

Lidija Vujačić, *Antropologija konzumerizma / Život [ni]je u reklami*, Medijska kultura, Nikšić, 2017.

Pozivajući svoj stvaralački duh u istrajnu analitičku potragu za ishodištima drugačijih obrisa ljudske egzistencije, autor ovog vrijednog djela nastavio je da ekstrahuje i teorijski razlaže karakter onih fenomena čiji koferi su prepuni nastojanja da se obesmisli čovjekova svakodnevnica i njegovi životni izbori. Čini se, da čovjek kao predmet interesovanja nikada nije bio popularniji i izazovniji kao što je to slučaj sa epohom koja ostavlja upečatljiv trag na lice njegove egzistencije. Jasno je, da je riječ o destruktivnim talasima postmodernizma ili još preciznije, o onome, što je eksplicitnije u namjeri da falsifikuje ontološku panoramu, i ujedno, predstavi sebe za potvrđeno izvorište njegovog identiteta. Pod budnim okom, autor razlaže svijet postmodernog identiteta koji svoju potvrdu traži u novim ishodištima koja odbacuju one hrome koji su svoju meritornost zasnivali u svijetu Tradicije. O tome govore i sledeće napomene autora. „Zavisan sve više od potrošnje savremeni identitet je, ujedno, i sve nestabilniji, odnosno, on je postao otvoreno polje u koji se, po izboru, upisuje tekst i značenje [...] Postmoderni identitet zavisi šta osoba odabere kao najreferentnije tačke svoje ličnosti (i to najviše uz pomoć medijske kulture koja zavodljivim sadržajima, predstavama, slikama itd. nudi obilje subjekatskih pozicija koje u daljem toku vremena pomažu u koncipiranju individualnog identiteta“ (49). Međutim, u ovim riječima se skriva misaona bojaznost, ali nikako i pomirenje, da je postmoderna otuđila savremenog čovjeka kome se ne naziru staze povratka. A Novi svijet, svijet simulakruma, podsjeća na Dizinlend kao novu postmodernističku

Sikstinsku kapelu, o kojoj je govorio Umberto Eko, gdje takva imaginarna konstrukcija supstituiše i smjenjuje sva pređašnja stremljenja čovjeka.¹ Komplementarna kritika nazire se i u studiji prof. Vujačić. Ove napomene ne predstavljaju antropološko-sociološku manirističku metodu, već jedno novo i samorodno tumačenje autora da putem pisane riječi ukaže na odsustvo pravih vrijednosti u postmodernom društvu.

Ta epoha čije staze vode u vilajete nepovratka čovjeka, otkupila je istoriju ljudskog roda i kaldrmu njihove tradicije zamijenila stopama tehnološke uvjerenosti u napredak jednog novog i superiornijeg svijeta, svijeta globalnog megalopolisa, koji je apsorbovao i poslednju nadu da se može raspravljati o čovjekovom zaboravu. Taj megalopolis, nije samo sociološka i geografska odrednica, već, otisak onoga o čemu se ne diskutuje, koji predstavlja totalitarnu tvorevinu, čiju manipulativnu hostilnost ni najveća strahovanja nisu mogla anticipirati.

Pažljivo osluškujući epohalne promjene Lidija Vujačić je s razlogom svoj rukopis uvrstila u red onih stvaralačkih strujanja koja se prepoznaju po istrajnosti i iscrpnosti naučnog poziva. Iako su, ove teme veoma poznate naučnoj javnosti i prepoznaju se u opusima impozantnih teoretičara, poput Teodora Adorna, Edgara Morena, Žana Bodrijara i drugih, autor je svjestan odgovornosti preuzimanja njihovog predmeta istraživanja kao i potrebe da se njihovim idejnim nasljednicima i

¹ Opširnije u: Дејвид Морис, *Болест и култура у постмодерном добу*, прев. Јелена Косовац, Clío, Београд, 2008, str. 262, 263.

novim intelektualnim naraštajima predstavi jedno novo polje antropoloških omilija koje će smiriti frustrirajuće vapaje savremenog čovjeka i ponuditi mu jednu „humaniju luku“. Ovaj daroviti antropolog i etnolog je od svojih prvih ogleđa na polju tragike i sunovrata savremenog čovjeka, koji je, odavno već, napustio svoje identitesko sklonište i zbog toga je primoran na ahasversko lutanje svijetom, postao prepoznatljiv i nezaobilazan pisani izvor pri konstituisanju naučne kritike. Djelo, *Antropologija konzumerizma / život [ni] je u reklami*, otvara vrata utjehe, ako ne i, utočište za sve one koji su izgnani iz te globalne „kuće spektakla“. Ovaj rukopis odiše lucidnim jezikom, dovoljno pojmljivim da opomene svakog ko ne želi da se probudi iz „ružičastog sna“ da se vrati i obnovi „stećke sjećanja“ koje će ga odvesti na izvorišta svoje Tradicije. Instrumentarij Lidije Vujačić uvažava norme naučne analize, te je stoga, interdisciplinaran. Jedno od najvažnijih otkrića ove knjige, sadržano je u građi koja je neophodna da bi se osamostalilo područje sociokulturne antropologije i sociologije komunikacija. Primjetna je samostalnost u teorijskoj restauraciji sociološkog i antropološkog nasleđa, što ovoj studiji daje sasvim nov izgled i svježinu u društvu naučne analekte. Pravilnom diobom razvrstana, naizgled, u dvije zasebne cjeline, knjiga prof. Vujačić integrirano govori o ideološkom aparatu koji tvori sliku potrošačko-konzumerističkog društva, te o stadijumu njegova odrastanja, masovnim medijima kao postmodernističkim „lektorima istine“, modi kao inicijatičkom procesu koji vodi u predvorja potrošnje, kulturnoj industriji i reklamnim emiterima kulturne vitalnosti i potreba.

Ova studija, kako je i rečeno, otkriva strahovito posrnuće, tačnije, antropološko posrnuće koje se ogleda u ideološkom robovanju onome što svoj lik potkrepljuje u supremaciji zapadne hemisfere i njenog protestantskog ishodišta koje sebi pripisu-

je eshatološku izabranost. To je uvod u jedan novi krstaški rat u ime novih konkistadora. Drama pâda ljudskog roda, interpretirana je u njegovoj konzumerističkoj gladi koja predstavlja okvir njegovog altruističkog autizma. U tom kolektivnom ludilu, zavladao je carstvo konzumerističke ideologije kao ovovremene ideologije spasa iliti izbavljenja, kojoj je potrebna svakodnevna doza konformizma kako bi potvrdila svoje prisustvo i poredak zasnovan na monoteizmu tržišta. To je, reklo bi se, i prvo usmjerenje na problematiku galopirajuće masovne i njoj bliske, potrošačko-konzumerističke kulture. Autor je svjestan izazova sa kojima se susreće na putu pronalaženja jednog novog gnoseološkog saveza koji će mu omogućiti otvaranje novih pogleda na svijet simulakruma, koji je, odavno već, zavladao i sebe pozicionirao kao jedino opipljivo tkivo čovjekove naviknutosti na pomućena vrela istine. Ovo upućuje na nivo manipulativnosti tehnološkog sistema. Zavodljiva laž potrošačkog društva, koju uočava prof. Lidija Vujačić, stvorila je industriju svijesti koja je apsorbovala i poslednje sklonište „intelektualnog odmetništva“.

Analizirajući pomenutu „ideologiju spasa iliti izbavljenja“, autor opravdano involvira u diskurs tumačenja kapitalistički poredak koji je redukovao horizont slobode i u anamnezu društva upisao recepturu konzumerističkog preporoda. O tome kazuju gradivno bogati pasusi ove knjige. U njoj je moguće pronaći tragove najznačajnijih teoretičara koji su se bavili ovom ili sličnom problematikom, što svakako, ne znači, da je knjiga pisana na stubovima usputnih interpretacija. Autor je autentičan u svojim nalazima, što je značajna zaloga za buduća konsultovanja i naučna istraživanja iz ovog domena socioantropološkog roda. Ova studija se može smatrati i svojevrsnom pobunom protiv savremenog neoliberalnog kapitalističkog poretka gdje je identitet žrtvovan u ime postmodernog narativa slobode, pa

se nužno, kao alternativa nameće u krhkim konstrukcijama sa ograničenim rokom trajanja. „Tako da, nadovezaće se autor, potrošačka kultura, iako nudi pojedincu slobodu da bira različite opcije i da se naizgled poigrava sa sopstvenim političkim, kulturnim ili nekim drugim aspektom identiteta, ona ga zapravo sve više dovodi u konfuziju. Jer ga svemu 'prilagođava' zakonima kapitala kao dominantne pokretačke sile u društvu nudeći mu hiperprodukciju informacija tako i zavisnost od modnih inovacija i indoktrinacije reklamom i drugim propagandnim mehanizmima popularne kulture (Deborov opis društva spektakla je upravo karakterističan za pomenute procese)“ (51). Zbog toga, autor minuciozno ukazuje na strahote postmodernog društva.

Od posebne važnosti u ovoj knjizi je analiza kategorije javnosti. „Sa nastankom parlamenta (institucije formirane sa ciljem da obezbijede prostor za neophodno kritičko političko rezonovanje), potom razvitkom slobodnog tržišta, emancipacijom i promovisanjem kulture dijaloga i oslobađanja štampe od stroge cenzure, počevši od XVIII vijeka, stvara se relativno demokratski ambijent (u odnosu na prethodna društvena ustrojstva) koji je omogućio da se konsoliduje tzv. građanska javnost kao prostor u kome se prepliću sfera društva i sfera države, među kojima se odvijala, manje više, slobodna komunikacija među ljudima, odnosno razmjena informacija i njihova javna (kritička) analiza. Tek tada je javnost uspostavljena kao političko-

pravna kategorija koja se tiče javnog, a time i od zajedničkog interesa“ (99). Međutim, vremenom će i ova kategorija izgubiti na svojoj vrijednosti, jer ona biva instrumentalizovana od strane centara moći. „A osnovno medijsko 'oružje' je, zapravo, mogućnost da animira publiku i utiče na javno mnjenje ne direktnom indoktrinacijom, već privlačnijim načinom, kroz sferu zabave i razonode, odnosno kroz proizvode koji su ne samo roba, već i ideje i stavovi“ (99). Taj aspekt postaće vremenom i poželjno grotlo u kojem će nestati i poslednji ostatak javnosti i prerasti u konformističku većinu, dovoljno pasivnu, da ne prigovara na svoju servilnost i dovoljno aktivnu da podrži prevrat u svijetu Tradicije, da prihvati nametnutu istoriju iniciranu od strane postmodernističkih emitera. Glas razuma i kritike postaće nepoželjni građani globalnog megalopolisa i njihova kultura otpora.

Završavajući ovaj raznorodan prikaz o fenomenu konzumerizma koji je i nastao zahvaljujući iskustvenim i respektabilnim ogledima autora, i da ove riječi na kraju ne prerastu u olako shvaćene dijatribe, potrebno je oslanjajući se na riječi Karla Gustava Junga kojeg i citira prof. Lidija Vujačić, reći da: „*svako ko u podne svog života unosi zakone jutra, platiće visoku cijenu poremećajem svoje duše*. Ipak, brzo vrijeme u kojem živimo kao da nije svjesno toga. Živi se samo za (odloženi) trenutak, jer je *sjutra* nesigurno, neizvjesno kakvo će i da li će uopšte biti“ (172).

Predrag Živković