumači i izlaže materijalno i nematerijalno nasleđe”, koja je „otvorena za javnost, pristupačna i inkluzivna”, koja „neguje raznolikost i održivost”, „radi i komunicira etički, profesionalno i uz učešće zajednica, nudeći različita iskustva za obrazovanje, uživanje, razmišljanje i razmenu znanja”.

Upotreba kulturnog nasleđa na digitalnim platformama predstavlja nov oblik muzejske komunikacije koju je donela digitalna transformacija, potvrđujući značaj muzeja u digitalnom dobu. Dostupnošću kulturne informacije muzej ostvaruje zadatke izlaganja, otvaranja, pristupačnosti, inkluzivnosti, raznolikosti i održivosti. Projekat Zavičajnog muzeja u Knjaževcu, aplikacija „Muzej za poneti/ Muzej za sve”, čiji su multimedijalni sadržaji prikazani i na znakovnom jeziku predstavlja primer kako digitalizacija približava kulturne sadržaje zajednicama kojima je pristup informaciji otežan.

Jokanović zaključuje da je jedan od glavnih problema digitalnih muzejskih sadržaja taj što se „postojeći modeli ekspografije uglavnom puko primenjuju na digitalni prostor, bez dubljeg pronicanja u mogućnosti ovog novog okruženja” (2020: 149). Gugl studija koju je autorka problematizovala pokazuje kako je u digitalnom prostoru sadržaj neodvojiv od forme. Iz ovog razloga, da bi se došlo do digitalnog muzeja kao mesta susreta, kustosi moraju prvo da usvoje ideju digitalnog muzeja kao mesta informacije,

jer je upravo informacija koju predmet nosi, a ne sam predmet, osnovna jedinica digitalne ekspografije.

### **Urednici informacije – kustos i informatičar**

Pitanje komunikacije između umetničkih dela i posmatrača predstavlja poseban problem budući da „kad god se neko okrene raspravi o izlaganju predmeta u muzeju postoji problem epistemologije, načina na koji artefakte doživljava i predstavlja kustos muzeja i kako ih doživljavaju i razumeju muzejski posetioci.” (Saumarez Smith 2006: 19). Shvatanje kustosa kao tvorca konteksta umetničkog dela jeste pogrešno shvatanje njegove uloge. Mieke Bal (Mieke Baal) i Norman Brajson (Norman Bryson) pokazali su da je i sam kontekst rezultat izbora i da je istoričar umetnosti uvek prisutan u konstrukciji koju proizvodi (2001: 162). Kontekst je takođe tekst, koji podrazumeva „neuhvatljivu mobilnost označujućeg” (Idem, 169–170) i samim tim „nešto sasvim različito od zadatog konteksta istorijsko-umetničke analize.” (Idem, 170). Ukoliko se osvrnemo na Rikerovo (Paul Ricoeur) preispitivanje istorije, a istorija umetnosti svakako jeste istorijska disciplina, stvaranje umetničkih zbirki, kao i postavljanje izložbi možemo okarakterisati kao organizovanje umetničkih dela „na pripovedni način” (1993: 73). Dok „Mimezis I” predstavlja paradigmatički artikulisane činjenice, a „Mimezis III” razumevanje predstavljenog, posao kustosa ekvivalentan je njegovom tumačenju „Mimezisa II”, koji predstavlja konfigurisano vreme koje ima posredničku ulogu građenja zapleta (Idem, 75). Kustos izborom referenci i konfigurisanjem podataka posreduje od ishodišta do odredišta teksta. Problem medijacije između dela i publike u virtuelnom svetu znatno se usložava.

Prema Kitleru (Friedrich Kittler), sa digitalizacijom se sve menja jer su „zvuk i slika, glas i tekst svedeni na površinski efekat, poznat potrošačima kao interfejs” (Kittler 1999: 1 prema Jeknić 2020: 75). Digitalni objekat koji je stavljen u sajber prostor dobija sopstveni život i novo značenje koje zavisi od načina na koji je upotrebljen (Haurinen 2013: 53). Iako je posredovanje proces komunikacije, dok interfejs može biti samo njen element – označitelj (Jeknić 2020: 73), ne smemo zaboraviti da „interfejs uobličava kako korisnik shvata sam računar”, „određuje kako korisnik razmišlja o

bilo kojoj medijskoj stvari do koje dolazi preko računara” i „nudi različite modele sveta” (Manovič 2015: 107).

Recipijent informacije u digitalnoj muzejskoj komunikaciji više nije posetilac, već korisnik. Samim tim, ukoliko kustos izborom referenci u galerijskom prostoru posreduje između dela i publike, u virtuelnom svetu „građenje zapleta” i posredovanje između dela i korisnika dugujemo i informatičaru koji razvija elemente digitalne komunikacije i određuje formu sadržaju. Multimedijalni muzejski vodiči MI SANU koji predstavljaju zbirke Muzeja Ras u Novom Pazaru i Zavičajnog muzeja u Paraćinu, pravi su primer interdisciplinarnе saradnje više stručnjaka, među kojima su i stručnjaci iz oblasti zaštite nasleđa. U muzejskom ambijentu ova saradnja je znatno otežana, budući da je uslovljena budžetskim sredstvima, potrebama i okolnostima i prepuštena energičnim pojedincima i njihovoj inicijativi (v. Dragičević Šešić, Milanović, 2021).

Uprkos ovim problemima u muzejskoj praksi, pojedini institucionalni projekti usmereni na upotrebu kulturne informacije izdvajaju se kao egzemplarni modeli dostupnosti nasleđu. Projekat Teatroslov Muzeja pozorišne umetnosti organizuje digitizovane arhivske dokumente u multimedijalni sistem koji je moguće pretraživati po temi interesovanja. On je značajan jer u svoj sistem uvršćuje i one dokumente koji možda nikada ne bi bili izloženi ili naučno obrađeni. Podjednako zanimljiv i značajan primer je i Muzejska eSvezalica, aplikacija namenjena najmlađim posetiocima Muzeja Vojvodine, koja vodi u interaktivnu potragu po muzejskoj kolekciji. Ona uključuje i proširenu realnost kojom se aplikacija transformiše u svojevrsnog digitalnog kustosa pedagoga, koji mlađim generacijama pruža informacije o zadacima muzeja i kolekciji Muzeja Vojvodine.

Ovi projekti, nastali saradnjom između profesionalaca iz različitih oblasti: kustosa, dokumentarista, stručnjaka za baštinu, informatičara, veb dizajnera, 3D modelara, uprkos visokom vizuelnom utisku, ne bi bili ono što jesu bez suštinskog razumevanja svrhe digitalizacije i sajber komunikacije. Polazište njihovih tvoraca bilo je na povezivanju i predstavljanju informacija koje stoje iza samih fondova, dok je razumevanje građe i korisničkih grupa dovelo do toga da su ovi modeli dostupnosti kulturnog nasleđa istovremeno zabavni za korišćenje.

## Prostori dostupnosti kulturnog nasleđa

Anketa sačinjena sa ciljem istraživanja za potrebe pisanja ovog rada postavila je kustosima koji se bave digitalizacijom pitanje o načinima prezentacije digitalizovanog kulturnog nasleđa. Na nju je odgovorilo 56 kustosa koji se bave digitalizacijom: 53 ispitanika (94.6 %) odgovorilo je da to čini u vidu publikacija, njih 45 (80.4 %) je odabralo prezentaciju putem društvenih mreža, 44 (78.6 %) na internet sajtu ustanove, 15 (26.8 %) je izjavilo da to čini razvojem 3D/AR/VR prezentacija, dok je najmanji broj, njih 14 (25 %) odabralo prezentaciju putem aplikacije za mobilni telefon.

Anketa je pokazala da je publikacija u vidu kataloga koji dokumentuje izložbu, koja je tradicionalni oblik diseminacije znanja o kulturnom nasleđu, najzastupljeniji vid komunikacije muzeja sa publikom. Svim oblicima diseminacije zajedničko je da podrazumevaju stvaranje pristupa razumljivoj informaciji, ali uprkos tome što je publikacija najstariji, te smo je označili kao tradicionalan vid diseminacije, različite oblike ne diferencira njihovo vreme nastanka, već prostor njihove realizacije. MacDonald i Alsford (George F. MacDonald, Stephen Alsford) razlikuju muzejski usmeren pristup informaciji nasuprot pristupu usmerenog na klijenta (2010: 74). Muzejski usmeren pristup informaciji predstavlja prenošenje muzejskih znanja, diseminaciju, u vidu promocija, publikacija i izložbi koje se odvijaju u fizičkom prostoru. U slučaju diseminacije posredstvom aplikacija za mobilni telefon, sajta ustanove ili društvenih mreža, platforma prenošenja znanja postaje sajber prostor. Ovoj podeli prostora prenošenja informacije može se dodati i treći – kombinovani prostor, koji podrazumeva istovremeno korišćenje muzejskog i sajber prostora kao platforme za diseminaciju muzejskih znanja. Primer su eksplikatorni tableti ili npr. QR kodovi, koji su jednostavan način da se digitalnim sadržajima pruže informacije o eksponatima ili reši problem malih prostora koji ne dozvoljavaju eksplikatorne table sa tekstom. Poseban problem u kontekstu prostora realizacije predstavljaju digitalne onlajn ture muzeja, jer dovode u pitanje šta je i gde se nalazi muzejski prostor (v. Parry, Hopwood 2004: 71).

Digitalna tura muzejske kolekcije postala je uobičajena pojava i imaju je brojni srpski muzeji: Narodni muzej u Beogradu, Galerija Matice srpske u Novom Sadu, Dom Jevrema Grujića u Beogradu, Zavičajni muzej

Vlasotince, Galerija Milene Pavlović Barili u Požarevcu, muzeji u Zaječaru, Pančevu, Prijepolju, itd. Ono što je posebno uočljivo kod ovih digitalnih prezentacija jeste da ne postoji distinkcija između termina virtuelni muzej i sajber muzej.

Termin virtuelni muzej uzima u obzir muzejska iskustva na margini institucionalne stvarnosti (Desvallees, Mairesse 2010: 44). Termin 'virtuelno' nije suprotno od 'stvarno', već suprotno od 'stvarno' u njegovom izvornom smislu 'sada postojećeg', te se terminom virtuelni muzej mogu označiti svi zamislivi muzeji (Idem, 59). Umesto termina virtuelni muzej za ovakve prezentacije su adekvatniji termini „digitalni muzej” ili „sajber muzej”, koji obuhvata različite oblike muzejskih prezentacija omogućene zahvaljujući javnom pristupu internetu i digitalizaciji kolekcija (v. Langlois 2015: 139–156).

Ista terminološka distinkcija važi i za virtuelne izložbe nasuprot digitalnim / sajber izložbama. Digitalne izložbe predstavljaju efekatan oblik dokumentacije i dostupnosti kulturne informacije. Izložba pomeranjem u virtuelni prostor nastavlja da postoji i nakon skidanja iz realnog prostora. Ovaj vid dokumentovanja je efektivniji od štampanog kataloga, budući da pristup imaju svi korisnici interneta. Primer digitalnog dokumentovanja je sajber tura izložbe „Vlaho Bukovac – slikarstvo neprolazne lepote”, koja je u prostoru Galerije SANU realizovana u periodu od 24. decembra 2020. do 28. marta 2021. godine. Izložba je okupila 36 dela ovog slikara različite provenijencije: iz domaćih umetničkih zbirki, galerija, ali i privatnih kolekcija iz zemalja bivše Jugoslavije, koja su prvi put stavljena u jednu narativnu celinu. Dokumentovanje u vidu VR ture omogućilo je njenu dostupnost zainteresovanima koji nisu imali prilike da je posete u fizičkom prostoru. Ono što je karakteristično za ovu prezentaciju jeste da realistično dokumentuje prostor realizacije postavke i njegov sadržaj. Kao što je digitalni objekat označitelj stvarnog, i sajber tura je označitelj realizovanog događaja, ali istovremeno i autopoetični sistem komunikacije koji dobija novo značenje premeštanjem u sajber prostor.

Digitalne/sajber izložbe koje narativ stvaraju direktno za sajber prostor i nemaju pandan u fizičkoj realnosti, nemaju karakter dokumentovanja stvarnog događaja. One su pravi primer digitalne ekspografije. Postavka

„Trebenište” Narodnog muzeja u Beogradu čija je realizacija planirana u prostoru Narodnog muzeja, ali je otkazana zbog pandemije, premijerno je prikazana u sajber prostoru (Kovačević 2020). Ovi primeri pokazuju koliko je važno terminološko preciziranje sadržaja koje ne nalazimo u okviru različitih digitalnih predstavljanja kolekcija nacionalnih muzeja.

U kontekstu sajber upotrebe kulturne informacije, pored internet prezentacija, ističu se i društvene mreže. One su postale novi medij komunikacije muzeja koji dozvoljava posetiocima da postovanjem fotografija aktivno učestvuju u diseminaciji. Predstavljaju ujedno i najjednostavniji način diseminacije, jer na brzi način i minimalnim intervencijama predstavljaju kulturno nasleđe. Anketa upućena kustosima je očekivano pokazala da društvene mreže predstavljaju drugi najzastupljeniji oblik diseminacije digitalizovanog sadržaja, nakon tradicionalne publikacije. Ono što treba imati u vidu jeste da fotografisanje muzejskih eksponata digitalnom kamerom predstavlja stvaranje digitalnog surogata, ali i da digitalni surogat nije isto što i „digitalni objekat”, čije su karakteristike jasno određene u zakonskoj regulativi. Iako su društvene mreže efektan način promocije muzejskih dešavanja, one su se pokazale kao posebno nedelotvorna strategija difuzije kulturnog nasleđa. Studija iz 2012. godine koju je sprovela Nacionalna galerija u Londonu sa ciljem praćenja repostovanih slika na internetu, pokazala je da 80% slika nisu pripisane muzeju (Rühse 2017: 43). Ovaj problem rešiv je jednostavnim postavljanjem teksta sa autorskim pravima u fotografiju koja se postavlja na internet. Inicijative Muzeja Jugoslavije i Galerije Matice srpske, organizovane u jeku epidemije virusa korona 2020. godine, primer su inovativnih načina upotrebe društvenih mreža. Participativna izložba „#YUdom”, deo inicijative „Ostani u muzeYU” Muzeja Jugoslavije angažovala je korisnike društvenih mreža da predmete iz svog doma koji potiču iz vremena Jugoslavije podele sa drugim korisnicima, dok je Galerija Matice srpske pozvala korisnike da načine i podele svoju fotografiju inspirisanu delom iz njihove kolekcije (v. Dragičević Šešić, Stefanović 2021: 36–39; Jokanović 2021: 110–111). Ove inicijative pružile su korisnicima mogućnost da sami stvaraju sadržaj i aktivno učestvuju u difuziji kulturnog nasleđa.

Sve digitalne modele upotrebe kulturnog nasleđa, bilo da su u pi-

tanju multimedijalni sadržaji ili slika na društvenoj mreži tj. bez obzira na kompleksnost njihove izrade, povezuje problem virtuelnog doživljaja umetničkog dela. Termin aura Valtera Benjamina (Walter Benjamin), kojim je autor označio jedinstvenost i neponovljivost umetničkog dela koja se reprodukcijom gubi (1974: 121), u doba savremenog digitalnog razvoja doživeo je preispitivanja, koja digitalni surogat određuju kao „auru bez predmeta” (v. Jokanović 2021: 112–115) ili, nasuprot tome, „virtuelnom austom” nazivaju jedinstvenost digitalnog objekta koja „pojačava auru” originala (v. Rühse 2017).

Pitanje doživljaja umetničkog dela u digitalnom prostoru predstavlja poseban problem ekspografije (v. Jokanović 2020, 2021). Jasno je da digitalni surogat, ili digitalni objekat – kako ga definiše naša legislativa, nikada ne može da prenese jedinstvenost originala, ali da su pojedini projekti digitalizacije sposobni da valorizuju jedinstvenost i neponovljivost originala, pokazuju 3D modeli Legata Olge Jevrić Srpske akademije nauka i umetnosti. Olga Jevrić je ovu značajnu zbirku, koja broji 147 skulptura malog i srednjeg formata, zaveštala 2007. godine. Projekat digitalizacije u Legatu započeo je 2013. godine i uključuje bogatu i preglednu bazu podataka koja pruža informacije o skulpturama iz kolekcije, njihovim izlaganjima, konzervaciji i katalozima u kojima su naučno obrađene. 3D modeli skulptura koji su načinjeni za potrebe ove baze podataka od posebne su važnosti, budući da je umetnica materijal stvarala kombinovanjem i sintetizovanjem cementa i gvođenog praha, te je nepoznata njegoa postojanost i neophodno beleženje promena na predmetu.



— Slika 1: Digitalni 3D model skulpture Olge Jevrić – detalj, Legat Olge Jevrić SANU



Baza 3D modela stvorena fotografskim beleženjem predmeta sa svih strana – 360°, koja omogućuje pomeranje objekta i uvećavanje detalja kursorom, značajan je korak ka očuvanju skulpture, koji postaje dostupan naučnim istraživačima dela Olge Jevrić bez pomeranja realnog, fizičkog predmeta. Visoki kvalitet izrade ove 3D baze, koji počiva na vernom dokumentovanju pojedinosti predmeta (slika 1), uprkos tome što ne može da zameni posmatranje samog eksponata, poziva posmatrača da i u fizičkom susretu sa predmetom obrati pažnju na detalje koji su mu omogućeni posmatranjem digitalnog objekta.

### Zaključna razmatranja

Implementacija novih tehnologija i savladavanje njihovog korišćenja zahteva vreme i obuku zaposlenih, koja ne rezultira uvek neposrednim rezultatima.

Sprovedena anketa pokazala je da je kustosima najneophodnije ljudstvo koje bi digitalizovalo (74.1 %), slede tehnički resursi – bolja oprema (59.3 %) i kompjuterska platforma za bolju organizaciju materijala (42.6 %); zatim obuka zaposlenih (37 %), grafički dizajner za bolju prezentaciju digitalizovanog materijala (31.5 %), dok su ostali odgovori (3.7 %) kao neophodnost naveli fotografa i vreme za digitalizaciju.

Činjenica da je kompjuterska platforma za bolju organizaciju materijala dobila toliko veliki broj glasova svedoči o otporu koji izazivaju tehnološke novine. Ovaj podatak ne umanjuje efikasnost samog JIS-a kao takvog, već samo ukazuje da je i u pogledu edukacije kustosa za rad u ovom programu, neophodno napraviti strateške korake i uvesti sistem monitoringa koji bi osigurao njegovo korišćenje.

Uvođenje teme digitalizacije u ispit za sticanje zvanja kustosa značajan je pomak ka osavremenjivanju struke, ali shvatanje digitalizacije kao jednog od novih modela komunikacije nije moguće bez edukacije o njenom značaju i mogućnostima. Svi gorenavedeni primeri digitalizacije podrazumevali su blisku saradnju informatičara sa stručnjacima koji se bave zaštitom nasleđa (arheolozima, etnologima, kustosima, istoričarima, itd.). Neophodno je da se budući dokumentaristi i posrednici između muzejskog predmeta i publike, upoznaju sa teorijskim premisama digitalizacije i

njenim značajem, kao i vidovima digitalne komunikacije i složenim odnosima komunikacije u virtuelnom svetu.

Sprovedena anketa izdvojila je ljudske resurse kao ključni problem koji usporava proces stvaranja pristupa kulturnom nasleđu. Sporazum koji je 15. oktobra 2021. godine potpisan između organa javne uprave sa rektorima univerziteta u Beogradu, Kragujevcu, Nišu i Državnim univerzitetom u Novom Pazaru (RTS, 15.10.2021), kojim su studenti ovih univerziteta dobili mogućnost pohađanja prakse u organima javne uprave, nastao je sa ciljem pružanja praktičnih znanja studentima i povećanja ljudskih kapaciteta državne uprave Republike Srbije. Ovaj model, primenjiv i u kulturnoj politici, ima potencijal da reši problem ljudskih resursa u muzejima Srbije, kao i problem manjka obučenog kadra.

Modeli pristupa kulturnom nasleđu muzeja Republike Srbije izdvojeni u ovom radu, implementirani su uprkos finansijskim, tehničkim ili kadrovskim poteškoćama. Oni su rezultat inicijativa posvećenih pojedinaца koji su prepoznali potencijale digitalne transformacije, što je očevidno u rezultatima njihovog zalaganja, platformama za pristup kulturnom nasleđu koje poštuju načela otvorenosti, pristupačnosti i inkluzivnosti.

Digitalizacija predstavlja spor i sveobuhvatan postupak koji uključuje mnogo izazova, ali isto tako otvara mnoštvo mogućnosti i inovativne i uzbudljive načine komunikacije, koji kustosima pružaju priliku da potvrde svoju ulogu čuvara i prezentatora kulturnog nasleđa u savremenom informatičkom dobu.

### Reference:

- Bal, M., Brajson, N. (2001) Semiotika i istorija umetnosti, Prelom, br 1, Beograd: Škole za istoriju i teoriju umetnosti, 160–192.
- Benjamin, V. (1974) Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije, *Eseji*, Beograd: Nolit, 1974, 114–148.
- Dragičević Šešić, M, Stefanović, M. (2021) *The Ethics and Aesthetics of Museum Practices in Serbia During the Pandemic and The Digital Turn*, IPSI Transactions on Internet Research, Vol. 17, N. 2, 34–44.



- Jeknić, O. (2020) Medium and Interface: the Conceptual Difference, *Nasleđe, časopis za jezik, književnost, umetnost i kulturu*, Kragujevac: Univerzitet u Kragujevcu, godina XVII, Br. 46, 66–77.
- Jokanović, M. (2020) Посетилац или корисник виртуелног музеја?, *Umetnost i kultura danas: Inovativni pristupi u umetnosti*, Zbornik radova sa nacionalnog naučnog skupa sa međunarodnim učešćem, Niš: Univerzitet u Nišu, Fakultet umetnosti u Nišu/Srpska akademija nauka i umetnosti, Ogranak SANU u Nišu, 2021, 139–151.
- Јокановић, М. Суочавање музеја са кризом: нови приступи за нову стварност, *Културна баштина и криза: херитолошки и архитектонски аспект*, Београд: Филозофски факултет, Универзитет у Београду, 97–114.
- Jokanović, M. (2021) Sam ili usamljen? Posetilac u (virtuelnom) muzeju, *Zbornik radova sa međunarodne naučne konferencije: Filozofija medija: mediji i usamljenost*, Beograd-Jagodina: Fakultet pedagoških nauka Univerziteta u Kragujevcu, 2021, 103–119.
- Jovanović, M. (1994) Muzeologija i zaštita spomenika kulture, Beograd: Filozofski fakultet.
- Krstović, N. (2019). Kustos – Profesija budućnosti Heritološke tehnologije. Kurs: Devet života kustosa, *Glasnik Etnografskog muzeja*, Beograd: Etnografski muzej Beograd, br. 83, 91–96.
- Langlois, E. (2015). Au-delà de l'évolution technologique : réflexion muséologique pour des cyberexpositions conséquentes et particularisées, *Nouvelles tendances de la museologie*, ICOFOM Study Series, Vol. 43a, 139–156.
- Lanfranchi, Carla. (2012) Il volontariato del Gruppo Archeologico Ferrarese, *Musei a Ferrara. Problemi e prospettive. Atti del Convegno di studio*, Ferrara: Este Edition, 216–223.
- Manović, L. (2015). *Jezik novih medija*, Beograd: Clio, 2015.
- Maroević, Ivo. (1993). Uvod u muzeologiju, Zagreb: Zavod za informacijske studije.
- MacDonals, G. F., Alford, S. (2010) The Museum as Information Utility, *Museums in a digital age*, London: Routledge, 72–79.
- Murchú, N. O. (2016) A Designerly Way of Curating: Reflecting on Interaction Design Methods for Curatorial Practice, *Curating the Digital Space for Art and Interaction*, Switzerland: Springer, 9–19.
- Parry, R. & Hopwood, J. (2004). Virtual Reality and the 'Soft' Museum: A Call for Further Research. *Journal of Museum Ethnography*, no. 16, Museum Ethnographers Group, 69–78.
- Riker, P. (1993). *Vreme i priča*, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, 1993.
- Rühse, V. (2017) The Digital Collection of the Rijksmuseum. Open Content and the Commercialization of a National Museum, *Museum and Archive on the Move. Changing Cultural Institutions in the Digital Era*, Berlin/Boston: De Gruyter, 37–56.
- Saumarez Smith, C. (2006). *Museums, Artefacts, and Meanings*, The New Museology (pp. 6–21), P. Vergo (ed.), London: Reaktion Books.
- Stojanović, A. (2021) Digitalne tehnologije i pravni okvir kulture u Srbiji, *Digitalni horizonti umetnosti, kulture i medija*, Beograd: Clio, 49–74.
- Haurinen, A. (2013). Gugl – najveći muzej na svetu, *Digitalna strana muzeja*, ICOM Srbija, br. 3, 50–57.

### Vebografija:

- *Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137*, [https://www.bosettiegatti.eu/info/norme/statali/2004\\_0042.htm#P.02.02.01.02](https://www.bosettiegatti.eu/info/norme/statali/2004_0042.htm#P.02.02.01.02), приступљено 14.10.2022.
- *Закон о култури* („Службени гласник РС”, број 6/2020), [https://www.paragraf.rs/propisi/zakon\\_o\\_kulturi.html](https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_kulturi.html), приступљено 13.06.2021.
- *Закон о музејској делатности* („Службени гласник РС”, број 35/21), <http://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/skupstina/zakon/2021/35/2/reg>, приступљено 01.11.2021.
- *International Council of Museums*, ICOM approves a new museum definition ICOM approves a new museum definition - International Council of Museums -International Council of Museums приступљено 30.08.2022.

- International Council of Museums, Museum definition <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/#:-:~:text=%E2%80%9CA%20museum%20is%20a%20non,of%20education%2C%20study%20and%20enjoyment>. приступљено 13.06.2021.
- Ognjanović, Z., Marinković, B., Šegan-Radonjić, M., Masliković, D. Cultural Heritage Digitization in Serbia: Standards, Policies, and Case Studies, *Sustainability* 11, no. 14: 3788. <https://doi.org/10.3390/su11143788> приступљено 18.08.2022.
- Kovačević, M. „Narodni muzej slavi 176. rođendan uz tri virtuelne izložbe” (09. maj. 2020), <https://nova.rs/kultura/narodni-muzej-slavi-176-rodendan-uz-tri-virtuelne-izlobe/>, приступљено 15.10.2021.
- *Pravilnik o bližim uslovima za digitalizaciju kulturnog nasleđa* („Službeni glasnik RS”, broj 94/17), <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/ministarstva/pravilnik/2018/76/2/reg>, приступљено 13.06.2021.
- Pravilnik o Programu i načinu polaganja stručnog ispita u delatnosti zaštite kulturnih dobara („Službeni glasnik RS”, br. 83/2020), <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/ministarstva/pravilnik/2020/83/1>, pristupljeno 13.06.2021.
- Smernice za digitalizaciju kulturnog nasleđa u Republici Srbiji, <https://www.kultura.gov.rs/extfile/sr/205/smernice-za-digitalizaciju-kulturnog-nasledja-u-republici-srbiji.pdf>, приступљено 13.06.2021.
- Sporazum univerziteta i državnih organa – stručnom praksom lakše do posla (RTS 15. 10.2021.) <https://www.rts.rs/page/stories/ci/story/124/drustvo/4551576/marija-obradovic-sporazum-o-saradnji-u-pruzanju-podrske-javne-uprave-visokoskolskim-ustanovama-u-obrazovnom-procesu.html>, pristupljeno 20.10.2021.

## DIGITALIZATION AND DIFFUSION OF MOVEABLE CULTURAL HERITAGE OF MUSEUMS OF SERBIA - DEVELOPMENT OF ACCESSIBILITY AND USE OF CULTURAL HERITAGE

— Olga D. Mirković Maksimović

The paper seeks to examine new challenges and expectations that the digitization of cultural heritage in the Republic of Serbia has posed to curators in terms of creating access to culture. It focuses on the digitalization of movable cultural heritage, while regulations and institutions related to immovable cultural heritage, archives and old and rare books have been excluded from the research. The primary goal of the investigation is to single out exemplary projects of access to digitized movable cultural heritage in the Republic of Serbia. The position of the paper is that singled-out projects can be treated as exemplary models of digital museum communication. The paper investigates the importance of digital access to culture, its models, as well as the terminological determinants that denote different types of digital access to heritage. For the purposes of the research, a questionnaire was sent to curators employed in Serbian museums with the aim of determining their crucial needs, which would facilitate the profession's introduction to the "knowledge society". The paper concludes that in order to accelerate the process of creating access to cultural heritage, it is imperative to develop a system that would provide digitization capacities for curators/documentarians and allow them to focus on the information obtained through that process.

**Keywords:** Republic of Serbia, access to culture, cultural information, museums, museum communication

# ENDURING STRUCTURE OF TRADITIONAL MANAGEMENT SYSTEM IN YORUBA LAND. USING THE IPEDI AND AJEGEMO FESTIVALS OF EDELAND AS CASE STUDY

— Dominic OluwaGbenga Fayenuwo

## Introduction

Management has been an integral part of man and has been eked into his everyday lifestyle for centuries. If one looks down into history, one will find that Management is as old as man himself. From the evolution of man to its current state, different forms of Management have been in play and have also continued to evolve into the many theories present today. Every part of the world, at every moment, one form or process of Management or the other is taking place. Therefore Broody (2017) reiterated that; “So described, management is a universal human activity in domestic, social and political settings, as well as in organizations” (p.11).

This observable fact is also captured in the words of Peter Drucker (1993), where he opined that; “Management has become the constitutive organ and function of the society of organizations (p.1) ... the governing organ of ALL institutions of modern society. (p.2). This means that Management as a concept is innate in man, and it applies to every aspect of human existence.

Now, attempting to define what Management itself is, is a different ball game altogether. This is because, the idea of Management is so simple, and yet a very complex concept, at the same time. Probably why Kaehler and Grundei (2019) asserted in their abstract that the concept of Management is well established and familiar to scholars and practitioners, but also very vague, with traditional textbook definitions containing almost no concrete characteristics. (p.7). Thus, all attempted definitions of Management come in varying degrees of phraseology, technical language, and meanings that sometimes impact the understanding of what Management is, as most of these definitions emerge from different schools of thought.

However, with all the various theories and definitions, there’s always one constant factor which can be said to be the primary mark of the concept of Management. That Management is using the available resources to achieve a common goal or laid down objective. This notion encapsulates Frederick Taylor’s (1911) assertion that “The art of management has been defined, ’as knowing precisely what you want men to do, and then seeing that they do it in the best and cheapest way” (p.7).

Taking a critical look at different definitions, one would wonder if the only thing management is all about is only Organizational goals and if Management cannot exist outside the purview of an organizational structure. Luckily, Robbins & Coulter (2016) came to the rescue when they stated that “Management is equal to Coordinating and overseeing the work activities of others, so their activities are completed efficiently and effectively” (p.39). This is why Koonts (1961) also asserted that:

Management is the art of getting things done through and with people in formally organized groups, the art of creating an environment in such an organized group where people can perform as individuals and yet cooperate toward attainment of group goals, the art of removing blocks to such performance, (pp186)

This means that Management applies to all parts of human activities, and anywhere a task must be done or a target goal set, one form of Management or the other is obviously in play. This supports the assertion that “Management is; the act of working with and through a group of people to accomplish a desired goal or objective in an efficient and effective manner.” (Gulati, et al. 2017, p.8).

With the definitions above, an important conclusion is that Management is one of the most important activities of human life, as it permeates every aspect of what it means to be human. Management has become essential to ensure individual efforts' coordination and desirable outcome. Principles of Management are now being employed not only for managing a business, but in all walks of life, that is, in government, military, social, educational, and cultural or indigenous institutions, which is the focus of this paper.

Different organized indigenous groups and events need Management to function optimally. This functional need also cuts across into organized religion, cultures, and traditions, as evident in the various ancient civilizations that history has made known to us.

From research and other literature, like Wren, (1994), Muo et'al, (2012) it is increasingly evident that Indigenous cultures and traditional communities have found ways to organize and rule themselves, and their

religion and festivals have always been evident of the presence of one form of Management or the other. Interestingly, these management traditions have been in existence and widely practiced in its variety, hundreds of years before the discovery and documentation of the classical scientific management theory, which is said to be the oldest form of management principles.

Going down history lane and taking a quick peep at some of the popular ancient civilizations and their indigenous art forms, one would find the presence of traditional management structures that have aided each society in actualizing their performances successfully. For example, the ancient Greeks perfected the Dionysia events that gave birth to the European classical theatre as we know it today, thanks to adequate Management that facilitated an efficient execution, diversified throughout history.

Through the activities of a principal magistrate, the *archon eponymous*, (Byrnes,2009), and the *Choregois*, an Athenian political office, the financial and logistics and support that ensures a successful execution of the festival events are provided. (Foley, 2003, pp 1-30). The same can be found during the **Ludi Romani** of ancient Rome, where office of the *Aedile* supervised the organization, maintenance and all logistics involved in the games.

Looking at historical perspective of African performative traditions, Ancient Egypt was also not left behind in the celebration of indigenous festivals, whether it is social, ceremonial, or religious festivals. According to Bunson (1991), “these ceremonies served as manifestations of the divine in human existence and, as such, wove a pattern of life for the Egyptian people” (p.91) by aiding them to maintain their belief structure in their culture. They were able to achieve this harmony through the management efforts performed by their religious leaders (priests), who are servants of the gods on earth, through the authority of the Kings, who are famed to be the descendants of the gods themselves. (Nardo, 2004) This gives credence to Byrnes' (2009) assertion that the public gatherings connected to religious rites in the earliest societies served as the first instances of performance management. The priest “controlled” these performances, which were woven into the fabric of said society. (p.19).

With Egypt as a reference point to the African continent, the presence of its indigenous management traditions perhaps informs Kiiza & Bashe-

ka's (2018) assertion that like any other continent, Africa had enjoyed indigenous management practices before its colonization and Western ideologies, and that Africans have enjoyed a wealth of indigenous knowledge in management practices as they draw inspiration from cultural values and core structures within the community (98, 99)

Therefore, it is evident that indigenous performance management traditions have been in existence through centuries and have helped civilizations and empires maintain their cultural identity, preserve their culture, and play a huge factor in smoothen out the indigenous day-to-day activities of the people especially in Africa. This is because **Indigenous (Traditional) management** incorporates those **management** principles, theories, and practices that 'recognize and accommodate' Africa's 'cultural, social, political and environmental factors' (Uzo et al.,2018, 2).

### **ÌPÉDI Festival**

The *Ìpédi* festival is dedicated to Ede town (an ancient town in the southwestern region of Nigeria) as a whole, and a festival that brings together every one of all religious dispositions-Islam, Christianity, and indigenous African/Yoruba religion been the most common- for days of celebration. The Patron gods and protectors of Ede; *Ògun* (the god of iron and war), *Obatala*, *Sango* (the god lightning and thunder), *Òsun* (the river goddess), *Esu* (the trickster god), are revered.

This festival is unique because it is an umbrella for three major festivities, the first being *Ìpédi*, which is a merger of two Yoruba words, *ÌPÉ*, which could mean repair, and *ODI*, which means border or boundary. The second event is the *Ògun* festival, which is in honour of the high god of the Yoruba pantheon, *Ògun Onire*, God of iron and war. *Ògun* is also the general patron god of all professional guilds that use iron as their major tool, including blacksmiths, farmers, motor drivers, mechanics, etc.

The third festivity under *Ìpédi* is called "*Ilaja Isu*," a form of the various New Yam festivals celebrated across different states and towns in Nigeria in its unique way indigenous to each place. Thus, bearing three symbolic connotations, *-its seasonal, agricultural, and religious*, *Ìpédi* Festival is a three-day event, held at three different venues- the Market Square, the

King's palace, and the Borders surrounding Ede town where the various sacrifices and libations will occur.

### **Management structures and Organogram**

The Management and organizational structure of The *Ìpédi* Festival are akin to that of any modern organization or company as essential decisions, assessments, and resolutions that would affect the performance would have been deliberated upon by the highest echelon of Management, thereby assigning duties and tasks through the hierarchy.

The date and period the *Ìpédi* festival takes place would be highlighted in a diary that contains the schedule of all festivals by a council seating. This council seating is presided over by the *Tìmi* of Edeland. In attendance, it has all the high chiefs that make up the council of elders, most especially the person occupying the office of the *Jagun* of Ede land with all the six (6) Lieutenants that serve at the pleasure of the office of the *Jagun* in attendance.

The third vital attendees of this yearly council seating/meeting are the different Chief Priests representing each unit of orisha worship religion that hold festivals yearly in Ede, like the *Ogun*, *Oya*, *Obatala*, *Sango*, worshipers as examples. Each of this denomination collectively makes up the indigenous Yoruba religion. Together, this set of individuals deliberate and agree upon the appropriate period that each festival should be held, how each could be beneficial to the town, and what form each of those festivals would take, whether it would be sombre, formal, or a cheerful affair.

### **Administration**

Any festival's administrative and executive duties in Ede town begin with the *Jagun* of Edeland. All workings of the principles of management, planning, organizing, staffing, directing, coordination, and all major decision-making as to the effective execution of Indigenous festivals and performances, come from his office.

Baba *Jagun*, as he is fondly called, will determine each duty to be carried out and then allocate corresponding tasks to his lieutenants in line with their ranking, capability, means, and competence. It is to be noted



that this office is bound by tradition to always bring glory and splendour to the Tìmi, and Edeland in general, much like the *ESO's* of the ancient Alaafin of Oyo. Therefore, the magnificent execution of each yearly festival is always an important objective. These Lieutenants are:

**Ogala:** He is usually the Oldest of the lieutenants and has the next direct claim to the office of the *Jagun*. He is the right-hand man of the *Jagun* and helps in the administrative aspect of things.

**Sobaloju:** He's the second in line to the office of the *Jagun*, and his post also carries a weight of its own.

**Olukotun:** Third in line to the office of the *Jagun*

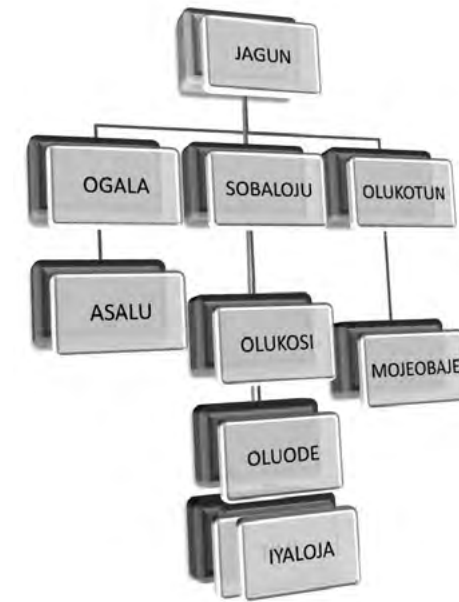
**Asalu:** He's the fourth in line to the office of the *Jagun*

**Olukosi:** Fifth in line to the office of the *Jagun*

**Mojeobaje:** He is the sixth in line to the office of the *Jagun* and the last in the rank of the lieutenants. He is also usually the youngest among the group. This is so that he can interact more with youths and young men of the kingdom. This position also requires the occupants to be rich, well to do, and possibly an influential man in the society, so that he can carry the weight and meaning attached to his office as 'Ma Je ko baje' roughly translated to be "Do not allow to go to ruins."

### Funding and financial implications

According to Chief Adèrèmi Adédèjì, a High Chief in Edeland, the primary source of funding for the Ìpédi Festival comes from the office of the King. At the start of the festival preparations, he allocates a specific amount of money from the town's treasury for the running of the festival. This goes into maintenance, repairs, decorations, food, and other supernumeraries, except the procurement of ritual materials, which are the different animals that will be sacrificed at the altar of various gods and those used at the Odi-Ilu (borders) during the procession. Therefore, none



— Organigram 1: Ipedi Management Hierarchy

of those animals which are used is bought or procured.

Although the reason and the eventual source of the sacrificial animals is particularly embarrassing and the indigenes are tight-lipped about it, a source mentioned that the sacrificial animals used in the ritual process are stolen or randomly picked up from the streets and neighbourhoods surrounding the palace and the central market.

This bit of oddity stemmed from the fact that any of the animals bought with money will Slump and die overnight. According to the source, many high chiefs who have held the position of *Jagun* have tried to change this bit of history and tradition, even the former Tìmi, Oba Adetoyese Laoye has disbursed money from personal/town's purse for the procurement of these materials, but all these animals mysteriously slumped and died overnight. Consequently, the Funds provided by the King to chief *Jagun* are used to provide adequate logistics, food preparation for invited nobles and important guests, and general running of the festival, since the materials for the rituals have been taken care of "through other means".

The funds from the town's treasury which the King approves, are from the Local Government Allocation that has been earmarked for the city

from the budget provision of the federal government, meaning a particular amount of money has been deposited into the town's treasury account, which is then used to run the town's celebrations of major festivals and other events.

Also, apart from the major funds coming from the office of the *Tìmi*, funding and financial implications for the *Ìpédi* festival are met through donations of materials and cash gifts from notable and wealthy individuals in the town, and those from the indigenes of Ede who are abroad to the palace of the *Tìmi* as a way of pledging their fidelity and support to his office and the town.

These materials and gifts are then collated and distributed as needed to the office of the *Jagun*, who then uses it to fund all the necessary departments involved in the planning, organizing, and successful actualization of the festival

### **Orientation and Publicity**

The duty of orientation lies on the shoulder of the *Jagun*. As the custodian and director of all indigenous festivals and performances in Ede, he is expected to be knowledgeable and proficient in all festival's workings and modalities. From the planning to the ritual sessions to the merrymaking and entertainment, all information concerning each aspect is expected to be found at his office.

Also, there is always a possibility that someone holding the title of *Jagun* might be fortunate to witness and serve the reign of two or three kings before his death. According to Prince Adewale Laoye, it is the duty and responsibility of the *Jagun* to brief and orientate each new *Tìmi* on the modalities of each festival.

Also, over time, the process and modes of executing these festivals and performances are bound to change, especially since there is no written law or constitution as to that effect. All the high priests and priestesses of each god worshiped, and the head of the cults and professional guilds receive instructions as to the mode of celebration and if there has been any change to the established order of things.

### **Publicity**

The task of publicity or sensitization done each festival is carried out by the lieutenants of *Jagun*, with the help of the young men and youths under them that they mentor. According to chief Adèrèmi Adédèjì, these lieutenants will divide themselves into different groups, or most times move as a whole unit, to all settlements, villages, and farming posts under the jurisdiction and authority of the *Tìmi* to inform them of upcoming developments concerning these festivals, and to pass across any request from the *Tìmi* or *Baba Jagun* as regards the successful execution of the festivals.

### **Logistics**

All ceremonial logistic functions are carried out by the Lieutenants of *Jagun*, as they must make sure every department that is key to the successful execution of the objectives has every resource needed when due. They also collect, assemble, and sort gift items donated on the days leading up to each festival and the festivity day itself. The lieutenants collect these gift items and store them away successfully, as provisions must have been made earlier for this purpose.

All other Logistics functions, like the religious or Ritual aspects of the festivals, are ultimately taken care of by the acolytes or priests involved on the instruction and supervision of the high priest. This is so because, according to chief Adèrèmi Adédèjì, some of these rituals are secret, and its knowledge is known only to the initiated. Therefore, all movements of people and materials for these aspects of the festivals are handled by the priests and acolytes involved.

Professional guilds are also not left behind in this duty, as some of these festivals serve as a yearly anniversary for them. For example, during the *Ìpédi* festivals, the market women's guild led by the *Iyaloja* makes sure the Market is clean and ready for the *Ilaja Isu*. Also, the Hunter's Guild, led by the *Oluode*, sets up the shrine of *Ògun* located at *Oja Tìmi* in readiness for the first day of the festival.

## Ajagemo Festival

Ajagemo Festival in Edeland is a huge indigenous religious festival that celebrates the Yoruba God of creation, and the father of all *Òrìshàs*, *OBÀTÁLÁ*. In the Yoruba Pantheon, *Obàtálá* occupies the elevated position of “*Òrìshà Nlá*” which means Big/Great god, or the elder brother to all the other *Òrìshàs* mainly due to his high moral standards, wisdom, and integrity.

Ajagemo festival is a vibrant and rigorous 7-day affair, which most times brings together devotees and chief priests of *Obàtálá* from all other major Yoruba towns and cities, and even those from outside the borders of Nigeria like Cuba, Brazil, and the Caribbeans.

The festival's first day coincides with when the year's first rain is expected to fall, thereby kicking off the planting season. Because the planning and preparations of this festival would have been going on for months, the rain is expected to fall like clockwork on the day earmarked for the kick-off of this powerful festival. This phenomenon gives credence to *Obàtálá's* reputation as the sky god, who pours down blessings upon his children and devotees. According to Uli Bier (1959):

The regularity with which the rain appears at the exact time it is expected is amazing. Those who would not believe in the existence of something like magic would have to admit, at least, that there are an extraordinary knowledge and ability to forecast weather, which is not a general characteristic of the Yoruba farmer. (p.12)

The festival is celebrated with a session of ritual events performed by the *Ajagemo*, which is a titled office given to the head of the orisa societies as the high priest of *Obàtálá* (*Àwòro*), while the King, High Chiefs, and townsfolk wait expectantly for the outcome of the ritual process. The worshipers of *Obàtálá* then move in a huge procession from *Ajagemo's* residence to the marketplace where the king is waiting in state.

After ceremonial formalities, which involves indigenous dances, poetry (*Oríkì*), chants, etc., the *Ajagemo* moves into the shrine of *Obàtálá* to perform the annual ritual, where he sacrifices a goat and offers a part to the Orisha. The rest is then distributed as communion to the *Timì* and his council of chiefs.

According to Chief Adérèmi Adédèjì, some of the other materials used in the ritual proceedings are *Igbin* (snail), a local soup called *Isapa* (made from *Egusi*), *Eko*, and a special kind of liquor called *Oti Sekete*, made from Guinea Corn. This drink is used as an alternative to fresh palm wine, the indigenous natural alcoholic beverage gotten from palm trees, because according to legend, *Obàtálá* swore off drinking palm wine as a result of the great errors he committed under its influence, as he's believed to have made Albinos, hunchbacks, disabled and blind people during the creation process, instead of creating perfect beings. Therefore, *Oti Sekete* is used as a substitute for palm wine in the ritual worship and veneration of *Obàtálá*.

After the conclusion of the ritual sessions at the central market square, the King and his council lead the priests and all worshipers of *Obàtálá* in another procession to the place grounds amidst singing, dancing, and a general air of merriment to signify the success and end of the rituals process attached to the beginning of the festival. This procession is characterized by drumming and dancing to create a supercharged emotional and frenzied atmosphere. It is believed the god has descended and taken possession of the worshipers hence their manifestation through trance and ethereal behaviours.

The highlight is the second day of the festival where the high priest of *Obàtálá*, *Ajagemo*, and another important priest in the cult of Orisha worship, who goes by the name *Oluwin* performs a mock battle, a 'ritual drama' of an important event that occurred in the life of the god *Obàtálá*. This Mock ritual is a story of a long-forgotten battle that ensued, in which *Ajagemo*, the personification of *Obàtálá* is taken prisoner and carried off from the palace.

The *Timì* intervenes in the conflict by paying a token for the release of *Obàtálá*, in which case, the *Ajagemo* is allowed to return to the palace amidst a triumphant procession, which starts off another round of jubilation and festivities analogous to an indigenous African festival. As narrated by Ulli Bier (1959), the festival's second day has a feature not unlike a passion play.

There is no spoken dialogue, but singing accompanies the performance, and the entire action is dance...the dancing of this simple story as performed in ede takes only a few minutes, but it intensely moving largely to the quality put into his part by the *Ajegemo*.

There is no question of mere acting. The ability to suffer and not retaliate is one of the virtues every *Obàtálá* worshiper must strive to possess. (p.14)

These traits place the priest and worshipers of *Ajegemo* on a high echelon and one of the most revered in the community of orisha worship based on their high moral standards and unwavering integrity, in line with the commands and teachings of their sacred god, *Obatala*.

### Funding and Financial Implications.

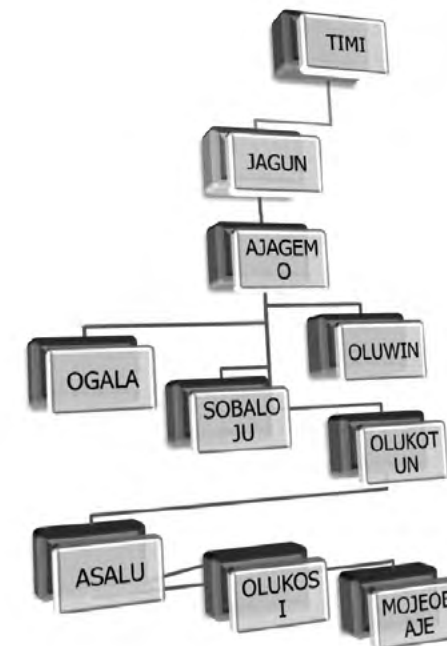
As with all major festivals in Ede, the *Timi* is expected to provide the necessary funds needed for their proper planning and execution to a great extent. The town's treasury account, where the King is a major signatory, provides this yearly stream of funds. The *Jagun* then uses the funds for administrative purposes, such as getting the town ready for the festival, undertaking renovation projects of *Obatala's* shrine, and other necessary repairs that need to be done. Another major source of funds for the *Ajegemo* festival is from the Chief Priest of the cult of *Obatala* himself, the *Ajegemo*. As he is the chief celebrant, he is duty-bound to selflessly make sure that the financial implications needed to take care of the ceremonial aspect of things are provided. This includes materials and items required for the ritual proceedings and the adequate provision of food for all guests and worshipers present.

Ulli Biere (1959) reiterates this in his article where he mentioned that the *Ajegemo's* week is always strenuous during the festival, as every gift received, monetary and material, and other savings spent on hospitality during this time. 'There have been occasions when he was not able to buy himself new clothes for the festival because everything he possessed had to be spent on guests' (p.15)

This means that, apart from the Funds allocated by the *Timi* from the town's treasury, the *Obatala's* cult, headed by the *Ajegemo*, is responsible for providing the necessary funds needed, especially for the ceremonial and hospitality required for the successful execution of the festival.

### Publicity

The duty of publicity and other information-related matters is carried by the '*Oluwin*' of Edeland. In the hierarchy of administration of the *Obatala* Cult, *Oluwin* is second in command to the *Ajegemo*. According to Chief Adèrèmi Adédèjì, apart from his administrative duties and importance in the Ritual proceedings, the *Oluwin* passes important information about the festival and the cult to the public and individuals respectively. In modern management terminology, the office of the *Oluwin* performs the duties of a public relations officer, as he is in charge of sensitive information and those meant for public consumption.



— Organigram 2: Ajegemo Management Hierarchy

## Conclusion

The indigenous Festivals with its various festivities and cultural performances present in Edeland have enjoyed seamless planning and flawless execution over the centuries, courtesy of the presence of the traditional management structure created out of the city's administrative cadre, religious cults, and professional guilds. This synergy and collaboration have led to the survival of the *Ipedi* and *Ajagemo* Festival hundreds of years after their establishment, therefore renewing the faith, boosting commerce, and reinforcing the peoples identity every year. In an era of emerging conversations about decolonization and nationalization, I believe that promoting and strengthening indigenous management structures will go a long way in improving cultural identity, individuality, and uniqueness that characterizes ethnic societies.

Also, a better use of traditional festivities, like those surrounding the *Ipedi* and *Ajagemo* festivals, can boost cultural development, which directly affects the economic developments of a people. Tourism wise, these festivals possess potentials that have not been optimally explored, which is why this study recommends a working synergy between the experienced indigenous management cadre (cult groups) and qualified educated indigenes to explore the various opportunities these festivities can provide, as a way of boosting economic and sociocultural development.

With its rich cultural expressions and high performative tendencies, these festivals can be grown to achieve great feats, much like the Brazilian Carnival, Germany's Oktoberfest, and other major traditional festivals around the world, as its continued survival against all odds and flawless execution due to its strong traditional management structure, points to untapped potentials.

## References:

- Adedeji, A. (2020). Personal Interview. Conducted By Dominic Fayenuwo, 9 July.
- Beier, U. (1959). *A Year of Sacred Festivals in One Yoruba Town*. Marina, Lagos: Nigeria Magazine, Print.
- Boddy, D (2017). *Management – An Introduction* (7<sup>th</sup> ed). Harlow: Pearson Education. Bunson, M. (1991). *The Encyclopaedia of Ancient Egypt*. Gramercy Books.
- Byrnes, W. (2009). *Management and the Arts*, 3rd ed. (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080491752>
- Dunham, R. & Pierce, J. L. (1989). *Management* (6th edition). Jon Lepley.
- Drucker, F.P. (1954). *The Practice of Management*. New York; Harper & Row, Publishers, inc.
- Drucker, P. F. (1993). *Management – Tasks, Responsibilities, Practices* (first published 1973) New Harper business edition. New York: HarperCollins.
- Fayol, H. (1949). *General and Industrial Management* (English edition); London: Sir Isaac Pitman & Sons Ltd (first published in French in “bulletin de la société de l'industrie minière” 1916).
- Foley, H. (2003) “Choral Identity in Greek Tragedy”. *Classical Philosophy*, Vol. 98, No. 1. The University of Chicago Press, pp. 1-30.
- Gulati, R., Mayo A.J. & Nohrian, N. (2017). *Management – An Integrated Approach*. Boston: Cengage Learning.
- Kaehler, B. & Grundei, J. (2019). *The Concept of Management: In Search of a New Definition*.
- Kiiza & Basheka. (2018). Indigenous knowledge and sustainable development in East Africa: Lessons Buganda in Uganda. *IJOTM Journal, Uganda*. Retrieved from <http://ijotm.utamu.ac.ug/index/PhD/ijotm>
- Koontz, H. (1961). The Management Theory. *Jungle; Journal of the Academy of Management*. pp. 174-188. doi: 10.2307/254541
- Koontz, H. & O'Donnell, C. (1972). *Principles of management: an analysis of managerial functions*. McGraw-Hill, Laoye, A. (2020) Personal Inter-



view. Conducted by Dominic Fayenuwo, 24 April.

- Louis, A. A. (1958). *Management and Organization*. New York: McGraw-Hill.
- Muo, I. & Oghojafor, B.E.A., (2012). OHAZURUME: The Philosophy and Practice of Decision Making and Consensus Building among the Ndigbo of Nigeria. *American Journal of Business and Management*, Vol.1, No. 3, 2012, pp.154-161.
- Nardo, D. (2004). *Living in Ancient Egypt*. Thompson/Gale.
- Naylor, J. (2004). *Management (2<sup>nd</sup> edition)*. Essex: Pearson Education/Prentice Hall.
- Robbins, S & Coulter M (2016). *Management (13<sup>th</sup> global edition)*. Essex: Pearson Education.
- Taylor, F.W. (2008) *Shop Management* (first published in 1911). (*New edition*). Nu Vision Publications.
- Uzo, U., Shittu, O. and Meru, A.K. (2018). Introduction: Indigenous Management Practices in Africa. *Indigenous Management Practices in Africa (Advanced Series in Management, Vol. 20)*, Emerald Publishing Limited. pp. 1
- Wren, D. A. (1994). *The Evolution of Management Thought*. 4<sup>th</sup> ed. New York: John Wiley and Sons, 1987.

## TRAJNA STRUKTURA SISTEMA TRADICIONALNOG MENADŽMENTA U ZEMLJI JORUBA NA OSNOVU STUDIJE SLUČAJA EDELENSKIH (EDELAND) FESTIVALA IPEDI I AJEGEMO

— Dominic OluwaGbenga Fayenuwo

Modernizacija, urbanizacija i migracije doprinele su tome da mnoge tradicionalne strukture menadžmenta izađu iz upotrebe, a da prethodno nije bilo mnogo pokušaja da se one rebrandiraju. Pod uticajem ovakvih urbanih promena stvorila se grupa ljudi koji slabo razumeju svoje kulturno nasleđe, i koji, takođe, ne razumeju benefite autohtonih afričkih festivala i predstava po nacionalni razvoj. Vekovima su, međutim, društveni i ritualni značaj imali prednost u odnosu na ekonomske potencijale autohtonih festivalskih predstava, baš kao što je malo pažnje bilo posvećeno sredstvima njihovog finansiranja i finansijskom menadžmentu. Ovo istraživanje detaljno ispituje dva (2) autohtona performansa Edelenda (Ede-Land) kako bi se razumelo na koji način su autohtoni stilovi menadžmenta doprineli njihovom opstanku i daljem postojanju; ističe strukturu menadžmenta i organogram koji otkriva obrasce finansiranja i menadžmenta odabranih festivala. Obavljeni su usmeni intervjui sa kulturnim grupama i organizatorima festivala, a rezultati su prikupljeni i kvalitativno analizirani. Dobijeni rezultati pokazuju da postoji vekovima stara tradicija menadžmenta ljubomorno čuvana od strane kult institucija oba festivala. Festivali takođe imaju stalne izvore finansiranja kroz tradicionalne sisteme oporezivanja i nameta koje podržavaju kraljevske direktive. Ovi festivali imaju neiskorišćene i neistražene turističke potencijale. Istraživanje preporučuje radnu sinergiju između iskusnog autohtonog rukovodećeg kadra (kult grupa) i obrazovanih starosedelaca, kao i onih u dijaspori, kako bi se istražio turistički potencijal ovih festivala u cilju dodatnog doprinosa sociokulturnom razvoju.

**Ključne reči:** tradicionalni menadžment, domorodačke predstave, upravljanje, tradicionalne svečanosti, festivali.

# BIOGRAFIJE

## BIOGRAPHIES

**Darko Lukić** Ph.D., is theatre scholar living in Germany. As an academic he was tenured professor at Academy of Drama Arts University of Zagreb, guest professor at Faculty of Philosophy University of Zagreb and a guest professor at Karl Franzens Universität Graz. He is an author of the books “The War Trauma Drama”, “Theater in its Environment volumes 1 and 2”, “Introduction on Theater Anthropology”, “Introduction on Applied Theater”, book chapter in “Theatre in the Context of the Yugoslav Wars” Palgrave Macmillan 2018., and book chapters with sub editing in “The Routledge Companion to Applied Performance” Routledge 2021.

**Vēsma Lēvalde** is Doctor of Arts (subfield Theatre Theory and History), a researcher at Kurzeme Institute of Humanities (since 2015), and the assistant professor at Liepaja University (since 2017). Major publications: “Latvian Theatre in Digital Ages”, Contemporary Latvian Theatre. A Decade Bookazine. Rīga: Zinātne, 2020, 36-49.lpp. “The Director as Translator: The Case of Latvian Director Oļģerts Kroders / Lavastaja kui tōlkija: lāti lavastaja Oļģerts Krodersthe”, Methis, 2018, 21-22; monograph “Words of Hamlet”, Liepaja University, 2017, 240 p. (in Latvian); “William Shakespeare’s “Hamlet” in Oļģerts Kroders’s Stage Versions: the Text and Its Interpretation”, in “Old Masters in New Interpretations: Readings in Literature and Visual Culture”, Cambridge Scholars Publishing, 2016.

**Gustavs Zālītis** was born on the 20<sup>th</sup> of September, 1993. He has created two theatre plays „tetris” and „F39” as the playwright and scenographer. In the past, he has also worked on several short films and commercials in the art department. Currently, he lives in Liepaja, where he earns his living as theatre and culture teacher at Liepaja State Gymnasium 1. Meanwhile he's still the CEO of theatre production “mikropole”. Beforehand, he earned his degree at Liepaja University, writing studies MA and, before that, an BA in the field of scenography at the Latvian Academy of Art. In theatre he is interested in experimentation of sensual limits. For example, there is a plan to create a sensory deprivation swimming pool, but it is but a dream. Therefore the only possibility is to write theoretical plans for building such dreams in the form of postmodern dramaturgy.

**Predrag Šidanin** graduated from the Faculty of Architecture in Belgrade, received his master's degree from VR (1995), and his doctorate from AI and OODBS (2001) from TU Delft, Delft, the Netherlands. Long-term full professor at the Faculty of Technical Sciences in Novi Sad. Now, full professor and dean of the Faculty of Digital Production at University Educons in Sremska Kamenica. Author of several scientific and artistic projects related to the integration of VR with other disciplines. Five published scientific books and as many chapters in the books (Delft University Press, Taylor & Francis, Springer, IDEA books, etc.), and also a multitude of papers in journals and conference proceedings. Winner of the awards for scientific work. He also deals with visual arts, artistic performance, and publishing.

**Maja Budžarov**, MA (1970), graduated from the Faculty of Applied Arts, ceramics department, in Belgrade. Besides the classic media expression (ceramics, painting), she has been actively involved in performance, digital, and interactive, immersive media (VR). She is present at the local and world art scene as a member of the author pair MP\_art, with a plethora of projects, performances, exhibitions, and festivals (Slovenia, Austria, Hungary, Slovakia, Italy, the Netherlands, Canada, Taiwan, Thailand). She is an associate professor at the Faculty for digital production, EDUCONS University in Sremska Kamenica, Serbia, where she teaches the subjects related to digital arts, interactive and immersive media. She is a co-founder of Virtual.Unitu creative VR laboratory ([www.virtualunit.org](http://www.virtualunit.org)).

**Luka Tilinger**, MA (1991), graduated from the Academy of Applied Arts, book design department, in Belgrade. His field of interest includes illustrations, book design, animation, programming, video games production, and AR/VR. He has had many independent and group exhibitions in Serbia and abroad. He is an assistant professor at the Faculty for digital production, EDUCONS University in Sremska Kamenica, Serbia, where he teaches the subjects related to gaming. He is a co-founder of Virtual.Unitu creative VR laboratory ([www.virtualunit.org](http://www.virtualunit.org)).

**Miloš Rašić**, doktor nauka završio je sve nivoe studija na Odeljenju za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu. Zaposlen je u Etnografskom institutu SANU od 2016. godine, u zvanju naučnog saradnika. Tokom karijere, radio je u Muzeju Jugoslavije (2014-106), gde je stekao zvanje kustosa, na Odeljenju za etnologiju i antropologiju Filozofsko fakulteta u Beogradu, kao saradnik u nastavi (2015/2016); na Katedri za etnomuzikologiju i etnokoreologiju Fakulteta muzičke umetnosti, Univerziteta umetnosti u Beogradu (2017/2018 i 2019/2020), kao predavač na nekoliko predmeta iz oblasti etnologije i antropologije i antropologije plesa na osnovnim i master studijama. Sarađivao je s Ansamblom narodnih igara i pesama Srbije „Kolo“ na osmišljavanju i realizaciji projekta TradicijaNova (2016-2019). Redovno publikuje naučne studije.. U svojim istraživanjima, bavi se temama iz domena antropologije identiteta, migracija, plesa, muzike, kulturnog nasleđa i performansa.

**Jelena Gojić**, doktor nauka je osnovne i master studije Nemačkog jezika i književnosti završila na Filološko-umetničkom fakultetu Univerziteta u Kragujevcu. Doktorske studije na modulu za književnost upisala je takođe na matičnom fakultetu, ali se naučno i stručno usavršavala u Nemačkoj (Ingolštadt, Ludwigsburg, Berlin, Trir), Rumuniji (Kluž, Brašov), Bugarskoj (Varna) i Hrvatskoj (Zagreb). Zaposlena je kao asistent za Nemačku književnost i kulturu na matičnom fakultetu, ali se već dugi niz godina bavi pozorišnom pedagogijom, zbog čega već osam godina rukovodi Akademskim pozorištem studenata germanistike (APSG), u okviru kojeg sa studentima sprovodi pozorišne projekte i naučna istraživanja. Polja njenih interesovanja sežu u oblasti nauke o književnosti, komparativne književnosti, drame i pozorišta i pozorišne pedagogije.

**Radmila Janičić** is a professor of Marketing and Public Relations at the University of Belgrade, Faculty of Organizational Sciences. Radmila Janičić is visiting professor at University Mediterranean, Montenegro Business School. Main topics that she lectures are: Marketing, Strategic Marketing, Marketing in Art and Culture, and Media Communications. She is a mentor for graduate papers, master papers, and doctoral dissertations. She is

the author of many scientific papers on international conferences and journals. She is a member of the editorial board of the International Journal for Literature and Arts. She is a member of the international scientific organizations International Management Teachers Academy and International Management Development Association at Bled Business School. She was a member of a workshop at Manchester Business School. She is a member of the American Marketing Association. She is a member of the international organization The House of Beautiful Business. She has organized seminars in the field of Marketing in Art and Culture. She is a member of the team for building strategies for developing a national brand of Montenegro. She is a member of the Serbian Marketing Association. Professor Radmila Janičić is visiting professor at the University of Split, Faculty of Economy. Professor Radmila Janičić is a member of Athens Institute for Education and Research, Atiner.

**Mirjana Nikolić**, PhD, full time professor at Faculty of Dramatic Arts, University of Arts in Belgrade. She was director of the Institute for Theatre, Film, Radio and Television FDA and the editor in chief of the peer review journal *Anthology of Essays of Faculty of Dramatic Arts*. The main areas of her interest are Media studies, Management of media and Media ethics. She has published three books: *Ether over Belgrade* (1999), *Radio in Serbia: 1924 – 1941* (2006) and *Broadcasting in Serbia during the Second World War* (2009), over thirty scientific and professional articles for international and national journals and has been a co-editor of a number of thematic monographs. From 2021, she is rector of University of Arts in Belgrade.

**Milica Ilčić**, diplomirala je na Fakultetu dramskih umetnosti 2012. godine na Katedri za menadžment i produkciju pozorišta, radija i kulture gde je 2014. godine završila i master akademske studije. Trenutno je doktorand na program Menadžment kulture i medija na Fakultetu dramskih umetnosti. Od 2016. godine zaposlena je na FDU na poziciji asistenta na predmetima iz oblasti radio i medijske produkcije. Bazična istraživačka interesovanja vezana su za oblast medijske produkcije, marketinga i odnosa sa javnošću koja se temelje na njenom dugogodišnjem angažovanju u PR

i marketinškim agencijama. Godine 2019. osniva vlastitu agenciju za komunikacije i odnose sa javnošću “Fresh communication”.

**Aleksandra Ugrinić** je doktorand Univerziteta u Beogradu, na studijskom programu Kultura i mediji na Fakultetu političkih nauka. Polje njenog interesovanja i istraživanja fokusirano je na ulogu medija, medijsku produkciju, transformaciju radija u savremenih tehnološkim uslovima, kao i na promenu uloge novinara i novinarstva u medijskom sistemu Srbije. Učestvovala je kao istraživačica na nekoliko nacionalnih i međunarodnih projekata i objavljivala radove u oblasti radijske produkcije, medija i komuniciranja. Koautorica je udžbenika „Savremeni radio sa praktikumom radio novinarstva“.

**Kristina Milić** je doktorand na studijskom programu Kultura i mediji na Fakultetu političkih nauka, Univerzitet u Beogradu, gde je zaposlena kao saradnik u zvanju istraživača-saradnika. Fokus njenog interesovanja je u oblasti komunikologije i komuniciranja, analize medija i medijskih sistema i uloge novinara u savremenom medijskom okruženju. Usmerena je i na analizu populizma u kontekstu medijskog komuniciranja, čime se bavi u svojoj doktorskoj disertaciji. Učestvovala je kao istraživač na nekoliko nacionalnih i međunarodnih projekata i do sada objavila nekolicinu radova u oblasti medija i komuniciranja.

**Ana Milojević** je post doktorski istraživač na Univerzitetu u Bergenu, u Norveškoj, na departmanu za Informacione nauke i medijske studije, i deo istraživačkog centra Media Futures, gde sprovodi projekat „Datafication Media and Democracy“. Na Univerzitetu u Beogradu, Fakultetu političkih nauka, ima poziciju docenta na odeljenju za novinarstvo i komunikologiju. Urednica je nekoliko naučnih zbornika i objavila je preko trideset radova, uključujući poglavlja u međunarodnim i domaćim zbornicima, kao i članke u vodećim domaćim i međunarodnim časopisima. Bila je rukovodilac na regionalnom projektu “Medijska i informacijska pismenost u jugoistočnoj Evropi” u okviru UNESCO i UNICEF programa “Dijalog za budućnost”.

**Violeta Kecman** (1975), Assistant Professor Doctor of Arts, lecturer at the Higher School of Communications in Belgrade, in the field of Media. She is the author and co-author of several textbooks and manuals for students and teachers in the field of media literacy, Serbian grammar, language teaching methodology, and literature. As an expert in media pedagogy, critical thinking, and the implementation of media literacy in the education system, she is engaged in many projects in the field of educational policies. She is one of the creators of the curriculum for Media Literacy for the fifth/sixth grade of primary school and Language, Media and Culture, for the first grade of high school. She is the winner of the UNESCO award for innovative use of ICT in teaching (Paris 2010). She is the winner of the Saint Sava Award for the overall contribution to education in the Republic of Serbia (Belgrade 2015).

**Quan Liu**'s previous career was as a performing artist, a tenor singing both Chinese new opera; and Italian opera in the Shandong Performing Arts Group, China. Currently, he is Executive Producer of Dingsheng Cultural Investment Ltd's UK branch and commissioned to produce the immersive theatrical production in the relic of St Luke's Church. In the meantime, he is in the final year of his Ph.D. research in the School of Music, the University of Liverpool, undertaking his research on Chinese Landscape Performing Arts, with scholarship support from the Tung Foundation Postgraduate Scholarships scheme.

**Olga Mirković Maksimović** is a Ph.D. student at the University of Belgrade, Department of Multidisciplinary Studies: History and Philosophy of Natural Sciences and Technology. With over 20 years of experience working in the IT and creative industries, she combines knowledge of IT technologies with art and the production of various content. The focus of her research is the history and philosophy of artificial intelligence in the former Yugoslavia. She marked her rich experience in product development, marketing, lectures, and creating a business environment in the positions of Director for New Product Development at Ringier Axel Springer, as well as the position of Executive Director of LimundoGrad. She is a TedX speaker.

**Jovana Pikulić** is a Ph.D. student at the Interdisciplinary studies, Department for Theory of Culture and Media, University of Arts in Belgrade. She obtained her bachelor's degree from the Faculty of Philosophy, Department for Art History, University of Belgrade (2011). She got her master's degree in 2015, at the Faculty of Philology in Ferrara, from the Department for Medieval and Renaissance Cultures and Traditions. She published a considerable amount of scientific papers: "Divine Maternity", In: Uterus effects, Vienna: KUNSTENTROPIE, 2020, 9-21; "May you live in interesting times", In: ICOM Serbia, No. 9, 2019, 24 - 25; "U cara Trajana kozje uši Petra Lubarde kao slika koja se čita", In: Zbornik Matice srpske za likovne umetnosti, No. 44, 2018, 245-266.

**Dominic Oluwa Gbenga Fayenuwo** is a Ph.D. candidate and teaching assistant at the Department of Theatre and Film Studies, Redeemers University, Ede Osun State, Nigeria. He holds a bachelor's degree in Dramatic Arts at the Obafemi Awolowo University, Ile-Ife Nigeria, and a Masters's Degree at Redeemers University. His research interest is in Indigenous studies, precisely the management of indigenous festivals and performances in and around Africa, and the management structures of theatre institutions. He is a theatre artist, with many play productions that he has produced and directed in over three major cities in Nigeria. He is also a 3D Digital Animator with a passion for telling African stories and content.

**Maja Ristić** doktor nauka je redovni profesor na Fakultetu dramskih umetnosti u Beogradu gde radi od 1996 godine i u svojoj akademskoj karijeri prošla je sva zvanja od stručnog saradnika, asistenta – pripravnika, docenta do redovnog profesora. Objavila je dve knjige, „Publika mjuzikla“ i „Menadžment pozorišta – ljudski resursi u oblikovanju pozorišne predstave“. Uredila je Zbornik radova – 60 godina Katedre za menadžment i produkciju pozorišta, radija i kulture. Bila je istraživač na projektu Ministarstva nauke, „Tehinčko – tehnološke osobenosti Domova kulture u Srbiji“ Fakulteta tehničkih nauka u Novom Sadu. Obavljala je dužnosti direktora organizacionog odbora međunarodne konferencije, „Kreativnost i inovacije u produkciji dramskih umetnosti, medija i kulture, vizije i



vrednosti za budućnost“ Koator je projekta Aroma koji se bavio istraživanjem Romske kulture i pozorišta. Za proekat STARDUS Kreativne Evrope i Dah teatra pisala je silabuse. Naučne radove objavljivala je u prstižnim časopisima od nacionalnog značaja, Zborniku Matice srpske za društvene nauke, Zborniku Matice srpske za scenske umetnosti, časopisu Kultura, Zborniku radova Fakulteta dramskih umetnosti. Učestvovala je na brojnim međunarodnim konferencijama u zemljama regiona. Naučno polje njenih istraživanja je menadžment pozorišta, sociologija pozorišta, pozorišna publika i menadžment ljudskih resursa u kulturi i umetnosti.

**Ana Martinoli** (Ph.D.), is a Full Professor at the Faculty of Dramatic Arts, Department for Management and Production of Theatre, Radio, and Culture. Her field of scientific interests includes media management and radio production. She teaches the subjects at all three levels of academic studies: Mass media communication, Radio Management, Radio Programming, Media-communication characteristics of electronic media, Theory, and Practice of Digital Media, Contemporary Electronic Media Management. She has been teaching at the UNESCO Chair in Cultural Policy and Management since 2007, while she has been working at the Faculty of Dramatic Arts since 2003, where she was elected Full Professor in 2020. She graduated from the same Faculty in 2002, obtained her master's degree in 2007, and she defended her Ph.D. thesis “The Transformation Of Radio as a Medium and Radio Audience under the influence of new technologies” in 2010. She published a considerable amount of scientific papers and monographs, including The first 15 years of podcasting: from an experiment to a sustainable media business model (2020); The commercial radio's programming strategies: how to create a good radio (2015).

**Ljiljana Rogač Mijatović**, Phd, is Associate Professor at the University of Arts in Belgrade, Faculty of Dramatic Arts - Department of Management and Production in Theatre, Radio and Culture & Deputy Director of the Institute for Theater, Film, Radio and TV. She holds a PhD since 2012 at the University of Arts in Belgrade in international cultural relations. In addition, the areas of her research interest include cultural diplomacy,

cultural policy, and science policy. Ljiljana Rogač Mijatović has a vast experience in international cultural collaboration, as well as collaboration with scientific organizations and institutions of public governance. Rogač Mijatović is the author of the book Cultural Diplomacy and Identity of Serbia, as well as a number of scientific papers. Prof. Ljiljana Rogač Mijatović is a member of several international scientific projects, a member of the Scientific Council of the Fund for Science and EU COST Actions Review Panel Member.

**KREATIVNOST I INOVACIJE POZORIŠTA, MEDIJA I KULTURE**  
CREATIVITY AND INNOVATIONS OF THEATRE, MEDIA AND CULTURE

**Izdavač / Publisher**

Fakultet dramskih umetnosti, Institut za pozorište, film, radio i televiziju  
Faculty of Dramatic Arts, Institute for Theatre, Film, Radio and Television  
Bulevar umetnosti 20, Novi Beograd, Srbija

**Za izdavača / For Publisher**

Prof. Miloš Pavlović, Dekan / Dean, Faculty of Dramatic Arts, Belgrade

**Urednice / Editors**

Maja Ristić, Ana Martinoli, Ljiljana Rogač Mijatović

**Saradnik urednica**

Milan Đorđević

**Lektura i korektura / Proofreading**

Marija Nikolić, Milica Surla

**Prevod**

Milica Surla

**Dizajn korice / Cover design**

Studio 2754

**Priprema za štampu / Prepress**

Studio 2754

**Štampa / Print**

xx

**Tiraž / Circulation**

300



FAKULTET  
DRAMSKIH  
UMETNOSTI  
U BEOGRADU



KATEDRA ZA  
MENADŽMENT  
I PRODUKCIJU

**Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu**  
**Faculty of Dramatic Arts in Belgrade**  
**2023.**