

Nataša Simeunović Bajić

*Fakultet za kulturu i medije
Megatrend univerzitet Beograd
nsimeunovic@megatrend.edu.rs*

Jugonostalgija kao istraživački koncept istorije komuniciranja: moguće perspektive istraživanja

Apstrakt: U radu se razmatraju moguće perspektive istraživanja odnosa između koncepta jugonostalgije i istorije komuniciranja. Budući da istorija komuniciranja daje detaljniju sliku u odnosu na opštu istoriju, veoma je važno tumačiti je iz ugla stvaranja i razaranja zajedničkog kulturnog prostora. Jedan od najboljih primera je svakako nekadašnji jugoslovenski kulturni prostor u kome su se u vreme konflikta svi oblici komunikacione prakse poremetili pa zatim počeli da se redefinišu.

Cljučne reči: jugonostalgija, istorija komuniciranja, Jugoslavija, kulturni identitet, sećanje

Uvod

Danas živimo u informacionom društvu u kome je odnos prema komunikacionoj praksi posebno naglašen.* Razvoj civilizacije oslanjao se prvo na eksploataciju sirovina, zatim energije, a danas zavisi od razvoja informaciono-komunikacionih sistema i posedovanja informacija. Vrednost informacije nastaje tek kada se ona uklopi u neki društveno-istorijski okvir, tj. kada je čovek upotrebi. Dakle, informacija je moć koju subjekti u komunikacionim procesima moraju neprestano osvajati. Zbog toga je jasno da masovni mediji kao najbitniji komunikacioni centri predstavljaju vrlo moćne institucije bez kojih se danas stvarnost ne može osmisliti. Masovni mediji događaje "pakuju" u određene simboličke forme utičući tako na formiranje svih obrazaca kulture. Simboli koji se kroz različite vrste komuniciranja proizvode nužno zahtevaju tumačenje. Kroz komuniciranje i tumačenje simbola mi se obrazujemo, prihvatamo

* Ovaj rad predstavlja deo rezultata istraživanja u okviru projekta broj 47027 (nosilac projekta: Institut za noviju istoriju Srbije) pod nazivom *Srbi i Srbija u jugoslovenskom i međunarodnom kontekstu: unutrašnji razvitak i položaj u evropskoj/svetoskoj zajednici* koji finansira Ministarstvo prosvete i nauke za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije, ciklus 2011-2014

već kreirane i predstavljene modele ponašanja, snalazimo se u svakodnevici i mapiramo stvarnost. Zato je James Carey s pravom gledao na komuniciranje kao na kulturu dokazujući da "je komuniciranje simbolički proces u kome se stvarnost proizvodi, održava, prepravlja i transformiše" (Carey 1992, 23). Dakle, u komuniciranju ne postoji reflektovanje stvarnosti, već se stvarnost kao jedan oskudan resurs stalno proizvodi i konstruiše. Tek se u procesima komuniciranja dodeljuje smisao stvarnosti. Tako društvene kategorije ne odražavaju esencijalan identitet, već su uspostavljene kroz oblike reprezentovanja društvene stvarnosti. Iz tog razloga komuniciranje, kultura i društvena stvarnost postaju ključni koncepti za uspostavljanje relacije između prošlosti, sadašnjosti i budućnosti. U tom smislu upravo izučavanje istorije komuniciranja dobija najznačajniju ulogu.

Istorija komuniciranja daje detaljniju sliku u odnosu na opštu istoriju posebno ako u fokusu ima istoriju medijskih tehnologija ili istoriju medijskih institucija. Međutim, ne mora se istorija komuniciranja posmatrati samo iz ovih perspektiva. Veoma je važno tumačiti istoriju komuniciranja iz ugla stvaranja i razaranja zajedničkog kulturnog prostora. Jedan od najboljih primera je svakako nekadašnji jugoslovenski kulturni prostor u kome su se u vreme konflikta svi oblici komunikacione prakse poremetili pa zatim počeli da se redefinišu. Još jedan razlog čini važnim proučavanje istorije komuniciranja u jugoslovenskom i postjugoslovenskom kulturnom prostoru. Naime, Jugoslavija je bila deo Evrope i novonastale postjugoslovenske zemlje takođe su deo Evrope. A Evropa, geografski mala i kulturno šarolika, već nekoliko decenija sprovodi sasvim nov projekat pod nazivom Evropska unija. Pošto evropski identitet još uvek nije formiran, izučavanje jednog specifičnog kulturnog i komunikativnog prostora koji učestvuje u procesima stvaranja novog identiteta ujedinjene Evrope, pokazao se kao veoma bitan. Jugonostalgija za zajedničkom jugoslovenskom unijom koje više nema kao koncept proučavanja istorije komuniciranja može doprineti boljem razumevanju prošlosti i budućnosti ne samo ovog dela Evrope, već i Evrope u celini.

Teorijski okvir: istorija komuniciranja, sećanje, nostalgija

U najopštijem smislu istorija komuniciranja dublje tumači "komunikacione revolucije" i oblike komunikacione prakse od nastanka jezika do stvaranja interneta. Ishod ovakvog dubljeg tumačenja odnosi se na pažljivo sticanje uvida proučavalaca u međuzavisnost socijalnoistorijskog konteksta i pojave određene "komunikacione revolucije", odnosno primene određene komunikacione prakse kako bi se na osnovu saznanja i promišljanja o prošlosti mogle lakše objasniti promene u komuniciranju u sadašnjosti i u budućnosti. Iz tog razloga važno je shvatiti bliskost između istorije komuniciranja i istorije kulture.

Budući da istorija podrazumeva uranjanje u prošlost i aktivan odnos prema kategoriji vremena, jasna je veza između komuniciranja u nekom istorijskom periodu i sećanja na taj istorijski period. U ovom kontekstu značajne su sve teorije o kolektivnom sećanju, od socijalno-konstruktivističkih, postmodernih i ideološkokritičkih do simboličkih i hermeneutičkih. Ono što ih povezuje jeste teza o sećanju kao konceptu koji je veoma bitan za izučavanje u društveno-humanističkim naukama. Ali ne samo to, nego i ideja o tome da je sećanje na istu prošlost nekome veoma značajno i pozitivno, a drugome ništavno i negativno (Lippmann 1922). To zapravo znači da sećanje predstavlja konstrukciju i željenu projekciju. I individualno i kolektivno sećanje podrazumeva selektivan odnos prema prošlosti: neke predstave i osećanja se isključuju dok se neka druga naglašavaju. Kolektivno sećanje retušira prošlost i tako biva sakralizovano. "Sećanje komplikuje racionalnu segmentaciju hronologije u 'tada' i 'sada'. U sećanju linije vremena postaju zamršene, a sve to konstituiše naše živote i definiše naše iskustvo" (Terdiman 1993). Kolektivno sećanje, onako kako ga je definisao Halbwachs, uvek podrazumeva ne samo socijalnu konstrukciju prošlosti koja se uspostavlja unutar određene grupe nego i aktivan odnos prema anticipaciji budućih događaja (1992, 25). Ali, u modernom/postmodernom vremenu kolektivno sećanje posebno komplikuju medijske predstave koje kroz aktivan proces selekcije interpretiraju prošlost i na taj način proizvode preferirana značenja u definisanju naše stvarnosti. To zapravo znači da medijske predstave učestvuju u konstruisanju ne samo sećanja na vreme već i sećanja na mesta, što zapravo čini celinu nostalgije.

Nostalgija je pozitivno sećanje na prošlost. To je osećaj koji se u ljudima javlja najčešće pomešan s tugom. S jedne strane, nostalgija izaziva osmeh zbog onog što je lepo u sećanju, a s druge strane, ona izaziva suze, jer je lepo vreme izgubljeno i više se ne može vratiti. Nostalgija predstavlja "pozitivno intoniranu evokaciju proživljene prošlosti u kontekstu negativnih osećanja prema sadašnjosti" (Davis 1979, 31). Dakle, sem pozitivnog odnosa prema prošlosti postoji i negativan odnos prema sadašnjosti jer nostalgičar želi da putuje od jednog do drugog trenutka u prošlosti kao što to čini, na primer, turista putujući od jedne do druge tačke u prostoru. Klasična psihologija tretirala je nekada nostalgiju kao uzročnika depresije usled čega su preduzimana nesigurna i smešna lečenja opijumom i pijavicama. A zapravo, nostalgija nikako nije bolest, već čežnja da se zaustavi vreme i vrati u prošlost ne bi li se oživeli trenuci i divna mesta na kojima je čovek bio srećan. Svaki čovek je nostalgičan. To je deo ljudske prirode. Međutim, društveni odnosi se komplikuju ako postoji kolektivna nostalgija kojom se manipuliše na jedan pojednostavljen, šablonski način jer se u javnom diskursu i teorijskim raspravama ovaj fenomen dovodi u vezu s nacionalizmom i reafirmacijom nekog ideološkog, političkog ili religioznog koncepta. Zato je Svetlana Bojm veoma logično i objektivno pravila razliku između *refleksivne nostalgije* koja je obeležena sanjala-

štvom za nekim izgubljenim zlatnim dobom i *restorativne nostalgije* koja je pragmatična i može reafirmisati nacionalne ideale (Boym 2002).

U kontekstu istraživanja istorije komuniciranja u bivšoj Jugoslaviji pokaže se da je postojala tesna veza između načina na koji su komunicirale različite političke elite, njihovih sećanja i nostalgije za nekim prošlim vremenima.

"Bila jednom jedna zemlja": kratka istorija (ne)problematičnosti postojanja Jugoslavije

Kada se predstavlja istorija Jugoslavije, obično se navodi da su postojale zapravo dve Jugoslavije koje su imale različita državna uređenja. Prva (1918-1941) je bila monarhija pod srpskom dinastijom Karađorđevića, a druga (1945-1991) je bila republika na čelu sa Josipom Brozom Titom. Trajanje ove zemlje, ako se saberu godine postojanja i prve i druge Jugoslavije, ipak nije bilo dugo jer je to manje od jednog veka. U literaturi o uspehu ove zemlje postoje kontradiktorni zaključci. Jedni autori smatraju da je čitav projekat stvaranja zajedničke jugoslovenske države bio osuđen na propast, dok drugi u kulturi, ekonomiji i svakodnevnom životu ove zemlje pronalaze mnogo dobrih strana.

Međutim, ono na šta se retko skreće pažnja jeste zapravo problem u komuniciranju između političkih elita u različitim entitetima koji su činili tu zajedničku državu. Posebno se to odnosi na Srbiju i Hrvatsku. Iako se u istorijskoj literaturi ideja o ujedinjenju 1918. godine predstavlja kao višedecenijska težnja svih jugoslovenskih naroda, to ipak nije u potpunosti tačno. Naime, ideja o ujedinjenju ispoljavala se kroz različite forme, a u pojedinim političkim grupama nailazila je na veliki otpor. Temelj novog projekta činili su pre svega potezi srpske političke elite zbog čega je hrvatska politička elita počela da se oseća manje važnom i pod stalnim pritiskom. Vojna snaga Srbije i politička nadmoćnost srpske političke elite jesu obezbeđivale centralističko monarhističko uređenje države, ali, s druge strane, Hrvatska seljačka stranka pod vođstvom Stjepana Radića pretvorila se brzo u veliku stranku koja je postala nosilac nacionalnog pokreta i osnovica hrvatskom otporu da se ostvari uređenje prema srpskoj zamisli.

Problem u komuniciranju između dve najsnažnije političke elite u novoj državi sve više se produbljavao, iako je s vremena na vreme dolazilo do popuštanja i kompromisa s obe strane. Taj problem je u suštini povezan s već izgrađenim nacionalnim identitetima, različitim kolektivnim sećanjima i nostalgijom za nekim prošlim dobom. Nacionalni identitet formira se u opoziciji prema drugoj naciji kao definisanje "nas" u odnosu na "njih". U tom definisanju "naše" specifičnosti naglašavaju se posebne vrednosti, uverenja i pravila ponašanja. Srbi i Hrvati su od svih naroda koji su činili prvu Jugoslaviju naj-

više i najčvršće definisali sopstvene zajedničke vrednosti i ciljeve. Ali ne samo to. Oni su zasebno tokom sopstvenih odvojenih istorija stvorili i posebne vizije prošlosti. Pored toga, kako Čeruti dobro zapaža, grupa takođe mora imati percepciju zajedničke sudbine (Čeruti 2006).

Sva ova različita, a ipak tvrda definisanja, stalno su predstavljala izvor mogućih kolektivnih frustracija i nezadovoljstava što je dovelo do raspada prve Jugoslavije, pri čemu je hrvatska politička elita odmah stvorila Nezavisnu državu Hrvatsku i priklonila se nacističkoj Nemačkoj, dok su se Srbi podelili na dva tabora, četnike i partizane. Ono što treba naglasiti jeste činjenica da se u periodu trajanja prve Jugoslavije (1918-1941) običan narod zapravo skoro ništa nije pitao. Veći deo stanovništva su činili seljaci i radnici, a obrazovanje je bilo privilegija viših slojeva. Dakle, veliki je bio procenat nepismenih. Pored toga, mediji masovnog komuniciranja bili su slabo razvijeni i u procese masovnog komuniciranja bio je uključen manji broj ljudi. Običan narod nije mnogo znao o sopstvenoj zvaničnoj istoriji, već samo ono što je bilo deo folklornog kolektivnog pamćenja. Međutim, te nezvanične verzije kolektivne prošlosti ipak su bile dovoljne da se posebni nacionalni identiteti učvršćuju kroz priče i mitove o herojima, bitkama, narodnom ponosu i prkosu. Najveći problem labavog jugoslovenskog identiteta u periodu prve Jugoslavije upravo je to što on nije u dovoljnoj meri proizvođen kroz medije masovnog komuniciranja. Narod ni u jednom delu Jugoslavije nije dobio pravu priliku da posredstvom medijskih predstava sasvim sraste s idejom jugoslovenstva i da postepeno počne da gradi novi zajednički kolektivni identitet.

Zbog toga se fenomen jugonostalgije vezuje za postojanje druge Jugoslavije (1945-1991), ali pokazaće se da je on izuzetno kompleksan i da ne sme biti sagledavan iz samo jedne perspektive uz stereotipizaciju i crno-belu refleksiju.

Titova Jugoslavija u prvih nekoliko godina nakon rata sledila je ideološko-politički program staljinističke Rusije. Međutim, već 1948. godine došlo je do sukoba između Informbiroa i Komunističke partije Jugoslavije iz razloga što su SSSR i druge socijalističke zemlje smatrale da će Jugoslavija pasti pod potpuni uticaj kapitalističkih zemalja i da je nemoguće negovati socijalizam bez podrške SSSR. Do 1948. godine Tito je sledio Staljinovu politiku, ali čim je on pokušao da proširi svoj uticaj na Istočnu Evropu i političke prilike u Jugoslaviji da bi onemogućio sprovođenje Maršalovog plana¹, Tito je rekao veliko NE velikom lideru. Rizik je bio ogroman, dalji razvoj Jugoslavije mukotrpan, ali je to NE imalo dalekosežne posledice u formiranju Titovog kulta ličnosti, njegove liderske pozicije i nove uloge Jugoslavije u raspodeli političke moći

¹ Ministar spoljnih poslova SAD-a, George C. Marshall, predložio je Program obnove Evrope (The European Recovery Program) kojim bi se u razdoblju od 1948. do 1952. pružala finansijska pomoć evropskim zemljama.

na mapi ne samo Evrope nego i čitavog sveta. Tek nakon toga, Tito i njegovi najbliži saradnici počeli su ozbiljnije da se bave "teorijsko-političkim pitanjima razvoja socijalizma u Jugoslaviji" (Petranović 1989, 269) što je podrazumevalo potragu za odgovorima na niz pitanja o društveno-ekonomskim odnosima i ulozi države. U narednim godinama trebalo je izvršiti reviziju starih staljinističkih rešenja što se odigravalo sporo, ali je polako činilo Jugoslaviju zemljom "mekog socijalizma", a njene građane ljudima koje čeka svetlija budućnost.

Pošto se odnos između dve vodeće blokovske sile, SAD i SSSR sve više zaoštravao, Jugoslavija je radila na očuvanju neutralne pozicije i jačala svoj spoljnopolitički položaj razvijanjem politike nesvrstanosti. Tako je 1961. godine održana prva konferencija Pokreta nesvrstanih² u Beogradu, a osnovni principi na kojima se nesvrstanost zasnivala bili su: uzajamno poštovanje teritorijalnog integriteta i suvereniteta, uzajamno nenapadanje, uzajamno nemešanje u unutrašnje poslove, jednakost i uzajamna korist, miroljubiva koegzistencija (Petranović 1989). Pored formiranja trećeg puta, Jugoslavija je razvijala intenzivne ekonomske i kulturne veze s kapitalističkim zemljama Zapada, a poboljšani su i odnosi sa SSSR-om nakon Staljnove smrti.

Kontekst koji je objašnjen u prethodnim pasusima daje samo okvir za razumevanje fenomena jugonostalgije. Predstavljanje unutrašnjih društvenih, političkih i ekonomskih prilika u zemlji daće jasniju sliku postojanja ove zemlje i nostalgije za njenim nestankom.

Pre Drugog svetskog rata Jugoslavija je bila jedna od najnerazvijenijih zemalja Evrope. Međutim, industrijska proizvodnja u periodu od pedesetih do osamdesetih godina imala je veoma brz rast koji je bio znatno veći od velikog broja zemalja Evrope i sveta. "Od 1955. do 1980. godine industrijska proizvodnja porasla je za osam i po puta. Prosječna godišnja stopa rasta u desetogodišnjem periodu od 1973. do 1982. godine iznosila je 5,9%. Učešće industrije u društvenom proizvodu iznosilo je 45%" (Latifić 1997, 90). Ogroman napredak učinjen je u skoro svim oblastima: obrazovanje, zapošljavanje, iskošenjivanje siromaštva, velike investicije, unapređenje poljoprivrede, urbani razvoj, saobraćaj, turizam, spoljno-trgovinska robna razmena, zdravstvena i socijalna zaštita, kultura, rodna ravnopravnost. Sve to je obezbeđivalo prilično visok životni standard građana Jugoslavije što je većinu njih činilo srećnim i zadovoljnim. Život u jednoj takvoj socijalističkoj zemlji izgledao je mnogo lagodniji od života u mnogim razvijenim kapitalističkim zemljama. Takva predstava, pomalo idealizovana a pomalo pojačana poređenjem s teškoćama tranzicije, bila je osnov za stvaranje jugonostalgije i nemirenje jugonostalgičara s činjenicom da je "socijalistički raj" nestao.

² Pokret nesvrstanih činilo je više od 100 zemalja među kojima su bile Indija, Egipat, Libija, Irak, Iran, Kuba, Čile, Peru, Ujedinjeni arapski emirati itd.

Međutim, unutrašnji politički razvoj Jugoslavije bio je satkan od mnogih protivrečnosti i konflikata. I pored snažne Titove liderske uloge, stare nacionalističke težnje pojedinih političkih elita bile su ponovo revitalizovane. Hrvatske političke elite zahtevale su pretvaranje federacije u konfederaciju, veću samostalnost republika i decentralizaciju. Kao ključni momenat neusaglašenosti različitih ciljeva u partijskom vrhu navodi se u literaturi Brionski plenum 1966. godine na kome je Aleksandar Ranković, drugi čovek u državi i potpredsednik Jugoslavije, smenjen pod optužbom da je vršio deformaciju unutar Službe državne bezbednosti i zloupotrebljavao položaj (Lukić, 1990). A zapravo, radilo se o tome da je on stajao na liniji odbrane jake centralne vlasti i federacije. Uz to, bio je najbliži Titov saradnik, poreklom iz Srbije koja se pripadnicima političkih elita iz drugih republika činila kao stecište moći i privilegija. Beograd, glavni grad Srbije, bio je istovremeno i prestonica Jugoslavije. Pretpostavlja se da su Edvard Kardelj i Vladimir Bakarić, koji su imali veliku podršku u Hrvatskoj i Sloveniji, zapravo nagovorili Tita da smeni Rankovića ca ciljem da se učini veća demokratizacija društva i decentralizacija države. "Za smenu su sigurno znali i bili umešani Kardelj, Bakarić i Krajačić, jer bez njihovog znanja ništa nije moglo biti učinjeno u Sloveniji i Hrvatskoj. Tek kasnije sklopljen je savez sa najvažnijim partnerima u Srbiji, koja je zapravo pretrpela najveći udarac, ali sa svešću da ovu žrtvu podnosi zarad neizbežnih ekonomskih i društvenih reformi" (...) (Piljak 2010, 91). Iz ovih razloga, neki autori zaključuju da je plenum bio početak dezintegracije Jugoslavije.³

Iako su nacionalističke težnje suzbijane i u Hrvatskoj i u Srbiji, zaista su se nakon plenuma sve intenzivnije vodili sporovi među republikama. Ustav iz 1974. godine samo je, dajući veću samostalnost dvema srpskim pokrajinama, doprineo da se nezadovoljstvo širi⁴. Put ka većoj samostalnosti republika i pokrajina, decentralizacija, slabljenje ekonomskog razvoja, promene na globalnom planu i smrt Tita ubrzali su nacionalne i nacionalističke težnje različitih naroda koji su činili Jugoslaviju. "Jugoslavija je tako, prvo postepeno a onda konačno, ušla u vrzino kolo međunacionalnih sukoba, u kojima se jedan nacionalizam hranio drugim, a svi zajedno onim najvećim i najmasovnijim. Naci-

³ Pogledati detaljnije u: Duhaček, A. (1992) ili Ćosić, D. (1951-1968).

⁴ Još je 1971. godine na pogubnost novih ustavnih rešenja i novonastalih rastućih tenzija među republikama upozoravao Mihailo Đurić, poznati srpski filozof: "Treba biti načisto s tim da je Jugoslavija već danas gotovo samo geografski pojam, budući da se na njenom tlu ili, tačnije na njenim razvalinama, i to pod maskom doslednog razvijanja ravnopravnosti između naroda koji u njoj žive, uspostavlja nekoliko samostalnih, nezavisnih, čak međusobno suprotstavljenih nacionalnih država. To je činjenica kojoj treba smelo pogledati u oči". Đurić, M. (1971, 1).

<http://www.scribd.com/doc/36342951/Anali-Pravnog-Fakulteta-u-Beogradu-Maj-Jun-1971>

onalne države i nacionalni interes postaju jedini kriterijum političkog života" (Radaković 1998).

Komuniciranje između političkih elita u različitim republikama više nije bilo moguće i rat je bio jedina izvesna opcija. Socijalistički jugoslovenski raj nestao je u krvavim sukobima, ali to nije predstavljalo prepreku za rađanje jugonostalgije u svim delovima bivše zajedničke države.

Moć jugonostalgije: kulturni identitet i komuniciranje

Jugonostalgija se ne može razumeti ukoliko se ne razumeju pojmovi nacije i kulturnog identiteta. Anderson je bio u pravu kada je naciju opisivao kao "zamišljenu političku zajednicu" tvrdeći da se većina članova čak i najmanjih nacija nikada ne sretne i ne upozna (Anderson 1991). To znači da u zajedničkom nacionalnom prostoru ne postoji središte jer se "nacionalno biće" podjednako rasprostire na celoj teritoriji, pa pripadnici zamišljene nacije dele prostor na isti način kao što dele vreme. Iz tog razloga, sve što se dešava u zemlji, dešava se svima zajedno i istovremeno. Međutim, jugoslovenstvo kao neproblematično nacionalno biće nije se održalo čak ni u kratkom istorijskom periodu jer je je Jugoslavija kao projekat oba puta propala. Potrebno je bilo samo da se uspravani posebni nacionalni identiteti u različitim republikama revitalizuju. Imajući to u vidu, izvore i uzroke jugonostalgije ne treba tražiti u zamišljenoj jugoslovenskoj naciji, već u kulturnom identitetu koji je mnogo efikasnije povezivao ljude uprkos nacionalnim i religioznim razlikama.

Kulturni identitet predstavlja konceptualnu tvorevinu koja ima određenu funkciju i društveno je uslovljena što upućuje na sve arbitrarnosti i relativizacije koje su karakteristične za društvene odnose. On izražava neki određeni relativni, a ne večni, apsolutni i univerzalni tip socijalno-kulturnih veza. "Kulturni identitet je stvar postajanja koliko i stvar postojanja. On pripada prošlosti kao i budućnosti" (Hall 1994, 394).

U ovom smislu, jugonostalgija kao kulturni konstrukt pripada budućnosti koliko i prošlosti. Iako na prvi pogled izgleda kao da je sasvim formirana i da se ne može menjati, to ipak nije tačno, jer je svaka kulturna konstrukcija podložna promenama. Zato jugonostalgija nije statičan pojam i ne može predstavljati dovršen proces iz bilo koje perspektive da se posmatra. Tako su pojmovi jugonostalgija i jugonostalgičar stvoreni početkom devedesetih godina 20. veka da bi se njima obeležili "neprijatelja nacije", "izdajice" i "neprijatelji demokratije" (Ugrešić 1996). Od sasvim negativnog vrednosnog određenja pojma išlo se ka pozitivnijem, ali ne i sasvim pozitivnom. Što je tranzicija u novonastalim državama sporije i mukotrpnije tekla, to je koncept jugonostalgije pozitivnije vrednovan ulazeći sve više i sve dublje u javni diskurs i akademske diskusije. Mitja Velikonja, jugonostalgiju definiše kao "društveni fenomen i

kulturni kuriozitet rasprostranjen širom bivše Jugoslavije" (2008, 13). Ovoj definiciji treba dodati i određenje "medijski fenomen" budući da su mediji masovnog komuniciranja institucije bez kojih danas nije moguće reafirmisati kulturno sećanje i kulturni identitet.

U Jugoslaviji nacionalni identitet nije bio sasvim čvrst i pored nastojanja vlasti da kroz concept bratstva i jedinstva proizvodi svakodnevno nacionalne mitove i simbole. Nasuprot tome, postojanje jugonostalgije i jugonostalgičara pokazuje da sa kulturnim identitetom stvari stoje drugačije budući da je kultura fluidan i nikad dovršen proces. U Jugoslaviji se zajednički kulturni identitet gradio kroz sve oblike komuniciranja, od interpersonalnog do masovnog komuniciranja. To se dešavalo čak i u masovnom komuniciranju prilično spontano jer su narodi koji su činili Jugoslaviju govorili istim ili sličnim jezikom, nasledili određenu tradiciju od velikih sila koje su ih tokom istorije pokoravale, bili etnički izmešani u svim republikama, znali za istu hranu, održavali i pre stvaranja prve Jugoslavije vrlo bliske veze. Iz tog razloga komuniciranje nije bilo opterećeno nikakvim pritiscima i sve ono što se može podvesti pod kulturu zapravo pripada i nekom obliku komunikacione prakse, jer su komuniciranje i kultura dva pola istog procesa.

Kulturne i komunikacione matrice jugonostalgije

Najlakše bismo mogli tvrditi da komunikacione i kulturne matrice jugonostalgije predstavljaju svi aspekti svakodnevnog života i popularne kulturne prakse. Čak bismo mogli dodati da su matrice sve ono što je opisano u *Leksikonu Yu mitologije*⁵. Ipak, opredeljujemo se da izdvojimo nekoliko najrelevantnijih koje bi bile korisne za buduća istraživanja odnosa između istorije komuniciranja i jugonostalgije.

Tito. Doživotni predsednik Jugoslavije koji je za vreme svog života i predsedavanja Jugoslavijom "bratstva i jedinstva" izgradio prepoznatljiv kult ličnosti. Međutim, pojam i simbol "Tito" bio je inkorporiran u sve oblike komuniciranja. Sve što je počinjalo, završavalo se, nadovezivalo, definisalo, opisivalo, bilo je obeleženo Titom. Postojao je ogroman broj javnih dešavanja koja su bila nezamisliva bez dominantnog diskursa koji se zove Tito. Iz tog razloga važno je ispitati ulogu ove komunikaciono-kulturne matrice u proučavanju istorije komuniciranja. Devedesetih godina 20. veka u vreme građanskog rata nije bilo pravo vreme za proučavanje istorije komuniciranja. Danas, uz vre-

⁵ Leksikon objavljen 2004. godine koji je potpisalo nekoliko autora. Na 464 stranice obuhvaćeno je 912 leksikografskih jedinica i 555 ilustracija koje se odnose na postojanje Titove Jugoslavije.

mensku distancu i još uvek nezavršen proces tranzicije, neophodno je detaljno proučiti ovako važnu komunikaciono-kulturnu matricu u formiranju odnosa između jugonostalgije i istorije komuniciranja.

Pioniri. Deca koja su nosila crvene marame i plave kape pod zakletvom da će "marljivo učiti, raditi i biti dobri drugovi". Zapravo, sva školska deca su bila Titovi pioniri što znači da se ovaj diskurs uklapao u dominantni jugoslovenski diskurs. Za svako dete je u odrastanju trenutak kada postaje pionir bio posebno važan događaj u životu. Način na koji su deca komunicirala i stvarala jednu posebnu kulturu vrlo je važan za ispitivanje odnosa između jugonostalgije i istorije komuniciranja.

Radne akcije. Dobrovoljne radne akcije koje su okupljale milione mladih ljudi imale su za cilj da obnove i izgrade privredu, infrastrukturu i različite objekte širom Jugoslavije. Verovatno se nikada ponovo neće moći uspostaviti takav način grupnog komuniciranja među mladima kao što je to bio slučaj u bivšoj Jugoslaviji. Zato su radne akcije nepresušni izvor za proučavanje istorije komuniciranja.

Partizanski filmovi. Ovi filmovi predstavljaju poseban žanr tipičan isključivo za jugoslovensku kinematografiju koja je bila vrlo razvijena i bogata. Jugoslavija je izdvajala ogromna finansijska sredstva za snimanje ratnih spektakala u kome su glumili i najpoznatiji svetski glumci. Za masovno komuniciranje kojim se najlakše mogao proizvoditi zajednički kulturni identitet, bratstvo i jedinstvo, Titov kult ličnosti ovakvi filmovi su bili najznačajniji. Istorija komuniciranja u bivšoj Jugoslaviji ne može se ispitivati bez osvrta na ovu komunikaciono-kulturnu matricu.

Kultne serije. Najgledanije kultne serije čine dobar deo kolektivnog sećanja ljudi koji žive na prostorima bivše Jugoslavije jer su odvajali svoje slobodno vreme, najčešće nedeljom, da bi bili uz junake svojih omiljenih serija i da bi saznali šta će biti dalje. Zbog toga, polje proučavanja televizijskih serija u domenu produkcije, tema, narativnosti, ideologije, diskursa, konteksta i recepcije u periodu od nekoliko decenija pokazalo se kao vrlo značajno. Serije treba posmatrati kao posebne TV diskurse i ispitati na koji način strategije, strukture i svojstva semjose, teksta, komuniciranja, učestvuju u formiranju jugonostalgije.

Ovih nekoliko nabrojanih komunikaciono-kulturnih matrica dovoljni su za ozbiljno kritičko sagledavanje načina na koji se koncept jugonostalgije formira i utiče na promene u istoriji komuniciranja.

Perspektive istraživanja: nacionalna, evropska, globalna

U svim novonastalim postjugoslovenskim zemljama postoje naučni radovi koji tematizuju fenomen jugonostalgije. Međutim, broj tih radova nije preveliki i oni ne zahvataju sve aspekte ovog kompleksnog fenomena. Dalje, nijedan

od tih radova ne pokušava da objasni jugonostalgiju kao jedan poseban koncept istraživanja istorije komuniciranja već se oni najčešće odnose na usko sociološka određenja. Da bi se teorijski obrazložio ovakav koncept proučavanja, potrebno je opisati tri najbitnije perspektive pomoću kojih se on kompletnije može definisati.

Nakon raspada Jugoslavije, sve novonastale države prošle su težak put reafirmacije ili izgradnje novog nacionalnog identiteta. Proces izgradnje novog identiteta još nije završen, a pošto je identitet u priličnoj meri fluidna kategorija, pretpostavka je da se uvek može menjati, dograđivati, proizvoditi. Neposredno posle ratnih sukoba, u javnom diskursu i masovnim medijima spominjanje Jugoslavije bilo je u skoro isključivo negativnom kontekstu. Nacionalne vladajuće elite pokušavale su da na svaki način naprave otklon od prethodnog jugoslovenskog identiteta, državnog i društvenog uređenja. Ali, u svesti običnih ljudi, političke, ekonomske i društvene promene nisu donele dugo očekivani "bolji život". Iz tog razloga, revitalizuje se sve više kolektivno sećanje na svakodnevni život, kulturu i društvene odnose u bivšoj Jugoslaviji.

Ono što je prvo potrebno istraživati jeste ta transformacija negativnog u pozitivan kontekst u medijskim predstavama. Kako je sećanje običnih ljudi postalo glavni okidač za proizvodnju pozitivno obojenih medijskih slika? Kako pozitivan kontekst utiče na formiranje postsocijalističkih identiteta u postjugoslovenskim državama? Kako jugonostalgija menja percepciju istorije komuniciranja? To su osnovna pitanja na koja treba da daju odgovore buduća istraživanja. Na primer, u Srbiji je u prethodnih nekoliko godina u javnim i komercijalnim medijima ogromna proizvodnja "jugonostalgčnih" predstava: reprize partizanskih filmova i kulturnih serija, istorijske činjenice o Drugom svetskom ratu i stvaranju druge Jugoslavije, emisije o popularnoj kulturi u bivšoj Jugoslaviji, dokumentarni portreti Tita, šou i rijaliti programi u kojima učestvuju predstavnici svih republika, vesti o posetiocima Titovog groba i muzeja itd. Poseban segment jugonostalgije predstavlja internet sa svim svojim mogućnostima. Da bi se uticaj jugonostalgije na istoriju komuniciranja teorijski i empirijski utvrdio, potrebno je mnogo vremena i mnogo autora, ali su ovo prve neophodne smernice za buduće istraživače.

Evropa nije isto što i Evropska unija, ali se u javnom i privatnom komuniciranju ova dva pojma poistovećuju. Unija nije suverena nacionalna država ni konfederacija ni složena federalna država u istorijski poznatim oblicima. Ona zapravo predstavlja jedan sasvim nov projekat. Unija je politička zajednica koja je stalno u nastajanju, kako teritorijalno (tendencija proširivanja) tako i simbolički (osnaživanje evropskog identiteta). Međutim, izgradnja i jačanje zajedničkog evropskog identiteta vrlo je težak i dug proces. To u mnogome zavisi od masovnih medija i evropske javne sfere koja je tek u nastajanju. Iz ovih razloga, posebno je zanimljivo istraživati kako se postsocijalistički i postjugoslovenski identiteti uklapaju u novonastajući evropski kulturni identi-

tet. Koja je uloga jugonostalgije u tome? Da li je jugoslovenski kulturni identitet sličan evropskom identitetu?

Zahvaljujući razvoju informaciono-komunikacionih sistema svet se ubrzano menja. Otuda pojam "globalno" nema sasvim isto značenje koje je nekad imao. Teoretičari se slažu da mi živimo u trećoj eri globalizacije. Zbog toga se sve više govori o globalnoj kulturi koja promovise životne stilove, proizvode i identitete. A globalna kultura je zapravo pre svega medijska kultura. Novi svetski informaciono-komunikacioni poredak označen je američkom dominacijom upućujući na neravnomeran razvoj globalnog medijskog tržišta, a samim tim i na prihvatanje mnogih obrazaca medijske kulture koje nude globalne medijske korporacije (Aol Time Warner, Viacom, Disney, News Corporation, Bertelsmann)⁶. U ovom smislu interesantno bi bilo pogledati gde je ovde mesto jugonostalgije? Kako dijaspora komunicira s matičnom zemljom? Koliko su ljudi, koji su otišli iz tadašnje Jugoslavije, i dalje Jugosloveni?

Ovo su samo neka od osnovnih pitanja koja bi trebalo uvrstiti u nov istraživački koncept istorije komuniciranja budući da je jugonostalgija kompleksan, šturo definisan i nedovoljno ispitan kulturni i medijski fenomen. Pošto je savremeni (postmoderni čovek) uronjen u medijsku kulturu, istraživanje jugonostalgije pokazaće se kao veoma širok i ispunjen most između prošlosti i budućnosti.

Zaključak

U autoritarnom režimu (kakvim autori često nazivaju režim u bivšoj Jugoslaviji) zajedničko kolektivno sećanje gradilo se kroz sve oblike komuniciranja, od interpersonalnog do masovnog. Vlasti u Jugoslaviji radile su na tome da stvore zajednički nacionalni identitet što je bilo prilično teško s obzirom na postojanje nekoliko različitih etničkih skupina i religija. Umesto toga, stvoren je bogat zajednički kulturni identitet. Njegovom formiranju doprinelo je negovanje i permanentna proizvodnja kulturno-komunikacionih matrica.

Ovaj rad predstavlja samo okvir i uvod u mogućnosti istraživanja jugonostalgije i nema pretenzije da da odgovore a ponajmanje konačne odgovore. Zapravo, on je nastao kao neophodnost da se sada, s ove vremenske distance, postave važna pitanja na koja budući istraživači treba da pronalaze odgovore upravo u odnosu između jugonostalgije i istorije komuniciranja.

⁶ O neravnomernom razvoju globalnog medijskog tržišta i jačanju medijskih giganta pogledati detaljnije u: Bagdikian, B. (2004).

Literatura

- Anderson, Benedict. 1991. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Revised Edition ed. London and New York: Verso.
- Andrić, I. E. A. 2004. *Leksikon YU mitologije*. Beograd: Rende.
- Bagdikian, B. 2004. *The New Media Monopoly*. Boston, MA: Beacon Press
- Boym, Svetlana. 2002. *The Future of Nostalgia*. New York, NY: Basic Books.
- Carey, James. 1985. *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman, repr. London/New York: Routledge.
- Davis, Fred. 1979. *Yearning for Yesterday: a Sociology of Nostalgia*. New York, NY: Free Press.
- Duhaček, A. 1992. *Ispovest obaveštajca: uspon i pad jugoslovenske obaveštajne službe*. Beograd.
- Ćosić, Dobrica. *Piščevi zapisi (1951-1968)*.
- Čeruti, Fabio. 2006. *Grupni identitet. Identitet i politika*. Zagreb: Politička kultura.
- Đurić, M. 1971. *Smišljene smutnje*. Anali Pravnog Fakulteta u Beogradu. Dostupno na: <http://www.scribd.com/doc/36342951/Anali-Pravnog-Fakulteta-u-Beogradu-Maj-Jun-1971>
- Hall, Stuart. 1994. "Cultural Identity and Diaspora." *Colonial Discourse and Post-colonial Theory: a Reader*, eds. Patrick Williams and Chrisman, 392-401. London: Harvester Wheatsheaf.
- Halbwachs, Maurice. 1992. *On Collective Memory* (Lewis A. Coser, trans./ed.) Chicago: University of Chicago Press.
- Latifić, Ibrahim. 1997. *Jugoslavija 1945-1990: razvoj privrede i društvenih djelatnosti*. Beograd: Društvo za istinu o antifašističkoj narodno oslobodilačkoj borbi u Jugoslaviji (1941 -1945).
- Lippmann, Walter. 1922. *Public Opinion*. Dostupno na: <http://www.gutenberg.org/cache/epub/6456/pg6456.html>
- Lukić, Vojin. 1990. *Brionski plenum : obračun sa Aleksandrom Rankovićem : sećanja i saznanja*. Beograd: Stručna knjiga.
- Piljak Milan. Brionski plenum 1966. godine. Pokušaj istoriografskog tumačenja događaja. *Tokovi istorije*, 1/2010.
- Petranović, Branko. 1989. *Istorija Jugoslavije 1918-1988*. knjiga treća, Beograd: Nolit.
- Radaković, Ilija. 1988. *Besmislena YU ratovanja 1991-1995*. Beograd: Društvo za istinu o antifašističkoj narodnooslobodilačkoj borbi u Jugoslaviji (1941.-1945.). Dostupno na: http://www.znaci.net/00001/23_3_3.htm
- Terdiman, Richard. 1993. *Present past: modernity and the memory crisis*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Ugrešić, Dubravka. 1996. *Kultura laži*. Zagreb: Bastard/Arkzin.
- Velikonja, Mitja. 2008. *Titostalgia – A Study of Nostalgia for Josip Broz*. Ljubljana: Mediawatch, Peace Institute. <http://mediawatch.mirovni-institut.si/eng/Titostalgia.pdf>

Nataša Simeunović Bajić

Faculty of Culture and Media,
Megatrend University, Belgrade

Yugonostalgia as Research Concept of Communication History: The Possible Research Perspectives

Yugoslavia no longer exists. There is only yugonostalgia i.e. nostalgia for all those things which are no longer in common state boundaries. There remains common corpus of historical memory which is imposed to researchers as a good basis for affirmation. After the tragic decomposition of Yugoslavia, nationalist tendencies, interruption of communication channels and national reawakening in all former republics, the period of transition has arrived. But in the minds of ordinary people, political, economical and social changes have not brought long-expected "better life". Therefore more and more collective memory of everyday life, culture and social relations in the former Yugoslavia was revitalized. Yugonostalgia for a Yugoslav Union that no longer exists as a concept of studying the history of communication, can contribute to better understanding of the past and the future. For this reason, this paper attempts to explore the role of the concept of yugonostalgia as an important factor in studying the history of communication in the Yugoslav and post-Yugoslav context.

Key words: yugonostalgia, Yugoslavia, communication history, cultural identity, memory

Yugonostalgie comme un concept de recherche en histoire de la communication: Les perspectives possibles de la recherche

La Yougoslavie n'existe plus. Il n'y a plus que la yougonostalgie, à savoir la nostalgie de toutes ces choses qui ne se trouvent plus à l'intérieur des frontières d'un état commun. Il demeure toutefois un corpus commun de mémoire historique qui s'impose aux chercheurs comme une bonne matière à être mise en évidence. Après la tragique décomposition de la Yougoslavie, la manifestation des tendances nationalistes, l'interruption des canaux de communication et le réveil national dans toutes les anciennes républiques, la période de transition est bien arrivée. Mais dans l'esprit des gens ordinaires les changements politiques, économiques et sociaux n'ont pas apporté la "meilleure vie" longuement attendue. C'est pourquoi, de plus en plus, la mémoire collective de la

vie quotidienne, de la culture et des relations sociales dans l'ancienne Yougoslavie a été revitalisée. La Yougonostalgie à l'égard de l'Union yougoslave qui n'existe plus comme un concept d'étude de l'histoire de la communication, peut contribuer à une meilleure compréhension du passé et du futur. C'est pour cette raison que cette étude tente d'explorer le rôle du concept de yougonostalgie comme d'un facteur important de l'étude de l'histoire de la communication dans le contexte yougoslave et post-yougoslave.

Mots clés: yougonostalgie, Yougoslavie, histoire de la communication, identité culturelle, mémoire

Primljeno: 28.07.2011.

Prihvaćeno: 25.11.2011.