

# Finalni tinejdžer

Dragan Ambrozić

**NA VELIKIM MUZIČKIM FESTIVALIMA ODVIJA SE NEPREKIDNA TINEJDŽ OPERA UŽIVO, U IZVOĐENJU HILJADA POSETILACA. ONA DANAS OBUHVATA SVE ONE KOJI ŽELE DA UČESTVUJU U NOVOJ, POP DRUŠTVENOSTI, DIGITALIZOVANOM OBLIKU SOCIJALNOG POVEZIVANJA, ŠTO JE ZAUZEO NAŠU SVAKODNEVICU DO NAJSITNIJIH DETALJA MEĐULJUDSKE KOMUNIKACIJE**

Lokacija: festivalska bina, najveća u našoj zemlji. Ključna stvar koju vidimo u sred najpoznatije pesme grupe Bastille – hita po imenu *Pompeii* – jeste da pevač, stojeći na bini vadi mobilni telefon i snima publiku, dok ona snima njega.

I mada se kasnije malo sabrao i krenuo u rutinsko raspevavanje sa publikom, sve pružajući joj mikrofona da sa njim peva, kao i generacije frontmena pre njega, ovde je sve na trenutak postalo jasno i mahinalna reakcija tokom izvođenja pesme otkriva novo jedinstvo koje postoji sa publikom, a ide preko društvene mreže. Jer, nije više važno to što si tu u fizičkom smislu, što si čak na istoj lokaciji koju telom deliš sa drugima, ukoliko to nije zabeleženo tamo negde u virtuelnom.

Novo jedinstvo koje pevač Daniel Campbell "Dan" Smith uspostavlja jeste ta današnja vrsta magije koju je 2016. prizivao i Exit kroz slogan Magic. Prvi veliki pop bend koji je izašao na binu odmah je demonstrirao šta danas znači zajedništvo.

Znači da ne moraš da budeš tu da bi bio "zajedno".

**NIKAD VIŠE CIMANJE:** Navodno, nema potrebe da budemo više fizički zajedno, da bismo bili zajedno. Iz ove činjenice proizilazi i novo mesto muzike izrasle na društvenim mrežama i u skladu sa njima.

Ona više nije tu da sama po sebi inicira povezivanje, nego da ga prati. Pop muzika je danas 'soundtrek' za druženje, za susretanje ljudi, koje ne mora čak ni da bude jedan na jedan u svetu kog smo do sad smatrali stvarnim.

Naše iskustvo definiše šta je stvarnost: ukoliko ste sve vreme na mobilnom i komunicirate, to vam je onda najvažnija poznata stvarnost i u njoj delite sve što treba kao iskustvo sa prijateljima. Pa i pesme, koje onda ne mogu da biraju svoju sudbinu, nego se prilagođavaju novoj realnosti.

U tom smislu, fizička stvarnost može biti smetnja vašem doživljaju stvarnosti, ne samo kao izazovni stepenik na kog se možete saplesti dok klizite prstićima na ekranu, nego i kao razdaljina koju morate preći da biste uradili... šta? Mislim, zašto se cimati?

U stvari, osnovno novo civilizacijsko pitanje svakako jeste: "Zašto se cimati"?

**NOVO JUTRO, NIŠTA OD REVOLUCIJE:** Takva je i muzika koja se sad pravi, ona prati stvarnost onakvu kakvom je vide deca revolucije koja se nije desila. Zato ona više nikog ne cima i postoji samo u dva oblika – euforičnom ili elegičnom, kao 1 i 0 – svako treće raspoloženje nekako ostaje neprepoznato, kao nešto mimo vremena u kome se krećemo. Uglavnom, zvuk služi da diže raspoloženje i brzo deluje, jer za više od toga nema više vremena ni pažnje: zato su DJ-evi postali pop zvezde, kao ljudski džuboksi koji mogu da vam puste sve što poželite u trenutku, uz ekspresnu izmenu numera, dakle bez suvišnog smaranja i cimanja.

Takva je i publika koja sad ide na koncerte, ona je u centru pažnje, jer ona i jeste u centru pažnje svih novih medija, počevši od mobilnog telefona. Ona živi svoj 'pop life' u kome je ona zvezda, a muzika i muzičari prateći dodatak: zato se sve više na koncertima druži i slika, a ne gleda scena, zato se na njima sve više priča.

Muzika postaje nešto kao produžetak vizuelnog efekta, spektakularan prateći sadržaj životima – nešto što se podrazumeva u društvu koje je i samo predstava, sačinjena od vrtloga komunikacije u kojima se svaki dublji sadržaj pomalo gubi, sveden na kodove. Jer – nema smisla previše se cimati.

**PUBLIC CODE SHARING SERVICE:** Kodovi komunikacije imaju tu neobičnu osobinu da nam ne služe samo kao sredstvo izražavanja. Odloženo, oni imaju povratno dejstvo: pokazuju tendenciju da ustroje život onako kako odgovara obliku komunikacije. Tako imamo na delu zanimljivu pojavu da društvene mreže ređaju život na način koji odgovara društvenim mrežama, odnosno da se i u fizičkoj stvarnosti stvari rade onako kako je poželjno sa stanovišta društvene mreže. Fotografiše se mobilnim na licu mesta što više, javlja se sa dešavanja, i sve to instantno, dok događaj još traje, jer ako nije šerovan, njega nema u novoj društvenoj stvarnosti, a onda nema ni vas.

Novi, digitalizovani mediji, drugačije su prirode od nekadašnjih. Njihova osnovna funkcija nije više da obaveštavaju i informišu – njihova logika je potpuno drugačija, mada proizilazi iz starih medija. Današnji mediji integrišu društvo.

Bez medija nema društva, oni su danas njegov krvotok i mreža nerava.

Zato sve više primećujemo da nas izveštavaju samo usput, a mnogo više dele iskustvo. Medijske kuće više i ne nameravaju da prodaju stvarne vesti, nego doživljaj sveta i novosti koje njemu odgovaraju, jer je svet nepovratno medijski integrisan i samo kroz medijatore dolazimo do iskustva s njim.

**KONCERT JE VIDEO-IGRA:** Tehnološka paradigma se promenila u poslednjih dvadeset godina, a s njom i vizija muzike kakva je potrebna novom svetu: u digitalizovanoj društvenoj komunikaciji, ona danas slavi pojedinca/korisnika kao glavnog aktera, neopterećujuća je i ne cima ga.

Muzika zato sledi novi najjači model pop kulture: video igricu. Video-igra, odnosno svet izmaštane akcije, danas je ono što navodi ljude na pokret, na druženje, na novo iskustvo u koje se utapate. Zato i veliki festivalski stejdž ukrašen bilmovima sa svih strana odavno liči na video-igru u kojoj susrećete muzičare omiljenih grupa.

Međutim, bez obzira što je video-igra odavno novi noseći medij popularne kulture, više nije dovoljno utonuti u nečiju fantaziju, pa makar bila ona i 3D ili virtuelna realnost – sutra će biti neophodno utonuti u svoju fantaziju u sopstvenom životu, igricu doživeti u stvarnosti. Kao što se nova Pokemon go igrica preselila u realnost, menjajući je tako što menja doživljaj realnosti (novo: možete ih loviti i na koncertima!), tako se i uloga benda na sceni polako pretvara u ulogu pokretača zbivanja u kojem je u centru posetilac, učesnik, odnosno korisnik.

Zato se popularna muzika polako pomera ka neopterećujućoj emotivnoj kulisi u okviru koje se kreira tačka susreta, kao što je festival. Svaka kulisa zahteva svoju dramu, a u slučaju festivala to je ljudski kontakt, nekadašnje druženje. Mogućnost ljudskog kontakta je danas, naime, roba koja se naveliko prodaje.

Konačan rezultat nove tehnološke paradigme biće zato prodaja doživljaja ljudskosti, što jačeg to bolje.

**GEORGE & JAMES:** Ipak, za potpisnika je trenutak kad muzika privatno i fizički poveže ljude preko decenija, preko neslućenih vremenskih i prostornih distanci, nešto najlepše na svetu što još postoji. Sedeo sam u jednom vrlo rokerskom kombiju, vodeći Džordža Klintonu na Exitov Mejn stejdž, kad smo ulazili na Tvrdavu slušajući radio. Onog momenta kad smo prošli poslednji 'security check' začuo se, glasno i neoprostivo nežno, lično Džejms Braun, pevajući "This is a man's man's man's world".

"Džordž, ovo vas Džejms lično pozdravlja i želi dobrodošlicu."

"E da, od njega nikako ne mogu da pobegnem izgleda."

Običan razgovor, koji u sebi sadrži težinu jedne istorijske stranice, kad znate pomalo napetu istoriju odnosa Džordža i Džejmsa, ljudi koji su izmišljali funk. Pokušajte taj momenat da uhvatite i pošaljete porukom i shvatićete da ne ide. Čak i slika ne prenosi tu toplotu.

Život negde curi mimo komunikacije i njenih kanala kakvi nam se nameću, život je nešto drugo nego komunikacija života, kao što svi znamo, samo nećemo više da se cimamo. Šta onda živimo?

**DUBOKO U MORU TELA:** Uplovili smo u more tinejdžera na Exitu, koje je verovatno čekalo Dejvida Getu, ali je bila počašćena funk gozdom na koju možda nije bila ni spremna, pa ju je ipak prihvatila rukama i

nogama. Senzacija je senzacija, tinejdžer će je prihvatiti kao takvu i uživati onoliko koliko mu zaokupi pažnju sa iskrenom, mada kratkotrajnom emocijom. Za više nema vremena i neće da se cima.

Pomešani u gomili, tu su i stariji, koji na ovoj platformi funkcionišu besprekorno kao tinejdžeri, otvoreni za sva nova iskustva, ali bez stresa neizvesnosti, više smoreni lošom izvesnošću.

Svima njima, veselo raspojasani Klintonov kreativni cirkus donosi trenutak dubljeg poniranja u svoje potrebe, u osećanja i seksualnost, u oštrm kontrastu sa kasnijom Getinom euforijom komunikacije muzičkih emotikona. I vizuelno, sve je drugačije – Klinton nam nudi komešanje živih tela, radost živog sveta, Geta nam nudi vizuelne poruke. Jedan od njih je samo legenda, koji je zadužio popularnu kulturu, drugi je jedna od najvećih savremenih pop zvezda.

Obojica žive od muzike, ali u 'backstageu', stvari su bile sasvim jasne: Dejvid se istinski iscimao da sasvim fizički upozna Džordža u njegovoj garderobi, sa dužnim poštovanjem zamolivši za zajedničku fotografiju. Može se naći na netu i šerovati dalje.

**INSTANTNO ZADOVOLJENJE:** Na obzorju stvari ukazuje se drugačiji društveni scenario, u kome svi učestvuju. Sa podjednakom kratkotrajnom strašću.

U odličnoj knjizi *Teenagers*, koja ocrta razvoj ove socijalne kategorije od XIX veka do 1945, jedan od najboljih engleskih pisaca o pop kulturi, Jon Sevidž, daje ovakav opis savremenog tinejdžera: "žive isključivo u sadašnjosti, traže instantno zadovoljenje, gladni su proizvoda – drugim rečima, oni predstavljaju otelotvorenje novog, globalnog društva, u koga se uključuješ tek kad lično obezbediš neku moć".

Tako je popularna kultura kao tržište došla do svog konačnog, ultimativnog proizvoda: finalnog tinejdžera. To smo sad svi.

I mi se više ne cimamo ni oko čega.

dostupno na: <http://www.vreme.co.rs/cms/view.php?id=1415654>, preuzeto 09.10.2016.