

Dubravka Đurić**Univerzitet Singidunum, Beograd*

Dubravka.djuric@fmk.edu.rs

Aleksandra Izgarjan*Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu*

aleksandra.izgarjan@ff.uns.ac.rs

Instagram poezija, neoliberalizam i medijska kultura¹

Apstrakt: U radu se bavimo transformacijom polja poezije u poslednjih desetak godina. Za ovaj period karakteristično je to da je poezija ponovo ušla u javnu sferu, što koincidira sa neoliberalnim globalnim poretom, ekonomskim krizama i pojavom Interneta kao novog sredstva komunikacije. Poezija se više ne obraća obrazovanoj eliti, već postaje popularni žanr, jednostavan i svima razumljiv. Ona se izvodi, te pesnici i pesnikinje razvijaju različite izvođačke stilove. Pojavom instagrama nastala je nova vrsta poezije, instagram poezija, koja je izazvala kontradiktorne reakcije. Dok su je neki kritikovali, jer je jednostavna i puna klišeja, instapoezija je postala globalni fenomen. Najznačajnija instapesnikinja, Rupi Kaur, kao i ostali instapesnici, poeziju objavljuje na instagramu uz svoje crteže ili fotografije, izvodi je uživo a njene zbirke postižu milionske tiraže i prevode se na jezike širom sveta. Njena poezija funkcioniše kao *self-help* literatura, što znači da ova vrsta poezije ima pragmatičnu upotrebnu vrednosti.

Ključne reči: poezija, Instagram, medijska kultura, neoliberalizam, feminizam, re-medijacija, upotrebna vrednost poezije

Uvod

Da bismo shvatili poeziju na instgramu ili *instapoeziju*, posebno najpopularniju instagram pesnikinju Rupi Kaur (Rupi Kaur),² moramo poći od činjenica da je poezija poslednjih desetak godina od marginalnog postala popularni žanr.

* Dubravka Đurić, dubravka.djuric@fmk.edu.rs

¹ Zahvaljujemo se novinarki i urednici Vojki Pajkić koja nam je skrenula pažnju na ovaj fenomen.

² Rupi Kaur (1992) je kanadska pesnikinja rođena u Pendžapu u Indiji. Pored nje značajni instapesnici su i Lang Liv (Lang Leav), Tajler Not Gregson (Tyler Knot Gregsin), Romert M. Dejk (Robert M. Drake) i mnogi drugi.

Zahvaljujući *sekundarnoj usmenosti*, da upotrebimo ovaj termin koji se vezuje za teorije medija Voltera Onga (Walter Ong), a posebno zahvaljujući društvenim mrežama, poezija je konačno ponovo ušla u javnu sferu. Podsetimo se da je Ong pisao da su nas u *epohu sekundarne usmenosti* uvela nova komunikacijska sredstva: telefon, radio, televizija, zvučne trake i elektronska tehnologija. Poput *primarne usmenosti* dominantno usmenih kultura, i *sekundarna usmenost* priziva osećaj pripadnosti zajednici, ma kako nestabilna i promenjiva bila, a za zajednicu je karakteristično da uživa u slušanju izgovorenih reči. Pa ipak, za razliku od *primarne usmenosti*, upozorava Ong, „svesnija i samosvesnija usmenost, zasnovana [je] prevashodno na upotrebi pisanja i štampe“ (Ong 2005, 133). *Sekundarna usmenost* namenjena je širokoj publici, posebno u doba digitalne kulture, u kojoj poezija ponovo zadobija značajan status. Ipak, cena koju je morala da plati je ta da je postala jednostavnija i razumljiva (Đurić 2021b). Možemo govoriti i o *demokratizaciji poezije*: ona više nije namenjena samo obrazovanoj eliti, već komunicira neposredno ili medijski posredovano sa masovnom publikom. Do ovoga je došlo u periodu krize neoliberalnog kapitalizma, koji svaki aspekt ljudskog života pretvara u robu. *Profanizacija kreativnosti* (Paić 2007, 151–153) konačno je zahvatila i proizvodnju poezije. *Profanizacija kreativnosti* povezana je s njenom demokratizacijom i neoliberalnim imperativom da svi moramo biti kreativni. Kada je u pitanju poezija, često se danas kaže da „svi pišu i čitaju poeziju“.

Kao posledica ekonomskih transformacija i krize, kao i ekonomske nesigurnosti, tempo života se ubrzava. Usled višestrukih tehnoloških i strukturalnih promena, i polje poezije se ubrzano menja. Poezija postoji i dalje na stranici papira, ali značajna je činjenica da je njena sadašnja popularnost nastala zahvaljujući tome što se ona čita na brojnim festivalima, kola po internetu, a od posebnog su značaja snimci izvođenja poezije na YouTubeu. Ali, kao što je Ong pisao, *nova usmenost* poezije, neposredna ili medijski posredovana, izvedena je iz prethodno napisanog i odštampanog teksta.

Fenomenu instagram poezije moglo bi se prići i iz sasvim drugačijeg teorijskog okvira u kojem bi se ona smestila u kontekst istorije popularnijih formi angloameričke poezije 20. stoleća. Budući da dolazimo iz studija američke književnosti kao visoke kulture i posebno iz studija radikalne i eksperimentalne američke poezije, bavićemo se instagram poezijom kontrastirajući je, pre svega, eksperimentalnoj poeziji „Paundove (Ezra Pound) tradicije“ (Perloff 1987). Imamo u vidu, s druge strane, studije medija u kojima je pojam *remedijacija* postao ključan a primenjuje se u analizi i eksperimentalne i instagram poezije. Naš pristup zato nije utemeljen u *analizi sadržaja* poezije, koja još uvek dominira u našoj kulturi, već instapoeziji pristupamo primenom kontekstualne analize i analize mehanizama koji su pesnicima i pesnikinjama na raspolaganju u realizaciji instapoezije, zato je pojam *remedijacije* ključan. Razmatrajući instapoeziju pokazujemo kako neoliberalizam transformiše sva polja kulturalne proizvodje

(u ovom slučaju baš poezije) u kojoj sve postaje potrošna roba i to roba koja mora imati nekakvu upotrebnu vrednost koja je uzglobljena u medijsku i popularnu kulturu.

Instagram poezija, kao najnoviji fenomen, izazvala je brojne polemike. S aspekta školovanih pesnika i pesnikinja, postavlja se pitanje da li je to uopšte poezija ili ako jeste o kakvoj je poeziji reč. Američki pesnik i esejista, Kazim Ali (Kazim Ali) upozorava na razliku između instagram pesama i pesama tipičnih za štampanu kulturu. Pesme koje su pisali modernisti, poput Ezre Paunda i Mine Loj (Mina Loy) ili eksperimentalni jezički pesnici, poput Čarlsa Bernstina (Charles Bernstein) i Lin Hedžinijan (Lyn Hejinian), zahtevaju obrazovanog čitaoca i čitateljku koji su u stanju da uživaju u intelektualnom jezičkom eksperimentu, u složenom radu s jezikom i znanjem. Nasuprot tome, u pesmama Rupi Kaur, na primer, jezik je „jednostavan, zapažanja nisu zapanjujuća niti su iznenađujuća“ (Ali 2017) (uz napomenu da postoje brojni pesnički svetovi između eksperimentale i popularne poezije). Kazim Ali dodaje i to da se Kaur uvek ponovo poziva na prepoznatljiva ljudska osećanja, a izražava ih i crtežima koji prate pesme. O ovim pesmama se može misliti kao o „instant pesmama ili 'pop poeziji', one su više tekstovi koje treba konzumirati... Ali to ne znači da nemaju svoju svrhu ili svoje mesto“ (Ali 2017). Američki teoretičar Set Perlou (Seth Perlow) istakao je da su pesme instagram pesnika i pesnikinja pune klišea (Perlow 2019). S druge strane, Majk Čejser (Mike Chaser), američki pesnik i teoretičar, instagram poeziju smešta u kontekst američke poezije izražavajući uverenje da „instagram pesnici i pesnikinje ipak nasleđuju, pojavljuju se iz, odgovaraju na, odupiru se i produžuju ovu istoriju na načine o kojima bi Stivens (Wallace Stevens), Krejn (Hart Crane), Milej (Edna St. Vincent Millay) mogli samo sanjati“ (Chaser 2020, 184). Čejser istražuje kako mediji koji nisu štampani posreduju poeziju i koji je odnos pesme i medijuma koji je prenosi. Mlađe slovenačke teoretičarke, Ina Poteko i Alja Primožič, objasnile su da je to poezija mladih namenjena mladima, povezana sa „društvenim promenama i načinom života mladih, koji su uhvaćeni u brzom protoku informacija, koje uglavnom dobijaju izravno iz internetskih sadržaja“ (Poteko i Primožič 2021, 55). Zato su stihovi instagram pesnika i pesnikinja jednostavni i dopiru do široke publike (Ali 2017).

Tri konteksta instagram poezije: savremena severno-američka poezija, instagram platforma i potrošačka kultura neoliberalizma

Da bismo bolje razumeli instagram poeziju, postavimo je u tri konteksta: kontekst savremene severno-američke poezije, kontekst instagram platforme i kontekst potrošačke kulture.

Prvi kontekst instapoezije: savremena severno-američka poezija

Američki teoretičar poezije Timoti Ju (Timothy Yu) postavio je poeziju Rupi Kaur u kontekst savremene severno-američke pesničke produkcije. Po njemu, trenutno postoje tri različita *sveta poezije* (Yu 2019). Prvi je vezan za univerzite. Od 70-ih godina 20. stoleća na američkim univerzitetima osnivaju se katedre na kojima se uči kreativno pisanje. Model poezije koji su ponudile *radionice kreativnog pisanja* bila je narativna, ispovedna i izražajna poezija u kojoj *lirsko* čini okosnicu (Đurić 2002, 144–145, 151). Studenti proučavaju književni kanon i zanatski usavršavaju pisanje. Pesma se zato mora oblikovati kao skladna celina, mora biti vešto komponovana a stihovi moraju biti rafinirani i pokazivati visoki nivo pesničke i jezičke kulture. Zbirke ovih pesnika/pesnikinja se ne prodaju u velikim tiražima, te se može reći da je komercijalna vrednost poezije suprotna njenoj umetničkoj vrednosti, jer poezija deluje u neekonomskoj ekonomiji kulturalnih a ne monetarnih vrednosti. Od 90-ih godina još jedan svet poezije postaje vidljiv: *poezija izgovorene reči* (spoken word poetry) (Đurić 2002, 153). Pesnici i pesnikinje koji deluju u ovoj formaciji popularnost stiču izvođenjima uživo na festivalima i na takmičenjima. Oni razvijaju različite izvođačke stilove. Poezija im je narativna i često povezana sa pripovedanjem „ličnih“ iskustava, te je izvođenje artikulirano tehnikama bliskim glumačkim. Tekst se intonacijski izgovara izražajno uz gestikulaciju kojima se sugeriše određeni lik. Platforme kao što su YouTube doprinele su da ova poezija postane popularna a pesnici koji deluju u ovom svetu svojim zbirkama mogu postići naknadni komercijalni uspeh (Yu 2019). Zahvaljujući pojavi instagram pesnika i pesnikinja, ističe Ju, postaju vidljivi novi pesnički svetovi „čije granice nisu samo estetske već i ekonomske i institucionalne“ (Yu 2019).

Drugi kontekst instapoezije: platforma Instagram

Instagram platforma uvodi se 2010. i na njoj ubrzo nastaje treći svet poezije, *instagram poezija* ili skraćeno *instapoezija*. Godine 2014. izlazi zbirka pesama *Med i mleko (Milk and Honey)* kanadske instagram pesnikinje Rupi Kaur čija popularnost postaje globalna. Ta knjiga, kao i naredne dve, *Sunce i njegovo cveće (Sun and Her Flowers 2017)*³ i *Telo kod kuće (Home Body 2020)* našle su se na vrhu liste najprodavanijih knjiga *The New York Timesa*.

Da bi se shvatilo kako instapoezija funkcioniše potrebno je nešto reći o samom Instagramu. Naime, pametne tehnologije omogućile su novi pristup novim medijima, a Instagram platforma je postala „ključni element koji oblikuje nove mehanizme vizuelne komunikacije“ (Serafinelli 2018, 2). Budući da živimo u

³ Što se prevoda ovog naslova tiče, trebalo bi razmotriti da li je u pitanju Sunčevo cveće ili je „njeno“ (tj. devojačko).

hiper-reprezentovanom svetu (Serafinelli 2018: 2), gde se slike sve više koriste u komunikaciji, zahvaljujući rasprostranjenosti vizuelnosti u našem svakodnevnom životu, ljudska percepcija sveta se promenila, kao i način života jer je postao sve intenzivnije medijski posredovan. Instagram se može posmatrati kao platforma, odnosno struktura koja funkcioniše i omogućava novu posredovanu društvenu praksu obezbeđujući drugačiju društvenu dinamiku. U toj novoj dinamici, dolazi do medijske *konvergencije* koja generiše fenomen relokacije, u kojoj korisnici/korisnice stalno iskušavaju nove posredovane dinamike (Serafinelli 2018, 43). Pojam *konvergenija* uveo je Henri Dženkins (Henry Jenkins), definišući ga kao „kruženje medijskog sadržaja – različitim medijskim sistemima, takmičarskim medijskim ekonomijama i nacionalnim granicama – koje mnogo zavisi od aktivne participacije potrošača/potrošačica“ (Jenkins 2006, 3). Konvergenija pokazuje kako su se sistemi komunikacija promenili. Novi mediji su uticali na promenu medijskog krajolika, jer su stari bili primorani da se prilagode novim uslovima funkcionisanja. To je značilo da novi i stari mediji počinju da funkcionišu združeno, a kao posledica toga različiti medijski sadržaji počeli su da kruže različitim medijskim platformama. Još jedan pojam, *remedijacija*, značajan je za digitalne medije, a uveli su ga Džej Dejvid Bolter (Jay David Bolter) i Ričard Grusin (Richard Grusin). Njime oni označavaju reprezentaciju jednog medija u drugom (Bolter and Grusin 2000, 45).

Razvoj *novih mobilnih vizuelnosti*, smatra Eliza Serafineli (Elisa Serafinelli), pokazuje „međusobnu zavisnost različitih upotreba slika u društvenim praksama“ (Serafinelli 2018, 44). Po ovoj autorki, „[p]ametne mobilne tehnologije guraju vizuelnost ka polarizaciji njenih odlika (reprezentacija, konekcija i memorija) naglašavajući procese deljenja posredstvom vizibilnosti i konektivnosti Interneta“ (Serafinelli 2018, 44). *Reprezentacija* se odnosi na to kako ljudi posredstvom vizuelnog medija konstruišu predstave o tome ko su (što je značajno i za instrapoeziju). *Konekcija* se odnosi na mogućnost uspostavljanja beskonačnih mreža komunikacije između različitih aktera koji žive na raznim geografskim lokacijama (što je značajno i za instrapoeziju). *Memorija* se odnosi na vizuelne, pa i verbalne konstrukcije lične ili kolektivne prošlosti, koja takođe ima funkciju u povezivanju ljudi. Tako nastaje kultura „škljocni, podeli i dalje kreni“, koja više u prvi plan ne postavlja sliku jednog nezaboravnog trenutka, već insistira na stalnom protoku slika, s „efemernom cirkularnom dinamikom koja ne kontemplira stabilnost tradicionalnih fotografija, već pre mobilnost i fluidnost digitalnosti“ (Serafinelli 2018, 45).

O Instagram poeziji možemo govoriti kao o poeziji koja brzo i neposredno komunicira sa svojom publikom. Lako joj se pristupa posredstvom pametnih telefona, ima globalan doseg i omogućava interaktivnost. Instapesnici i pesnikinje su mutimedijalni i njihov rad se realizuje na više platformi (instagram, čitanja uživo, snimci čitanja poezije i štampane knjige). Možemo zato govoriti o *konvergenciji* i *remedijaciji*.

Set Perlou je u analizi instagram poezije izdvojio nekoliko njenih značajnih odlika. Budući da se realizuje posredstvom vizuelnog medija, instagrama, u instapoeziji su vizuelno i verbalno usko povezani. Instapoezija svoju praksu ugrađuje u rezidualni prestiž koji je imala i još uvek ima poezija, izgrađen u eri dominacije štampane kulture. Instapesnici i pesnikinje neguju romantičarski i konfesionalni ideal poezije i pesnika/pesnikinje kao medijuma samoizražavanja. Oni projektuju konzistentnu personu, konstruisanu u društvenim medijima, a u toj projekciji autoportret kao žanr ima značajnu funkciju. Oni izgrađuju vizuelnu istančanost kao prepoznatljivi umetnički stil i insistiraju na interakciji sa sledbenicima/sledbenicama, što je odlika participatornosti u medijskoj sferi. I na kraju, neapologetski preduzetnički monetarizuju onlajn komunikaciju kako bi komercijalno plasirali svoje knjige (Perlow 2019).

U instagram poeziji, realizovanoj u mediju koji privileguje vizualno nad verbalnim, *vizuelna retorika* je od izuzetne važnosti. Pojmom *vizuelna retorika* postavlja se pitanje „Kako slike retorički deluju na gledaoce i gledatelje?“ (Helmers and Hill 2004, 1). *Vizuelna retorika* postaje delotvorna kada se u jednom društvu uspostavi veza između određenih slika i apstraktnih vrednosti. Čarls A. Hil (Charles A. Hill) ukazuje na to da „[j]ednom kada se stvori i internalizuje asocijacija između određene slike i neke vrednosti, slika postaje simbol apstraktnih vrednosti i može se upotrebiti kao pokretač emocija sa kojima se povezuje“ (Hill 2004, 35). Kada raspravlja o instagram poeziji, Perlou zato izdvaja dva tipa *vizuelne retorike* i naziva ih *vizuelnom retorikom mastila i papira* i *vizuelnom retorikom lične autentičnosti*.

Vizuelnom retorikom u instagram poeziji kao novom mediju za proizvodnju i diseminaciju poezije, čitaocima/čitateljicama pružaju se stari modusi lirske pesme ili kako to sažeto objašnjava Perlou

Većina instapesnika i pesnikinja razvija nostalgične vizuelne tokene književne uglađenosti. Oni pišu kićenim stilom, koriste stare manuelne pisače mašine, svoj rad predstavljaju na papiru bogate teksture ili uključuju male ilustracije. Ironično, takve tehnike se koriste instagramom kako bi se ponovo afirmisala tradicionalna ideja da originalni poetski izraz izgleda mastiljavo i papirnato – da se rad pesnika i pesnikinje ne pojavljuje kao najautentičniji na prolaznom, impersonalnom ekranu već na iškrabanom, upornom materijalnom papiru koji je ona [instapesnikinja] fizički ispisala. Činjenica da nam vizuelna retorika mastila i papira sada dolazi posredstvom ekrana pametnih telefona treba da pokaže koliko duboko takva retorika i dalje informiše naše čitalačke navike. (Perlow 2019)

Vizuelna retorika lične autentičnosti ostvaruje se na konvencionalno instagramski način: postavljanjem selfija, efektnih snimaka prirode ili snimcima s egzotičnih putovanja. Perlou ističe da nam „[o]vom daljinskom intimnošću (engl. distanced intimacy) društvene mreže, ove slike pomažu da instapesnike i pesnikinje vidimo kao autentične ljude“ (Perlow 2019). Sličnu funkciju imaju

upotreba rukopisa i rukom crtani crteži. Rukom ispisan tekst funkcioniše kao znak *autorstva* i *autentičnosti*. Instapesnici i pesnikinje insistiraju na „autentičnosti“, zato je izdavač Kaurinih knjiga, Andrews McMeel Publishing, u središte marketinške kampanje postavio autorku kao „iskreni, autentični glas“ (Chasar 2020, 193).

*Treći kontekst instapoezije:
postrošačka kultura i postmaterijalističke vrednosti*

Žil Lipovecki je istakao da je hiperpotrošačko društvo ujedno i hiperindividualizovano, a to znači da su sve čvršće društvene veze olabavljene, te je učinak modernističke *detradicionalizacije* doveden do krajnjih granica. Sredstva komunikacije poput kompjutera, interneta, mobilnih telefona, kao i celokupna potrošačka kultura, doprinose otvaranju „novih prostora lične nezavisnosti“ (Lipovecki 2008, 53). Posebno od 90-ih godina zapadna društva se usredsređuju na *kvalitet života*, u smislu rešavanja „problema svakodnevne egzistencije“ (Lipovecki 2008, 59) i postizanja *lične sreće*. Govori se o *postmaterijalističkim vrednostima*. Ovaj koncept Lipovecki kritikuje, jer smatra da se o zapadnim ali i globalno, o savremenim postkapitalističkim, a dodaćemo, i bivšim socijalističkim društvima, pre može misliti kao o *hipermaterijalističkim* (Lipovecki 2008, 58–61). Potrošački mentalitet je obuhvatio svaki segment savremenih društava, pa i religiju, jer se ona prilagodila savremenoj civilizaciji (Lipovecki 2008, 146–147). Zato se u hiperpotrošačkom društvu i „duhovnost kupuje i prodaje“ (Lipovecki 2008, 148). Lipovecki ističe značaj mističke ezoterije oličene u pokretu *New Age*, koji se na Zapadu pojavio 70-ih godina sa kontrakulturom (zapravo i mnogo ranije, početkom 20. stoleća). Reč je o traganju za alternativnom spiritualnošću (Sutcliffe and Bowman 2000). Lipovecki je 2006. u knjizi *Paradoksalna sreća* pisao:

Ovaj pokret [New Age] ima sve više specijalizovanih knjižara i izložbenih salona, čitavu komercijalnu ponudu koja obuhvata radionice sa guruima, centre za lični i duhovni razvoj, seminare žena i joge, rad na 'čakrama', konsultacije o 'duhovnoj medicini', tečajeve astrologije i numerologije, itd. ... Duhovnost je postala masovno tržište, proizvod koji treba komercijalizovati, sektor koji traži menadžment i promociju. (Lipovecki 2008, 148)

Pitanja unutrašnjeg duhovnog života značajna su za savremenu kulturu u celini. Izraz *um-telo-duh* (*mind-body-spirit*) postao je ključan u popularnom diskursu. Briga o fizičkom izgledu i duhovnoj ravnoteži prožela je sve aspekte života, te se savremena kultura naziva *kulturom subjektivne dobrobiti* (*subjective wellbeing culture*) (Heelas 2008, 62). Sa profesionalizacijom ovog sektora susrećemo se stalno i svuda: u medijima, u prodavnicama, bez prestanka nam se

nude različiti tipovi duhovne terapije, itd. Celokupni diskurs popularne kulture, poduprt diskursom brojnih eksperata, usmeren je na to da nas ubedi da je „subjektivni-život svakog pojedinca jedinstven“, te se govori o brendu individue ili o brendu stila (Heelas 2008, 62). Od pojedinaca se zahteva da budu *ono što jesu* ali na savršeniji način. Drugim rečima, insistira se na tome da svaki pojedinac mora pronaći svoje *suštinsko, autentično ja*. Pol Hilas (Paul Heelas) smatra da „[p]retpostavke i vrednosti kulture subjektivne dobrobiti – značaj subjektivnog života, predocen frazom ‘ti to možeš’; tema uvežbavanja autonomije kako bi se razvilo, izrazilo i slavilo to ko si ti zaista – upisana je naveliko u [savremenom] holističkom miljeu“ (Heelas 2008, 64). Individualizam i „autentičnost“ postali su materijal za ideološku proizvodnju savremenih neliberalnih subjekata a medijska kultura, koja danas obuhvata i sferu politike, moćno je sredstvo koje nam daje konkretne primere i uputstva za fizičko i mentalno samooblikovanje. I u tom kontekstu instapoezija ima svoju značajnu funkciju, što je povezano i s novim statusom poezije u poznom neoliberalizmu.

Novi status poezije

Već smo ukazale na to da se status poezije, zahvaljujući temeljnim ekonomskim, političkim i medijskim transformacijama, promenio. Mehanizam neoliberalizma deluje tako da sve što je na društvenoj margini apsorbuje u dominantni tok, ali tom apsorpcijom menjaju se odlike i funkcija apsorbovanog. Primeri su brojni, među njima su, pored poezije, spiritualnost *New Agea* o kojoj smo ukratko raspravljali, i feminizam o kojem će biti tek reči.

Neoliberalizam je kao imperativ nametnuo preobilje i hibridizaciju proizvodnje, što je konačno obuhvatilo i poeziju. Istovremeno, nemogućnost da se politički deluje učinila je da se politika premesti u druge sfere, na primer u polje sistema mode i popularnu kulturu, kao i u umetnost. I ta promena je sada konačno u potpunosti obuhvatila i poeziju. Možemo govoriti o *politizaciji kulture*, jer je polje kulture od 80-ih postalo poprište borbi za definisanje dominantnih i marginalnih formi života i životnih nazora. Od kraja 90-ih godina 20. stoleća *narativni obrt* narativizovao je svaki aspekt savremene kulture. U svim njenim područjima akteri i akterke vizualno, verbalno i gestualno pričaju zavodljive priče, s pragmatičnim ciljem da nas ubede da nešto kupimo, konzumiramo ili da se opredelimo za određenu političku opciju ili način života. U tom složenom kontekstu u kojem se gube jasno definisana područja, poezija se transformisala i postala jasna, razgovetna i izrazito narativna. Zato je Radika Dženi (Radhika Jani) pisala:

Dolaskom lako-razumljive književnosti koja se, zahvaljujući društvenim medijima, brzo rasprostire, tradicionalni modeli poezije su rastočeni, ideje o tradi-

cionalnom čitaocu/čitateljki poezije su dovedene u pitanje, a definicija poezije je spremna za radikalno preispitivanje. (navedeno u: Chaser 2020, 184)

Na promenu u pesničkoj produkciji ukazao je hrvatski pesnik i konceptualni umetnik Vlado Martek u razgovoru sa pesnikinjom i istoričarkom umetnosti, Nevom Lukić, rekavši „Ide se za pokrivanjem područja sociologije ili politike – sadržaj dolazi iz tih parcijalnih pobuna. Te pobune – zaštita životinja, beskućnika, žena, crnaca, gejeva, to su sve parcijalne stvari koje postaju sadržaj takve umjetnosti“ (Lukić 2022).

Kao specifičan primer utilitarnosti književne produkcije u neoliberalnom dobu, pomenućemo program „Devojke sada pišu“ (Girls write now) na čijem sajtu se objašnjava da je njihov cilj stvaranje

sjajne ekipe glasova koji su bili zanemareni ili učtani. Mi smo kanal koji talent usmerava u škole i industrije kojima su potrebne različite perspektive. Kao zajednica, mi sledimo naša srca i – odvažnim autentičnim pričama – inspirišemo ljude da učine isto. (About Girls Write Now) (kurziv u originalu)

Misija „Devojke sada pišu“ je da se

slome barijere koje rod, rasa, uzrast i siromaštvo postavljaju kako bi mentorstvom došli do sledeće generacije spisateljica i liderki. Zajedno naša zajednica kanališe moć naših glasova i priča kako bi se oblikovala kultura, kako bi se uticalo na industrije i inspirisala želja za promenom („Our Mission & Pillars“) (kurziv u originalu)

To se postiže: *pisanjem*, koje je, u skladu sa savremenošću, utemeljeno na multižanrovskom i multimedijском pristupu; *mentorstvom*, zahvaljujući kojem se izgrađuje zajednica čiji odnosi omogućavaju intenzivnu interakciju i razvijanje lične kreativnosti; *jednakošću*, kojom se dolazi do simboličke pravde, čime se omogućava usredsređivanje na potisnute glasove; i na kraju ističe se *dobrobit*, jer je pisanje u funkciji učenja i rada koje ima isceliteljsku moć („Our Mission & Pillars“). Utilitarna funkcija ovog i sličnih spisateljskih programa ostvaruje se u osnaživanju devojčica suočenih sa sistemskom nejednakošću i nepravdom, kako bi postale uspešne. Moglo bi se reći da je ovo rezultat projekta multikulturalizma koji je marginalne grupe pokušao da osnaži i intergrišu u dominantni tok.

Ako se vratimo instapoeziji, zastupamo tezu da se u instagram poeziji najpopularnije instapesnikinje, Rupī Kaur, sredstvima popularnog poetskog diskursa stvara upotrebnu vrednost. Njena instapoezija funkcioniše kao uputstvo za samoosnaživanje i prevladavanje malih i velikih životnih problema devojaka koji nastaju usred mizoginije savremenih patrijarhalnih društava, rasizma i klasnih nejednakosti često usidrenih u neokolonijalizmu.

U nastavku ćemo se usredsrediti na Rupī Kaur.

Rupi Kaur, medijska kultura, feminizam i upotrebna vrednost poezije

Na globalnu popularnost instapesnikinje Rupī Kaur reagovali su čuveni časopisi, na primer u *Rolling Stoneu* nazvali su je „kraljicom instapesnika“, dok je *Fashion Magazine* o njoj pisao kao o „pop zvezdi poezije“ (Chasar 2020, 185). Njen rad funkcioniše posredstvom tri različita modusa: objave na instagramu, objavljene zbirke pesama, koje dostižu neverovatne tiraže i prevode se širom sveta, uključujući i Srbiju, odnosno Crnu Goru. Treći modus su nastupi uživo: čitanje poezije na festivalima, slemovima⁴ ali i na individualnim nastupima za koje se kupuju karte po znatnim cenama.

Na svojoj internetskoj stranici Kaur je napisala „u svom radu istražujem teme ljubavi, gubitka, traume, iscjeljivanja, ženskosti, migracije, te revolucije“ (navedeno u Bolfek-Radovani 2019). U središtu njenog interesovanja je iskustvo mladih, marginalizovanih, žena koje nisu bele, iz niže su klase, odrastaju u patrijarhalnim porodicama i trpe porodično ili partnersko nasilje. Ove teme su od 60-ih i 70-ih godina 20. stoleća feministkinje uvele u javni prostor (Đurić 2021a, 276–279), a tokom 90-ih postale su globalno deo javnog diskursa liberalnih društava širom sveta. Kritičari njene poezije zameraju joj da koristi „egzotizujući orijentalizam“ čija je funkcija da „narrative o marginalizaciji i patnji pretvori u robu“ (Ali 2017).

Kada se čita njena poezija, kako je to napisala Jasmina Bolfek-Radovani, „[s] tručnom čitatelju, Kaurina knjiga dojmīt će se više poput skupa kratkih misli s puno klišeja koji podsjećaju na 'self-help guide' za ženska slomljena srca, nego kao zbirka poezije“ (Bolfek-Radovani 2019). Nova knjiga koja se reklamira od jula 2022. naslovom nedvosmisleno upućuje na ovaj kontekst: *Lečenje rečima* (*Healing through Words*). Povodom nove knjige u intervjuu sa Kali Šep (Calie Schepp) Kaur je izjavila „podelila sam sve svoje tajne i nadam da sam utabala put da [moje čitateljke i čitaoci] oseću da su inspirisani i kreativni“ (Schepp 2022). Važnost *kreativnosti* je u tome, objašnjava Kaur, što nama, racionalnim ljudima racionalne civilizacije, omogućava da preživimo. Ovaj romantičarski kliše dat je u novom ruhu u neoliberalnom dobu koje proizvodi prekarne radnike, kojima je literatura koja se bavi samopomoći neophodna i njom je globalno tržište preplavljeno.

Rupi Kaur funkcioniše kao mega zvezda, a njena pesnička čitanja se porede s koncertima popularne muzike (Carlin 2017). Kada je promovisala knjigu *Sunce i njegovo cveće*, pre nego što je izašla na scenu sa zvučnika su puštani Bijonse (Beyoncé), Rijana (Rihanna) i reper Drejk (Drake). Fenomen Kaur je integralni

⁴ Slem (engl. slam) javna čitanja poezije zabavljačkog i takmičarskog karaktera. Postupkom eliminacije dolazi se do pobjednika, izvođači i izvođačice koriste različite izvođačke stilove, pesničke forme i teme (Đurić 2002, 153).

deo popularne medijske kulture. Ona koristi hibridne forme medijske samoreprezentacije. Fotografije se i nastupa u ekstravagantnim modnim kreacijama (Mazinovski 2019). Njen izgled i nastup glamurozni su medijski spektakl. Način kako je obučena, scenografija i koreografija često odišu egzotikom: odeća, kolorit i šare scenografije i izvođački pokreti referiraju na Indijski potkontinent (Chaser 2020, 187). Pokret je ponekad artikulisan kao reperski. Način izvođenja je hibrid, proizašao iz fuzije medijskog obraćanja gurua, koji komunicira sa svojim sledbenicima-sledbenicama porukama „o miru u sebi i miru u svetu“ i medijske zvezde koja se obraća svojim fanovima, a iskustvo čitanja poezije na slemovima i otvorenim mikrofonima (open mike)⁵ utkano je u izvođenje same poezije. Ona nastupa kao guru ili *life-couch* u medijskom spektaklu izvođenja poezije namenjenom masovnoj mlađoj, pretežno ženskoj publici. Njene pesme se bave traumama, te ona često koristi fraze čija je funkcija emocionalno iskazano uputstvo kako ih prevazići i izaći osnažena. Pouke oblikovane u feminizmu 60-ih godina 20. stoleća sada se nude masovnoj publici kao uputstvo za samopomoć. Zato je Šenon Kerlin (Shannon Carlin) pisala da „[o]d 2013. Kaur šeruje pesme o ljubavi, slomljenom srcu i ženskosti koje savršeno odgovaraju pokretu za brigu o sebi“⁶ (Carlin 2017).

Kaur se identifikuje kao feministkinja. U intervjuu sa Monikom Bozinoski (Mónica Bozinoski) izjavila je:

Za mene, biti feministkinja znači uzdići sve one koji su ugnjeteni. Biti na interseksijama,⁷ uzdići ljude koji nisu beli, uzdići LGBTQIAAP⁸ zajednice, ljude koji govore različitim jezicima, koji su izbeglice ili imigranti. Ljude koji su marginalizovani na osnovu kaste ili socio-ekonomskih klasa. Mogu nastaviti u beskraj. Biti feministkinja znači podići glas. Shvatiti da ljudi zaslužuju da budu jednaki. Dići svoj glas za zajednice koje je velika moć uništila. Znači slušati. Znači pogledati se u ogledalo svakog jutra i zapitati se šta mogu više i bolje uraditi. Prihvatiti da nisam savršena i da se ne radi o tome da se bude savršen. Znači svakog dana učiti i rasti. Znači međusobno razgovarati. (Bozinovski 2019)

Celokupni izgled Rupī Kaur se uklapa u *postfeminističku konstrukciju nove ženstvenosti*, čiji je imperativ da žena mora biti samosvesno hiper-ženstvena i

⁵ Čitanja poezije u mojima učestvuju i profesionalni i neprofesionalni pesnici i pesnikinje.

⁶ O Self-Care Movement videti na <https://www.selfcaremvt.com/>.

⁷ Pojam ukazuje na treći talas feminizma, interseksijski aspekt se ogleda u tome da se smatra da su žene ugnjetene ne samo po pitanju roda, već i klase, rase i seksualnosti (Đurić 2019, 144).

⁸ Akronim za L: lezbejski, G: geј, B: biseksualni, T: transrodni, Q: kvir, Q: oni koji još istražuju svoju seksualnost, I: interseksualni, A: heteroseksualci koji podržavaju LBGTQ... it ljude, A: aseksualni, P: pansesksualni, videti <https://www.bbc.com/news/newsbeat-33278165>.

glamurozna da bi bila moćna i privatno i profesionalno uspešna. Ali, kako je do toga došlo? Feminizam se na Zapadu tokom 60-ih i ranih 70-ih godina 20. stoleća, poznatiji kao feminizam drugog talasa, usredsredio na samo žensko telo, „njegove reprezentacije i značenja koja su mu pridavana na osnovu ogoljene činjenice o biološkoj razlici“ (Picler and Whelehan 2004, 143). Feminizam je od sredine 80-ih žestoko kritikovan kao negativna pojava (Đurić 2009, 244–248). Pa ipak je tokom 90-ih apsorbovan u popularnu kulturu, te se govori o *popularnom feminizmu* (Đurić 2019, 143; McRobbie 2008, 12), uz napomenu da se pojam *postfeminizam* često koristi sinonimno *popularnom feminizmu*. U pitanju je hibrid koji povezuje emancipatorske i najkonzervativnije ideje ženskosti, te se o njemu može govoriti kao o mešavini feminističkih i antifeminističkih ideja (Đurić 2019, 143). Nakon 2012. pojavljuje se *selebriti feminizam*. Pojam označava fenomen da su slavne medijske dive prisvojile feminizam u neoliberalnoj i postfeminističkoj formi. *Selebriti feminizam* koincidira s onim što je Ketrin Rothenberg (Catherine Rothenberg) nazvala *neoliberalnim feminizmom*, koji uvodi u igru ideal „balansirane žene“, koja održava balans između dve sfere, profesionalne i privatne (porodične) (Rothenberg 2018, 35).

Tipičan primer selebriti feminizma je Bijonse koja je 2014. izvela pesmu „Nepogrešiva“ (Flawless), dok je u pozadini velikim osvetljenim slovima pisalo FEMINIST (Bennett 2014). Slavne dive su „prisvojile feminizam i/ili, koristeći ga kao deo samo-brendiranja“ (Rothenberg 2018, 167). Drugi fenomen je oživljavanje pokreta #MeToo 2017, koji Rothenberg opisuje kao mobilizaciju popularnog feminizma (Rothenberg 2018, 22). Pokret #MeToo je kao značajan kontekst pomenut na predstavljanju Kaur pred njen nastup na festivalu „Poezija izgovorene reči“ (“Spoken Word Poetry”) u Indiji 2018.

U pesničkom diskursu Rupī Kaur feminizam je upotrebljen u ljubavnim zaletima, kojima autorka podučava žene da odbace duboko ukorenjenu samomržnju i da prigrle sebe i svoje telo s ljubavlju i samopoštovanjem. Niz stihova iz knjige *Med i mleko* mogu poslužiti kao primer: „učim/da ga volim/voleći sebe“ (Kaur 2020a, 35) ili „nisam otišla jer/sam prestala da te volim/otišla sam jer što sam duže/ostajala to sam manje/volela sebe“ (Kaur 2020a, 95).

Kako je spiritualnost utkana u Kaurine savete kako živeti i prevladati bol, seksualno nasilje, ksenofobiju, rasizam, ljubavne jade, objašnjava autorka u reklami nove knjige objavljenoj 19. jula 2022. na njenoj fejsbuk stranici:

Lečenje rečima namenjeno je svima koji žele da se više povežu sa samima sobom. pisanje je tako pristupačno i terapeutsko sredstvo namenjeno brizi o sebi – pomoglo mi je da prevaziđem najbolnije izazove u mom životu. godinama sam pitala kako da pišem, kako da nađem inspiraciju, prevaziđem spisateljske blokade i dođem do kreativnosti. u *Lečenju rečima* delim sve svoje tajne: sa preko 65 spisateljskih vežbi, čija je funkcija da vas vode, a zasnovane su na temama iz knjige *med i mleko*, šaljem vas na beskrajn put samo-istraživanja. (napomena: sva mala slova su u originalu na taj način napisana)

Navešćemo jednu pesmu iz knjige *Med i mleko* čiji su stihovi uputstvo za život a čiji je verbalni izričaj izveden iz spiritualne literature. Pesma glasi: „prihvati da zaslužuješ mnogo više/od bolne ljubavi/život se kreće/najzdravije za tvoje srce jeste/da kreneš sa njim“ (str. 151). Pesmu/uputstvu kako prevazići ljubavne jade, prati stilizovani crtež, kontura osobe koja sedi u pozi meditacije. Spiritualni kontekst *New Agea* je sugerisan formom pesme/uputstva i sugersanom (pseudo)spiritualnom atmosferom, dok crtež nedvosmisleno upućuje na spiritualnost.

Više puta je istaknuto da sve pesme Rupī Kaur prate prefinjeni linearni crteži. Ona je objasnila da su crteži „dovoljno jednostavni da ne odvrćaju pažnju od reči, ali su dovoljno simbolični da pomažu da se vizija reči još više istakne“ (Bozinoski 2019). Crteži su krajnje stilizovani, na način koji se može uporediti s feminističkim aktivističkim crtežima iz 70-ih godina 20. stoleća u kojima je crtež imao funkciju da jasno i simbolički vizuelno podupre feminističke ideje o ženskoj emancipaciji. S druge strane, u istom periodu, slični crteži su korišćeni u kontekstu alternativnih spiritualnih učenja, povezanih sa *New Ageom*.

Da bi pokazao odnos dva medija (crteža i reči) Majk Čejser analizira jednu Kaurinu pesmu iz knjige *Med i mleko*. Na stranici je stilizovano nacrtano telo žene od grudi skoro do stopala. Noge su raširene, a u predelu gde su genitalije, nalazi se pesma oblikovana u obliku romba:

naučili
su te da su
tvoje noge usputna stanica
muškarcima kojima je potrebno⁹
mesto za odmor napušteno telo dovoljno
prazno za goste ali nijedan
nikada nije bio
voljan da
ostane

Po Čejseru, „ovako dizajniran tekst je istovremeno pesma, vizuelno umetničko delo, prolaz, medijum, izdanak, mesto aktivnosti biološke reprodukcije, me-

⁹ Početak pesme je preveden po video snimku na kojem autorka čita, te se razlikuje od srpskog prevoda, <https://www.youtube.com/watch?v=rVo4q6xsWNc>. Na engleskom početni stihovi glase: „you/have been/taught your legs are...“, budući da se Kaur identifikuje kao feministkinja, prevod „ti/si znala/da su noge/tvoje usputna stanica za/muškarce“ je pogrešan. Znati da je nešto takvo i takvo je esencijalistički stav, koji govori o neupitnoj suštini nekog fenomena. Reći „Učili su te“ proizlazi iz feminističkog stava da je podređeni položaj i objektivizacija žena rezultat društvenih kodova koji su u patrijarhalnom društvu normalizovani a ne nekakva suština. Uz napomenu da prevod povremeno deluje kao doslovan, a greška na koju smo ukazali dovodi u pitanje iz koje ideološke pozicije je prevod urađen.

sto užitka i mesto prestupa“ (Chaser 2020, 186). U videu dostupnom na YouTubeu, Rupī Kaur čita poeziju iz zbirke *Med i mleko*, iz 2017, ekran je podeljen na dva dela. S leve strane je crtež i tekst koji se ‘ispisuje’ dok autorka izgovara reči pesme, te se crtež i reči, koje se pojavljuju dok ih pesnikinja izgovara na snimku postavljanim na desnoj strani ekrana. Crtež, reči koje se ispisuju, pesnikinjin glas i snimak nje kako izgovara tekst, slivaju se u jedan vizuelno-verbalno-auditivni događaj. Zato Čejser ukazuje na *remedijaciju* kao postupak koji Kaur i drugi instapesnici i pesnikinje koriste „integrišući interfejs društvenih medija, kombinujući tekst i sliku, stvarajući osećaj spontanosti“ (Chaser 2020, 192).

Zaključak

Instagram poezija je savremeni fenomen povezan s našom poznom neoliberalnom kulturom. Na primeru poezije najpopularnije istapesnikinje, Rupī Kaur, objasnile smo kako se poezija transformisala od komplikovane intelektualne prakse do popularnog, svima razumljivog žanra. I mada su tokom 20. stoleća postojali popularni žanrovi poezije, oni ili nisu ulazili u kanon ili su ostajali na njegovoj margini. U globalnom neoliberalnom kontekstu, gde dominiraju digitalne tehnologije i gde su populistički pokreti sve snažniji, komunikativnost poezije postavljena je kao imperativ. Poezija je postala mesto obilne proizvodnje stihova namenjenih javnom izvođenju pred masovnom publikom. Instapoezija je deo medijskog spektakla, što najbolje pokazuje primer Rupī Kaur. Od koncepta *umetnosti radi umetnosti* koji je nastao u 19. stoleću, svedočimo realizaciji koncepta umetnost u funkciji: zabave u sprezi s modnom industrijom i medijskim spektaklom. Posebno smo se usredsredile na upotrebnu vrednost poezije Kaur koja funkcioniše kao specifičan vid literature samo-pomoći upakovane u diskurs poezije. Vizuelna samo-reprezentacija Kaur, kao i sadržaj stihova koje nudi pretežno mlađoj ženskoj publici, u funkciji su neoliberalizma i proizlaze iz neoliberalnog feminizma. Ova poezija ima, uslovno rečeno, aktivističku i feminističku funkciju. Ona mlade žene uči da prihvate sebe i svoje telo (što je nasleđe drugog talasa feminizma), ali usredsređenost na ljubavne jade, kao i glamurozni izgled same autorke šalju poruke o novoj konstrukciji hiperženstvenosti, koja je danas u dominantnom toku jedina koja je vidljiva.

Reference

- Ali, Kazim. 2017. „On Instafame & Reading Rupī Kaur“, *Poetry Foundation*, <https://www.poetryfoundation.org/harriet-books/2017/10/on-rupi-kaur>
- Bennett, Jassica. 2014. „How to Reclaim the F-Word? Just Call Beyoncé“, u: *Time*. <https://time.com/3181644/beyonce-reclaim-feminism-pop-star/>

- „Bestselling 'Instapoet' Rupī Kaur on feminism, being a women of color.“ 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=eStz1KoKcms>
- Bolfek-Radovani, Jasmina Mina Ray. 2019. „Poezija za dvadeset prvo stoljeće – a 'poet's problem““. *Ideje.hr*. <https://ideje.hr/poezija-za-dvadeset-prvo-stoljece-a-poets-problem/>
- Bolter, Jay David and Richard Grusin. 2000. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: The MIT Press.
- Bozinovski, Mónica. 2019. „Rupī Kaur: 'When we connect, we feel less alone““. *Vogue*. <https://www.vogue.pt/rupi-kaur-interview>
- Carlin, Shannon. 2017. „Meet Rupī Kaur, Queen of 'Instapoets““, *Rolling Stone*, <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/meet-rupi-kaur-queen-of-the-instapoets-129262/>
- Chasar, Mike. 2020. *Poetry Undound: Poems and New Media from the Magic Lantern to Instagram*. New York: Columbia University Press.
- Đurić, Dubravka. 2002. *Poezija i jezik, postmodernizam: jezička poezija u kontekstu moderne i postmoderne američke poezije*. Beograd: Oktoih.
- Đurić, Dubravka. 2009. *Poezija teorija rod: Moderne i postmoderne američke pesnikinje*. Beograd: OrionArt.
- Đurić, Dubravka. 2019. „The Dynamics of Third-Wave Feminism, Neoliberalism and Beyond“. U *21st International Congress of Aesthetics*, Belgrade: Faculty of Architecture, priredili Nataša Janković, Boško Drobnjak and Marko Nikolić, 142–147.
- Đurić, Dubravka. 2021a. „Feministička avangarda i feminisansa u američkoj poeziji ivizuelnim umetnostima. *Glasnik Etnografskog instituta Sanu* 69 (2): 275–287.
- Đurić, Dubravka. 2021b. „Poezija i javna sfera.“ *Treća XXIII* (1): 7–17. („Girls Write Now“). <https://girlswritenow.org/about/>
- Heelas, Paul. 2008. *Spiritualities of Life: New Age Romanticism and Consumptive Capitalism*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Helmets, Marguerie and Charles A. Hill. 2004. „Introduction“. IN *Defining Visual Rhetorics*, edited by Charles A. Hill and Margueritte Helms, 1–23. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Hill, Charles A. 2004. „The Psychology of Rhetorical Images“. In *Defining Visual Rhetorics*, edited by Charles A. Hill and Margueritte Helms, 25–40. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kaur, Rupī. 2020a. *Med i mleko*. Prevela sa engleskog Kristina Brajović. Podgorica: Nova knjiga.
- Kaur, Rupī. 2020b. *Sunce i njegovo cveće*. Prevela sa engleskog Kristina Brajović. Podgorica: Nova knjiga.
- Kaur, Rupī. 2020c. *Telo kod kuće*. Prevela sa engleskog Kristina Brajović. Podgorica: Nova knjiga.
- Lipovecki, Žil. 2008. *Paradoksalna sreća – Ogledi o hiperpotrošačkom društvu*, prevela sa francuskog Milica Kozic. Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Sremski Karlovci.

- Lukić, Neva. 2022. „Vlado Martek: Konceptualizam kao MEGADIJALOG“, <https://www.nevalukic.org/post/konceptualizam-kao-megadijalog?fbclid=IwAR-0VpSUQJYUfEk90khlmKhb2M3CAWakVudFSGpEzYpu1SnarG7DFhi5A2iI>
- McRobbie, Angela. 2008. *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*. Los Angeles: SAGE.
- Ong, Walter. (1982) 2005. *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. London: Routledge.
- Paić, Žarko. 2007. *Vrtoglavica u modi: Prema vizualnoj semiotici tijela*. Zagreb: alta-GAMA.
- Perilow, Seth. 2019. „The Handwritten Styles of Instagram Poetry“. *Post45*. <https://post45.org/2019/09/the-handwritten-styles-of-instagram-poetry/>
- Perloff, Marjorie. 1987. *The Dance of the Intellect: Studies in the Poetry of the Pound Tradition*. London: Cambridge University Press.
- Pilcher, Jane and Imelda Whelehan. 2004. *50 Key Concepts in Gender Studies*. London: Sage.
- „Poetry Reading with Rupī Kaur at Gorboss Rally.“ 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=BnSiOE8FjdY>
- Poteko, Ina i Alja Primožič. 2021. „Instapoezija: poezija mladih in za mlade.“ *Obdobja 40: 55–66. Slovenska poezija*, uredila Darja Pavlič.
- Rothenberg, Catherine. 2018. *The Rise of Neoliberal Feminism*. New York: Oxford University Press.
- „Rupī Kaur Reads from her Collection *Milk and Hone*.“ 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=rVo4q6xsWNc>
- „Rupī Kaur Spoken Word Poetry At India Today Conclave.“ 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=cjkau3jb87s>
- „’Rupī Kaur Live’ Trailer.“ 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=-1U8ITgcitQ>
- Serafinelli, Elsa. 2018. *Digital Life on Instagram: New Social Communication of Photography*. Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Schepp, Calie. 2022. „Poet Rupī Kaur on Her Upcoming Writing book: ’Is’s meant to send readers on a journey of self/exploration““ <https://ew.com/books/rupi-kaur-healing-through-words-interview/>
- Sutcliffe, Steven and Marion Bowman (eds.). 2000. *Beyond New Age: Exploring Alternative Spirituality*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- „Timeless Rupī Kaur.“ 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=UzkiFukvkeo>
- Yu, Timothy. 2019. „Instagram Poetry and our Poetry Worlds.“ *Poetry Foundation*. <https://www.poetryfoundation.org/harriet-books/2019/04/instagram-poetry-and-our-poetry-worlds>

Dubravka Đurić

University Singidunum, Belgrade, Serbia
dubravka.djuric@fmk.edu.rs

Aleksandra Izgarjan

Faculty of Philosophy, University of Novi sad, Serbia
aleksandra.izgarjan@ff.uns.ac.rs

*Poetry in Popular Culture: Instagram, Rupī Kaur,
Feminism and the Utilitarian Value of Poetry*

In order to explain the popularity of Instagram poetry, and of the Instapoet Rupī Kaur in particular, we have positioned it within the contemporary context of the changing poetic field, the context of popular media culture and the consumer society of late neoliberal capitalism. From a complex language construction requiring in its reception an educated reader, poetry has become simple, communicative and accessible to all. At a time when neoliberal capitalism appropriates, absorbs and alters every marginal practice, adjusting it to its needs, poetry has acquired a utilitarian value. The most interesting example of this utilitarian value can be found in the poems of Rupī Kaur, a Canadian poet with a South Asian background. Her poetry functions as self-help literature. Kaur defines herself as a feminist, which we have positioned within the context of neoliberal feminism, which has features in common with postfeminism and celebrity feminism. Postfeminism is a blend of feminist and antifeminist world views, and has contributed to the construction of new femininity. In the contemporary late neoliberal age it acquires a significant form in hyperfemininity as an unquestionable ideal omnipresent in the media, which all women must aspire to in order to be accepted by society. Kaur's Instapoetry has appropriated feminist (intersectional) ideas for its (neoliberal) objectives. She provides advice on how to overcome painful relationship breakups, violence, racism, misogyny, the patriarchy and classism. This is realized through the use of formulas offered by New Age alternative spirituality. It is this spirituality that has been absorbed by neoliberal capitalism and incorporated into all aspects of services, in order to make the ruthless exploitation of workers in precarious jobs more bearable. Remediation is characteristic of Instapoetry. Poets use old and new media: drawings, handwriting or typewriting, photography, which is mediated by the digital technology of Instagram. In addition, they perform live in front of an audience, and an analysis of Rupī Kaur's performances clearly shows that these are mass media events; thus Instapoetry can be understood as a specific form of popular media culture intended for a mass audience.

Key words: poetry, Instagram, media culture, neoliberalism, feminism, remediation, utilitarian value of poetry

Poésie sur instagram, néolibéralisme et culture médiatique

Dans ce travail nous étudions la transformation du champ de la poésie dans les dix dernières années. Il est caractéristique de cette période que la poésie soit à nouveau entrée dans la sphère publique, ce qui coïncide avec l'ordre néolibéral global, les crises économiques et l'apparition de l'internet en tant qu'un nouveau moyen de communication. La poésie ne s'adresse plus à une élite éduquée, mais elle devient un genre populaire, simple et compréhensible à tous. Elle est exécutée, ces poètes et poétesses développent des styles d'exécution différents. L'apparition de l'instagram a fait naître une nouvelle sorte de poésie, l'instapoésie, qui a provoqué des réactions contradictoires. Alors que certains la critiquaient, car elle est simple et pleine de clichés, l'instapoésie est devenue un phénomène global. La poétesse la plus importante, Rupī Kaur, ainsi que les autres instapoètes, publie sa poésie sur instagram, accompagnée de dessins ou de photographies; elle l'exécute en direct et ses recueils atteignent des tirages de plusieurs millions d'exemplaires et sont traduits dans de nombreuses langues. Sa poésie fonctionne comme une littérature d'auto-assistance, ce qui signifie que ce genre de poésie a une valeur utilitaire.

Mots clés: poésie, Instagram, culture médiatique, néolibéralisme, féminisme, remédiation, valeur utilitaire de la poésie

Primljeno / Received: 14.09.2022

Prihvaćeno / Accepted for publication: 22.10.2022