

Jovana Karaulić¹

Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

Ana Martinoli²

Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

MEKA MOĆ I (POST) JUGOSLOVENSKO SEĆANJE U KULTURI I MEDIJIMA: DOKUMENTARNI SERIJAL PUT U BUDUĆNOST³

791.2:7.097

316.774:654.1(497.11)

323.1(=163.3/6)(497.1)*19"

COBISS.SR-ID 83450633

Apstrakt

Koncepti kreiranja poželjne slike prošlosti često su prisutni u ponovnom promišljanju kolektivnih identiteta postjugoslovenskih država, koje obuhvataju i pitanje zajedničkog zaborava. Politike sećanja se na taj način često izražavaju kroz eksplicitne i implicitne kulturne politike i njihove instrumente. Jedna od dimenzija primene instrumenata, u kontekstu meke moći zasnovana je na medijskim sadržajima, u ovom radu posmatrano kroz perspektivu, zadatke i ciljeve javnog servisa sa posebnim fokusom na kulturno-umetničku istoriju i nasleđe postjugoslovenske zajednice. U radu je upotrebljena empirijska metoda, studija slučaja, gde je analizirana uloga javnog servisa u promatranju slike jugoslovenske ideje u polju kulture i umetnosti na primeru dokumentarnog serijala Put u budućnost (2017–2018) autora Borisa Miljkovića, koji je Radio-televizija Srbije realizovala u dve sezone sa ukupno 24 epizode. Kroz različite istraživačke postupke, posmatrani su uticaji i primena eksplicitne i implicitne kulturne politike, mogućnosti medijske meke moći kroz polje kulture i umetnosti u drugoj polovini 20. veka na našim prostorima. Rad u zaključnom delu ukazuje na moguću ulogu javnog servisa u budućim politikama i projektima vezanim za kulturu sećanja.

Ključne reči

postjugoslovensko sećanje, javni servis, Put u budućnost, meka moć, kulturna politika

1 jovanakaraulic@gmail.com

2 ana.martinoli@fdu.bg.ac.rs

3 Rad je nastao kao rezultat finansiranja naučnoistraživačke delatnosti Fakulteta, prema ugovoru sklopljenim sa Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja.

Uvod

Tradicija i istorija javnih medijskih servisa u Evropi direktno je vezana za funkcije afirmacije nacionalnog kulturnog identiteta i zaštite audio-vizuelnih materijala, relevantnih za istoriju kulture, politike i društva u okvirima nacionalnih ili regionalnih granica. Ove funkcije proizilaze iz šire utvrđenih zadataka i ciljeva ovih medijskih institucija, koji se mogu definisati kroz programski pluralizam i diverzitet – na nivou sadržaja, forme i funkcija – a koji odražavaju kompleksnost i sveukupnost zajedničkog životnog prostora.

U javnom, kulturnom i medijskom postjugoslovenskom prostoru, postoji bezbroj različitih perspektiva o značaju i značenju konstrukta „zamišljene zajednice”, kao i procena uloga „svakodnevnog jugoslovenstva”, koje je postojalo nekad, a koje možda na isti način postoji i danas. Takvoj perspektivi doprinose disonantni (i često kontroverzni) koncepti sećanja koji su se razvijali u postjugoslovenskim državama u kontekstu eksplicitnih i implicitnih kulturnih politika.

U domenu implicitnih kulturnih politika moguće je razlikovati (ne)predviđene i (ne)željene efekte, kao i one koje sasvim namerno vrše uticaj na društvo u kome deluju. Kako su to videli Mulgan (Geoff Mulgan) i Vorpole (Ken Worpole), kulturne politike koje najviše utiču na kreiranje identiteta nisu uvek one koje se nalaze u vladinim aktima usmerenim na kulturu u užem smislu, već su i one koje implicitno dolaze iz drugih grana i disciplina (Mulgan i Vorpole 1986). Ovde je moguće uključiti još jednu teorijsku perspektivu, koju iznosi Ehern u svojoj studiji, povezujući pitanje implicitnih kulturnih politika sa konceptom *meke moći* u pogledu formiranja stavova zajednice. Pod ovim pojmom njegov utemeljivač Džozef Naj (Joseph Nye) podrazumeva „sposobnost pridobijanja željenog putem privlačnosti pre nego putem prisile ili plaćanja” (Nye 2004: 6). Prema njegovom tumačenju mogućnost uticaja *meke moći* zavisi od tri važna faktora: doživljaja kulture, domaćih (idejno-vrednosnih) politika, ali delimično i od taktike i stila politika. Nematerijalna moć, definisana kroz okvir privlačnosti, kojom su obuhvaćene kultura, ideologija, javne politike, predstavlja alternativno sredstvo kojim je moguće sprovesti interese u kreiranju identiteta nacije (Rogač 2014: 32). Sa stanovišta oblikovanja i izgradnje jugoslovenstva, ova veza na relaciji implicitnih kulturnih politika u polju medija i *meke moći*, kako je video Naj, imala je veliku ulogu.

Javni medijski servis u tom pogledu ima poziciju inicijatora i kreatora programskih sadržaja koji su usmereni na oblikovanje kulture sećanja, fokusira-

jući se na kulturno-umetničku istoriju i nasleđe određene zajednice. Uloga javnog servisa u kontekstu meke moći i promatranja slike jugoslovenske ideje u polju kulture i umetnosti biće posmatrana upotrebom empirijske metode studije slučaja, analizom televizijskog serijala *Put u budućnost* (2017–2018) autora Borisa Miljkovića, koji je Radio-televizija Srbije realizovala u dve sezone sa ukupno 24 epizode.

Javni medijski servis i kulturno-umetnička funkcija njegovog programa

Kultura ima najveću simboličku vrednost i igra ključnu ulogu u eksplicitnoj, kulturno-obrazovnoj misiji javnih servisa, čime se doprinosi razvoju nacionalnog identiteta i građanskom moralu. (Van den Bluck 2001, kod Song 2013: 4)

Prirodna, organska veza između javnog medijskog servisa i nacionalnog identiteta i vrednosti kulture koja je u taj identitet ugrađena najbolje je ilustrovana kroz istoriju i praksu britanskog javnog servisa (BBC – The British Broadcasting Corporation). Kako teorijski izvori konstatuju, upravo je BBC

[...] projektovao britanski identitet u 20. veku... i postao renomirana, ugledna nacionalna institucija koja je svoju reputaciju stekla kroz svoju ključnu ulogu u britanskom društvu tokom njegovih formativnih godina. Od lokalnih tema i nacionalnih događaja do uloge Kraljevine i traumatičnih iskustava Drugog Svetskog rata, BBC je 'pokrivao' skoro sve aspekte britanske kulture. (Mallory 2012)

Analiza različitih nacionalnih zakonodavstava u polju javnih medijskih servisa pokazuje da se, uz određene nacionalne specifičnosti, propisi koji regulišu rad ovih medijskih institucija fokusiraju na tri elementa – programske formate i žanrove (npr. informacije, obrazovanje, kultura), ciljeve i funkcije (npr. inkluzija, participacija, nacionalni identitet), te osobenosti novinarske prakse (npr. inovativnost, balansiranoost, objektivnost) (Schweizer & Puppis 2017: 114–115).

Istovremeno, *Global Report of ReShaping Cultural Policies* (UNESCO 2018: 54) svojim analizama i strategijama razvoja usmerenih ka javnim medijskim servisima konstatuje da je neophodno, a sa ciljem potpunog ostvarivanja svojih uloga vezanih za promociju i podsticaj raznolikosti kulturnih izraza, kontinuirano ulagati dodatne napore pre svega u produkciju kvalitetnog pro-

gramskog sadržaja iz oblasti kulture i umetnosti, te podsticati razvoj koprodukcijskih oblika saradnje.

U Republici Srbiji, rad medijskog javnog servisa (RTS) regulisan je posebnim *Zakonom o javnim medijskim servisima*, koji u članu 2. precizira:

Javni medijski servis je nezavisan i samostalan pravni subjekt koji, obavljanjem svoje osnovne delatnosti, omogućava ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja, i pruža opšte i sveobuhvatne medijske usluge koje podrazumevaju informativne, obrazovne, kulturne i zabavne sadržaje namenjene svim delovima društva.

Dalje, isti zakon u članu 7. precizira da je

Javni interes, u skladu sa zakonom kojim se uređuje oblast javnog informisanja, koji javni medijski servis ostvaruje kroz svoje programske sadržaje:

- stav 6) zadovoljavanje potreba građana za programskim sadržajima koji obezbeđuju očuvanje i izražavanje kulturnog identiteta kako srpskog naroda tako i nacionalnih manjina, vodeći računa da nacionalne manjine prate određene programske celine i na svom maternjem jeziku i pismu;
- stav 9) afirmisanje nacionalnih kulturnih vrednosti srpskog naroda i nacionalnih manjina koji žive u Republici Srbiji, kao i zbližavanja i prožimanja njihovih kultura;
- stav 18) predstavljanje kulturnog nasleđa i umetničkog stvaralaštva u zemlji i inostranstvu.

Kada su u pitanju kulturno-umetnički sadržaji producirani u okviru programa javnih medijskih servisa, njihov tematski okvir, stil i forma, kao i definisani programski ciljevi, u idealnim profesionalnim okolnostima, deo su kako ukupne uređivačke politike medija, tako i sveukupne kulturne i medijske politike jednog prostora. Dodatno, kulturno-umetnički programski sadržaji koji svoje ciljeve pronalaze u okviru određene kulture sećanja, te se fokusiraju na kulturno-umetničku istoriju i nasleđe određene zajednice, svakako će biti producirani na specifičan način koji će kombinovati obrazovnu, kulturno-umetničku, ali i zabavnu funkciju.

Kulturno-umetnički sadržaji u sebi nose posebnu vrstu izazova, s obzirom na njihovu kompleksnost i na to da nemaju uvek visok komercijalni potencijal, te je produkcija ovakvih vrsta programa predmet posebnih uređivačkih politika koje za cilj nemaju brzo i kratkoročno ostvarivanje profita na tržištu, već

dublje i dugoročnije efekte na publiku, pre svega u domenu njihovih znanja, senzibilisanosti za kulturu i umetnost, ali i kreiranje određenih dimenzija kulture sećanja. Delikatnost i dragocenost kulturno-umetničkih programa postaje praktično „ugrožena vrsta” na savremenom medijskom tržištu obeleženom hiperkomercijalnim, zabavnim sadržajima, te je njihov opstanak i kvalitet produkcije u okviru javnih medijskih servisa prioritet u definisanju trenutnih i budućih programskih ciljeva i zadatak ovih medijskih institucija.

Kako navodi Song (2013: 6), televizija je kroz decenije postojanja pokazala svoju sposobnost da izazove interesovanje publike za različite specijalizovane oblasti i teme, ali kada su u pitanju kultura i umetnost iznova se pokreću pitanja koja direktno utiču na način oblikovanja ovih sadržaja, ciljnu grupu, način prezentacije. Song sumira u sledeći skup pitanja:

- Da li je cilj programa iz ove oblasti da afirmišu i popularišu popularnu ili tradicionalnu kulturu i umetnost?
- Kome su programi iz kulture i umetnosti namenjeni – opštoj ili specijalizovanoj publici?
- Da li bi ovi programi morali da budu široko dostupni?
- Da li je cilj ovih programa da promovišu i hvale ili kritikuju kulturu i umetnost?

Analiza televizijske prakse pokazuje da se kulturno-umetnički programi realizuju kroz niz različitih programskih žanrova i formata – dokumentarnih programa, živih ili odloženih prenosa, tematskih programa magazinskog tipa, debatne emisije, izveštaje i vesti, te kroz dramske i igrane programe. Svaki od ovih formata i žanrova za publiku ima drugačiju funkciju i ulogu – od obrazovanja i informisanja do eskapizma i zabave. Uprkos brojnim novim mogućnostima produkcije, koje svakako mogu povećati atraktivnost, dinamičnost prezentacije kulturno-umetničkih sadržaja u savremenoj medijskoj praksi, istraživanja pokazuju da se obim ove vrste programa smanjuje, čak i kada je reč o televizijama sa dugom i bogatom tradicijom negovanja kulturno-umetničkih programa. Prema podacima britanskog regulatora za elektronske medije (*Ofcom* – The Office of Communications, the government-approved regulatory and competition authority for the broadcasting), broj sati kulturno-umetničkih programa, ali i finansijska ulaganja u ovu vrstu sadržaja, opadaju, što je nagovestilo dugoročni trend koji će, ako izostane konkretna intervencija, dovesti do potpunog nestanka ove vrste sadržaja, „činjeći ogromne količine ključnih elemenata kulturnog života nevidljivim za publiku” (Noonan 2018).

Dodatno, kada je reč o produkciji kulturno-umetničkih programa u okviru tradicionalne televizije, aspekti koji se moraju uzeti u obzir prilikom planiranja i realizacije su:

- finansijski – potrebni nivo ulaganja, troškovi produkcije i prognoza potencijalnih prihoda;
- kreativni – od izbora teme, načina njene obrade do stila prezentacije, pri čemu bi svaki od ovih koraka, u idealnim uslovima, trebalo da zadovolji osnovne smernice ukupne uređivačke politike medija, ali i očekivani nivo kvaliteta i skup vrednosti koje medij zagovara svojim celokupnim programskom produkcijom.

Uprkos nespornoj migraciji publike na digitalne platforme, uvidom u istraživanja navika publike u Srbiji može se konstatovati da je gledanje tradicionalne televizije i dalje ubedljivo dominantna medijska aktivnost, sa udelom od preko 50% u ukupnom medijskom danu, u poređenju sa radiom, štampanim izdanjima, OOH, internetom (Nielsen, 2021). Dodatno, prosečno dnevno zadržavanje uz televiziju beleži konstantno visok nivo poslednjih godina. U 2020. godini ostvareno je rekordno dnevno zadržavanje uz televiziju od kada se meri gledanost televizije u Srbiji. Konačno, RTS1 beleži rast gledanosti u proteklih godinu dana, sa udelom od skoro petine ukupnog auditorijuma u Srbiji, a njegovi rezultati ga čine i najgledanijim kanalom kod starosne ciljne grupe 25–64⁴.

Detaljnija, kvalitativna analiza preferencija publike spram programa javnog servisa pokazuje da su tokom godinu dana, najgledaniji sadržaji RTS 1 bili upravo sadržaji vezani za kulturu i umetnost, iz domena igranog, serijskog i filmskog programa. To ukazuje na navike, ali i očekivanja publike da u programu javnog servisa budu zastupljeni sadržaji koji će istovremeno zadovoljiti ne samo potrebe za zabavom i eskapizmom, već i kompleksnije, dublje potrebe vezane za kulturne potrebe, proširivanje znanja o bliskoj i daljoj istoriji, kulturnom nasleđu.

I dok RTS kao nacionalni javni medijski servis Republike Srbije nesporno nudi i ovakve sadržaje, analiza programa ukazuje na postojanje prostora za unapređenje, a njegova važnost u kontekstu celokupnog tržišta raste kada se imaju u vidu ponude komercijalnih nacionalnih TV emitera. Konkretno, ak-

4 Prema podacima servisa Arianna i Nielsen za ukupnu populaciju Srbije na godišnjem nivou, 2021.

tuelna *Strategija razvoja sistema javnog informisanja Republike Srbije za period od 2020. do 2025.* (2020: 38) konstatuje da su „dečji, naučno-obrazovni i kulturno-umetnički programi zastupljeni u zanemarljivim procentima ili se uopšte ne prikazuju na komercijalnim televizijama”.

Isti dokument dodatno naglašava da su

[...] *digitalizacija tonskog i video materijala [...] neophodan proces koji, pored toga što čini jedan segment u arhiviranju i čuvanju kulturne baštine, predstavlja i važan postupak u procesu daljeg korišćenja, uključujući i komercijalno korišćenje, kao i prezentaciju tonskog i video materijala. [...] U cilju što efikasnijeg početka rada na arhiviranju tonskog i video materijala, nameće se rešenje organizovanja ovog kompleksnog posla u okviru javnih medijskih servisa koji poseduju opremu, stručni kadar, prostor i iskustvo. U prilog tome ide i činjenica da je najveća količina tog materijala upravo pohranjena u Javnom medijskom servisu „Radio-televizija Srbije”.* (isto. 2020: 48)

Kada je reč o strukturi, vrsti i formatima kulturno-umetničkih programa, aktuelni propisi ne nude previše precizne i detaljne smernice i zahteve emiterima, pa tako u *Pravilniku o minimalnim uslovima za pružanje medijske usluge i kriterijumima za odlučivanje u postupku izdavanja dozvole za pružanje medijske usluge na osnovu sprovedenog javnog konkursa* (2016), član 18. navodi da je kulturno-umetnički program „vrsta programa koja je posvećena temama iz oblasti kulture i umetnosti (književnost, pozorište, film, fotografija, televizija i drugi mediji, likovne umetnosti, arhitektura, dizajn, muzičko stvaralaštvo i sl.)” (*Pravilnik* 2016: 7).

U eri inovativnih medijskih formata koje je podstakla digitalizacija, dostupnijih alata za produkciju kvalitetnih i atraktivnih sadržaja, te promenama navike publike izvesno je da proizvodnja i uspeh sadržaja iz kulture i umetnosti, posebno fokusirana na relevantne teme iz oblasti kulturnog nasleđa i istorije kulture i umetnosti, predstavlja poseban izazov za producente i tradicionalne medijske institucije poput javnog servisa.

Uloga medija u razvijanju kulture sećanja

Uloga medija u kreiranju sećanja je ključna, između ostalog i u smislu selekcije detalja koji će biti repetitivno prezentovani masovnoj publici i tako stvoriti poželjnu i prihvaćenu sliku događaja. Ipak, proteklih godina sve su

češći glasovi koji se pribojavaju da bi moderna društva mogla zaboraviti svoju prošlost ili da bi se moglo pojaviti bezbroj različitih priča o prošlosti u kojima se relativizuju ili isključuju pojedini skupovi činjenica, pa i celi događaji, a sa određenom ideološkom ili društveno-političkom namerom. Tako dolazi do pojave da u istom društvu, u zavisnosti od kanala komunikacije, publika o istim događajima bliže ili dalje prošlosti ima različita znanja i stavove. Samo neki od razloga ovakvih procesa su i prodor digitalnih komunikaciono-medijskih kanala, personalizacija medija, sukobljavanje različitih društveno-političkih i ideoloških struja koje naizmenično oblikuju dominantne obrasce sećanja. Uloga javnog medijskog servisa u ovakvim procesima mogla bi biti ključna, s obzirom na njenu, bar teorijski i formalno definisanu, ulogu u društvu, nezavisnu od političkih ili ekonomskih pritisaka, a istovremeno utemeljenu u jasno pozicioniranim kulturnim, nacionalnim, istorijskim temeljima koji oblikuju identitet građana jedne teritorije. U tom kontekstu,

[...] *televizija je ključno sredstvo uz pomoć kog ljudi uče o istoriji danas [...] Kao što je televizija uticala i izmenila svaki aspekt savremenog života – od porodice do obrazovanja, religije, biznisa – ovaj medij je fiktivnim i nefiktivnim portretisanjem slično izmenio način na koji desetina miliona gledalaca razmišlja o istorijskim figurama.* (Edgerton u Neiger, Meyers i Zandberg 2011: 3)

Sve veći značaj medijskih tehnologija u konstruisanju ličnog sećanja pokreće pitanje Van Dajka (José van Dijck) – kakva je priroda medijski posredovanog sećanja? Naime, Van Dajk uočava da ni mediji nisu pasivni nosioci, prenosioци sadržaja – sama medijacija istinski oblikuje načine na koje gradimo i zadržavamo osećaj individualnosti i zajedništva, identiteta i istorije.

Da bi se razumela uloga medija u kreiranju kolektivnog sećanja, potrebno je uvesti i dimenziju publike. Tako se Zierold (Martin Zierold) osvrće na teorijske radove Erl (Astrid Erl), koja pravi razliku između materijalne i društvene dimenzije medija:

[...] *pod materijalnim dimenzijama ona podrazumeva semiotičke instrumente komunikacije (kao što su jezik, slike ili zvuci), medijske tehnologije (npr štampa, radio, televizija ili internet), i na kraju medijske sadržaje ili programe fokusirane na sećanje (uključujući određene novinske članke, TV emisije i Internet stranice). Kada je u pitanju socijalna dimenzija, moraju biti najmanje dva konteksta odvojeno posmatrana: proizvodnja i distribucija medijske ponude, a zatim i prijem i korišćenje medijske ponude,*

što se često dešava kasnije i pod potpuno drugačijim istorijskim uslovima.
(Zierold 2008: 403)

Konačno, Bergson (Henri Bergson) razlikuje dve vrste sećanja (kod Malley-Morrison, 2009: 82) – „spontano” i namerno, a u fokusu ovog rada je potonje. Namerno pamćenje, memorisanje sekvence događaja, sačinjeno je od informacija koje može pribaviti svako, a njegovom kreiranju u velikoj meri mogu doprineti i sadržaji uticajnih, *mainstream* medijskih kanala. Medijsko pokrivanje određenog događaja utiče na kreiranje namerne memorije – prenosi nam slike sa lica mesta, statističke podatke, brojeve, daje analizu i sliku događaja, koje su, međutim, deo nekog šireg ideološkog konteksta. Namerna memorija bledi s vremenom jer je zamenjuju nove namerne memorije, vezane za relevantnije, svežije događaje, zaključuje Bergson.

Mediji ne samo da nam stvaraju osećaj živog iskustva u vezi sa određenim događajem, već navode na razmišljanje o uticaju medija na kreiranje poželjne slike o događaju, slanju odabrane ideološke poruke, „ukalupljanju” događaja u poželjan društveni i istorijski kontekst, gde

„Istorija” [...] prožima popularnu kulturu [...] kroz ogromnu popularnost lokalne istorije i genealoški bum potaknut Internetom, putem istorijskih romana milionskih tiraža, televizijskih dramskih programa i raznovrsne filmske produkcije. Televizijski i medijski tretman prošlosti sve je uticajniiji u pakovanju istorijskog iskustva. (De Groot 2006: 391–2, kod Garde-Hansen 2011: 2).

U tom smislu, mediji postaju „akteri poetike i politike vaskolikih sećanja, izgrađenih, prenetih, sačuvanih putem aretfakta, medijski i žanrovski raznovrsnih zapisa, svedočanstva i svedočenja” (Daković 2020: 18).

Studija slučaja: dokumentarni serijal *Put u budućnost*, autora Borisa Miljkovića

Sve ove teme i pitanja, uticaje i primenu eksplicitne i implicitne kulturne politike, mogućnosti medijske meke moći kroz polje kulture i umetnosti u drugoj polovini 20. veka na našim prostorima autor Boris Miljković smešta u dokumentarni serijal *Put u budućnost*, koji je realizovan u dve sezone, 2017. i 2018. godine na javnom medijskom servisu (RTS). Analizi mogu doprineti uvidi u prethodne radove autora Borisa Miljkovića, koji je zajedno sa Branimirom Dimitrijevićem autor niza kulturnih emisija i filmova – *Niko kao ja* (1981), *Ro-*

kenroler (1981), *Ruski umetnički eksperiment* (1982), Šumanović, *komedija o umetniku* (1987). Samostalno je sa velikim uspehom režirao dokumentarni film *Fabrika šećera* (2016), kao i veliki broj televizijskih reklama, muzičkih spotova, nekoliko muzičko-scenskih dela i pozorišnih predstava. Autor je više knjiga, od kojih je poslednja *Jugosloveni* (2020) bila u užem krugu za Ninovu nagradu. Svi ovi aspekti biografije Miljkovića kao autora ukazuju na snažnu profesionalnu povezanost i interesovanje za teme koje odgovaraju na razna možda nedovoljno istražena pitanja ideje jugoslovenstva.

Kako je serijal *Put u budućnost* realizovan u produkciji Radio-televizije Srbije, može se postaviti dilema – u ambijentu „opšte žutnje“ o jugoslovenskim temama” (Markovina 2018), kako i zašto nacionalna televizija na osnovu inicijative Miljkovića realizuje serijal koji posebnim autorskim alatima promišlja ukupne društvene kretnje u jugoslovenskom i postjugoslovenskom kontekstu. Sa stanovišta uloge javnog servisa u konstruisanju politika sećanja, Miljković ovu dilemu pojašnjava tumačenjem prema kome:

Uloga medija je ogromna, no sećanje je osetljiva i promenjiva materija, tako da je način na koji se rekonstruiše prošlost u medijima neizmerno važan. Najčešće je metodologija i željeni cilj sećanja podložan sudu u očekivanjima vlasnika medija. U slučaju Javnog servisa, stvar bi trebalo da bude drugačija – po definiciji, Javni servis bi trebalo da unapređuje sam ljudski život, služeći se alatima informacije, edukacija i zabave (prihvaćena BBC definicija), pa u tom smislu bi trebalo da postoji veliki trud da sećanje bude objektivno, odnosno da doprinosi poboljšanju kvaliteta opažaja prošlosti – i ne samo kada je umetnost u pitanju (Miljković 2022)⁵

U najavi serijala na sajtu RTS-a navodi se sledeći opis koji upućuje na dimenziju umetničke analize jednog perioda, tek implicitno dodirujući aspekt društvenog konteksta na kome je serijal takođe zasnovan i čije analize temeljno tretira, veoma često sa stanovišta nostalgije i individualnog sećanja, paralelno ukazujući na aktuelne društvene tokove toga vremena:

[...] koristeći se neobičnom dramaturgijom, serijal istražuje uzroke, posledice, povode, dešavanja, motive, inspiracije, umetničke pravce, likovne umetnike i njihova dela. Prva sezona, koja se sastoji od trinaest epizoda, prati dešavanja na likovnoj umetničkoj sceni od početka 1950-tih do početka 1970-tih godina. Na uzbudljiv „Put u budućnost“ vodi nas četvoro prezentera – Doktor No, svedok, savremenik i tumač dešavanja o kojima

5 Za potrebe rada obavljen je intervju sa autorom serijala Borisom Miljkovićem, 10.9.2022.

se govori; Istoričar umetnosti koji nas upoznaje sa najznačajnijim umetnicima, razdobljima, dešavanjima, događajima, umetničkim izrazima i poetikama; g-đica Trivija, obrazovana i atraktivna devojka koja zna svašta o svemu, te Poznavalac prilika, pronicljivi erudita i globtroter, koji te-mama daje širi istorijsko-politički kontekst. Pomenutim protagonistima, u sklapanju slike, pomažu vrsni poznavaooci istorije, medija, mode, popularne muzike, pozorišta i filma – Radina Vučetić, Ana Martinoli, Darinka Mihajlović, Žikica Simić, Miloš Krečković, Aleksandar S. Janković. Osim Beograda, u koji je veći deo serije smešten, putujemo u Zadar, Pariz, Veneciju, Valjevo, London, Deliblatsku peščaru, razgovaramo i sa učesnicima i svedocima – Petrom Omčikusom, Vladom Veličkovićem, Mrđanom Bajićem. (RTS 2017)

Serijal je tako konceptualizovan kao esejistički orijentisan autorski rad, sa akcentom na ličnim iskustvima i utiscima Borisa Miljkovića, koji u svom umetničkom maniru oblikuje *novu stvarnost*, o čemu svedoči i sam autor:

Put u budućnost razmatra jednu moguću istoriju umetnosti u jugoslovenskom kulturnom prostoru, predloženu kao istorijski tok, ali interpretiranu sasvim lično, kao autorski doživljaj. Usled privida istorijske egzaktnosti, autor se igra uloga Naratora, g-ce Trivije i Istoričara umetnosti, a priču oblikuje kao gotovo novu stvarnost. (Miljković 2022)

U drugoj sezoni serijala *Put u budućnost*, autorski (lični) pristup prema istoriji umetnosti se produbljuje, te je ovog puta prisutna forma video-eseja uobličena po pitanjima za čijim odgovorima u kontekstu individualnog sećanja se još uvek traga – sezona počinje od antifašističkih spomenika, a završava se mogućim ishodištima savremene umetnosti danas. Sadržaj sezone oblikovan je kroz autorsko povezivanje referenci, sagovornika i toponima, prepuštajući publici da sama zaključuje koji su to eksplicitni ili implicitni modeli primenjivani u prošlosti uticali na razumevanje sadašnjosti. Sličnosti i razlike u pristupu koncipiranja sezona opisuje i Miljković:

Prva sezona hoće da bude istorijski tačna, ma koliko smo suzdržani povodom tog pojma, ali u isto vreme i prilično kritički zabavljena današnjim društvenim trenutkom. Druga je daleko ličnija, uglavnom se bavi emocijama a manje faktima, ili bolje reći, do emocija stiže dokumentom – spomenicima, nostalgijom, umetnikom, proširenjem vidika a manje samim zanatom umetnosti. U tom smislu, ona još više afirmiše Jugoslovenski kulturni prostor, razmatrajući različite aspekte postjugoslovenskih emo-

cija kroz rad savremenih umetnika, Marine Abramović, Brace Dimitrijevića, Lajbaha, Raše Todosijevića pomenimo samo amblematske slučajeve. (Miljković 2022)

U tom pogledu autor se, dakle, opredeljuje za „odabrani koncept sećanja”, koji u ovom slučaju može a i ne mora da „destabilizuje velike narative istorije i tako u sadejstvu sa medijskim, kulturnim zapisima, i iskazima postaje *ključ postojanja, postajanja i pripadanja*” (Daković 2020: 18).

Zaključak

U novim postjugoslovenskim državama odmah nakon njihovog osnivanja bile su neophodne identitetske promene. One, kako navodi sociolog Todor Kuljić u studiji o sećanju na titoizam, nisu uvek povezane samo s krupnim ekonomskim i kulturološkim transformacijama, već na njih često značajan uticaj ima želja za „promenom slike prošlosti” (Kuljić 2011: 19). U procesu društvenih tranzicija i izmena kolektivnih identiteta zajednice veliku ulogu ima tumačenje prošlog iskustva, jer upravo različito individualno pamćenje/kolektivno sećanje i odnos prema prošlosti posreduje različite vrednosti i interese u svakoj novonastaloj državi. Na taj način kolektivni identiteti počivaju na izabranom zajedničkom sećanju i na složnom zajedničkom zaboravu često izražavane kroz eksplicitne i implicitne kulturne politike koje svoje instrumente pronalaze i u medijskom kontekstu. O ulozi medija u ovim procesima, kao i mogućnostima kreiranja poželjne slike prošlosti u medijskom prostoru govori i autor serijala izabrane studije slučaja:

Meka moć stoji u samoj suštini postojanja medija, naime, sama medija su stvorena kao kanali distribucije meke moći – pomoću najrazličitijih alata dostupnih u različitim medijima. Put u budućnost razmatra jednu moguću istoriju umetnosti u jugoslovenskom kulturnom prostoru, predloženu kao istorijski tok, ali interpretiranu sasvim lično, kao autorski doživljaj. Usled privida istorijske egzaktnosti, autor se igra ulogama Naratora, g-ce Trivije i Istoričara umetnosti, a priču oblikuje kao gotovo novu stvarnost. (Miljković 2022)

Promišljanje uloge javnog servisa u budućim politikama i projektima vezanim za kulturu sećanja direktno se vezuje za dve ključne specifičnosti ove medijske institucije - njegovih, zakonom definisanih, obaveza i ciljeva spram kulturno-umetničkih sadržaja i zadovoljavanja javnog interesa ukupnog auditorijuma, te činjenici da se upravo za javne servise vezuje posredovanje i

raspolaganje dragocnim arhivskim, istorijskim, dokumentarnim audiovizuelnim materijalima koji beleže nacionalnu i kulturnu istoriju jednog društva. U momentu kada je medijska produkcija, automatizovana praktično do nivoa personalne komunikacije i kada pojam nacionalnog kulturno-umetničkog nasleđa postaje predmet potencijalnih pogrešnih interpretacija i kontroverzi, uloga javnog medijskog servisa, njegovih autora, urednika, uređivačke i programske politike postaje još dragocenija i važnija, kao tačke poverenja, ugleda, odgovornosti i političke i ekonomske nezavisnosti. Osnovni zadatak javnog medijskog servisa, u kontekstu kulture sećanja, u budućnosti se može planirati kroz aspekte vezane za produkciju sadržaja – obrazovnog, informativnog, kulturno-umetničkog, dokumentarnog i igranog, ali i omogućavanje što veće dostupnosti svojih arhivskih materijala koji omogućavaju saznavanje i razumevanje celokupne kulturne istorije koju dele svi građani jednog društva. U tom smislu može od koristi biti i usvajanje segmenata razvoja programske misije u oblasti kulture i umetnosti koje je britanski javni servis planirao kroz jasno definisane ciljeve i zadatke (*The BBC's Impact on Culture* 2004: 6):

- *Jačanje određenih vrsta kulturnog sadržaja novim investicijama;*
- *Širenje formata i žanrova u oblasti kulturno-umetničkog programa;*
- *Eksploatacija novih medija i multimedijalnih kapaciteta;*
- *Pokretanje novih servisa sa snažnim fokusom na kulturu;*
- *Stvaranje novih partnerstava sa ciljem širenja uticaja kulturno-umetničkih sadržaja van dometa emitovanja.*

Izvesno je da uz samu dostupnost korisnicima mora biti obezbeđena jasno razrađena navigacija, neka vrsta virtuelnog stručnog vođenja kroz beskonačne audio-vizuelne arhive i kontekstualizacija sadržaja, događaja i tema, kako bismo imali mogućnost iskorišćavanja svih potencijala ovih dragocenih sadržaja. Put u budućnost u tom smislu predstavlja originalan, autentičan primer dobre prakse, u kome gledalac prelazi put kroz istoriju kulture i umetnosti pojedinih epoha Jugoslavije uz pomoć ubedljivog, inspirativnog naratora, kombinovanje ličnih svedočanstava i dokumentarnih arhivskih audio-vizuelnih materijala, te analizu događaja iz perspektive vremena koje živimo.

Literatura

- Daković, Nevena (2020) *Slike bez sećanja – trauma, film, transmisija*. Beograd: Fakultet dramskih umetnosti.
- Dragojević, Sanjin (2006) *Kulturna politika: europski pristupi i modeli*. Diss. Doktorska disertacija, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti.
- Dragičević Šešić, Stojković, Branimir (1996) *Kultura, animacija, marketing*. Beograd: Clio.
- Garde-Hansen, J. (2011) *Media and Memory*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Huard, M. (2012) “The BBC and the Shaping of British Identity from 1922 to 1945”, *The Gettysburg Historical Journal*, Vol. 11, Article 3, dostupno na: <https://cupola.gettysburg.edu/ghj/vol11/iss1/3> [Pristupljeno: 12. aprila 2022].
- Intervju sa Borisom Miljkovićem, vođen 10. 9. 2022.
- Kuljić, Todor (2010) „Sećanje na titoizam: hegemoni okviri”, *Filozofija i društvo*, 21(2), str. 225–250, Beograd.
- Malley-Morrison, Kathleen (2009) *State Violence and the Right to Peace: Western Europe and North America*, ABC-CLIO.
- Markovina, Dragan (2018) *Jugoslavija u Hrvatskoj (1918–2018): od euforije do tabua*. Zaprešić: Fraktura.
- Mulgan, Geoff, Worpole, Ken (1986) *Saturday night or Sunday morning? From arts to industry-new forms of cultural policy*. London: Comedia.
- Neiger, Motti, Meyers, Oren, Zandberg, Eyal (2011) *On Media Memory – Collective Memory in a New Media Age*, London: Palgrave Macmillan.
- Noonan, Caitriona (2018) “Commissioning and Producing Public-Service Content: British Arts Television”, *Media Industries*, Volume 5, Issue 2. <https://quod.lib.umich.edu/m/mij/15031809.0005.201/--commissioning-and-producing-public-service-content-british?rgn=main;view=fulltext#N2> [Pristupljeno: 12. aprila 2022].
- Nye, Joseph (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Ofcom (2016) “PSB Annual Research Report”, dostupno na: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/reviews-investigations/psb-review/psb2016/PSB-Annual-Report-2016.pdf> [Pristupljeno: 25. maja 2017].
- *Pravilnik o minimalnim uslovima za pružanje medijske usluge i kriterijumima za odlučivanje u postupku izdavanja dozvole za pružanje me-*

- dijske usluge na osnovu sprovedenog javnog konkursa* (2016), Савет Регулаторног тела за електронске медије РС.
- Rogač-Mijatović, Ljiljana (2014) *Kulturna diplomatija i identitet Srbije*. Beograd: Fakultet dramskih umetnosti.
 - Schweizer, Corinne & Puppis, Manuel (2017) Public Service Media in the ‘Network’ Era. A Comparison of Remits, Funding and Debate in 17 Countries” in Gregory Ferrell Lowe, Hilde Van den Bulck, Karen Donders (eds.) *Public Service Media in the Networked Society*. Göteborg: Nordicom, str. 109–125, dostupno na <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1229695/FULLTEXT01.pdf> [Pristupljeno: 10. aprila 2022].
 - RTS (2017) „Dokumentarna serija *Put u budućnost*”, dostupno na: <https://www.rts.rs/page/rts/sr/rtspredstavlja/story/211/snima-se/2740555/dokumentarna-serija-put-u-buducnost-.html>, [Pristupljeno 05.09.2022].
 - Song, Youngsuk (2013) “A comparison of arts and culture television programmes between the BBC and KBS”, Reuters Institute Fellowship Paper – University of Oxford, dostupno na: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/comparison-arts-and-culture-television-programmes-between-bbc-and-kbs> [Pristupljeno: 12. aprila 2022].
 - *Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period od 2020. do 2025* (2020) dostupno na: <https://www.kultura.gov.rs/tekst/sr/4993/strategija-razvoja-sistema-javnog-informisanja-u-republici-srbiji-za-period-od-2020-do-2025.php> [Pristupljeno: 12. aprila 2022].
 - *The BBC’s Impact on Culture* – Submission to the Independent Panel on Charter Review (2004).
 - UNESCO Global Report (2017) “ReShaping Cultural Policies – Advancing creativity for development”.
 - Van Dijck, J. (2007) *Mediated Memories in the Digital Age*. Stanford University Press.
 - *Zakon o javnim medijskim servisima RS, 2014/2021*, dostupno na: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnim_medijskim_servisima.html [Pristupljeno: 12. aprila 2022].
 - Zierold, Martin (2010) “Memory and Media Cultures” in *Cultural memory studies : an international and interdisciplinary handbook*, Astrid Erll, Ansgar Nünning (eds.) Berlin: Walter de Gruyter, pp. 399–408.

Jovana Karaulić
Faculty of Dramatic Arts, University of Arts in Belgrade

Ana Martinoli
Faculty of Dramatic Arts, University of Arts in Belgrade

SOFT POWER AND (POST) YUGOSLAV MEMORY IN CULTURE AND MEDIA: DOCUMENTARY SERIES PATH TO THE FUTURE

Abstract

Creating a desirable representation of the past is a common concept in the rethinking of collective identities of post-Yugoslav countries. However, it also includes the issue of collective forgetting. Thus, the politics of memory are often expressed through explicit and implicit cultural policies and their instruments. In the context of soft power, one of the dimensions of applying these instruments is based on media content, and in this paper, it is analysed through the perspective, objectives, and goals of the public service broadcaster, focusing in particular on the cultural and artistic history and legacy of the post-Yugoslav community. The paper uses the empirical method of a case study to analyse the role of the public service broadcaster in reflecting on the Yugoslav idea in the field of culture and art using the example of the documentary series Put u budućnost (Path to the Future) (2017–2018) by Boris Miljković, which Radio Television of Serbia produced in two seasons with a total of 24 episodes. Different research approaches were used to examine the effects and implementation of explicit and implicit cultural policy and the possibilities of media soft power through culture and art in the second half of the 20th century in the region. The paper's conclusion points to a potential role of the public service broadcaster in future policies and projects pertaining to the culture of remembrance.

Keywords

Post Yugoslav memory, public service, Put u budućnost, soft power, cultural policy

Primljeno: 7. 10. 2022.

Prihvaćeno: 22. 10. 2022.