



ALEKSANDRIJA AJDUKOVIĆ

DOKTORSKA DISERTACIJA

BEOGRAD
2018



UNIVERZITET UMETNOSTI U BEOGRADU
FAKULTET DRAMSKIH UMETNOSTI
POZORIŠTA, FILMA, RADIJA I TELEVIZIJE

DOKTORSKA DISERTACIJA

TRETMAN TELA U POPULARNOJ
VIZUELNOJ KULTURI
(TEORIJA ANIMAL PRINTA)

KANDIDAT
Aleksandrija Ajduković
Index broj: 6/2011d

MENTOR
dr Aleksandar Janković, vanredni prof.

BEOGRAD
2018

Apstrakt

Animal print je životinjska šara koja je u ovom radu analizirana kao segment odevnih predmeta i kao deo narativnog i performativnog prostora u kojem je sniman film, reklama i video spot, a predstavlja privatni i javni prostor kroz koji se kreću junaci filmova i TV serija, video spotova, stripova i slično. Životinjska šara je modni stil odevanja u kojem se koristi odeća koja nalikuje uzorku kože i krzna životinja. Animal print će biti predmet teorijske analize unutar četiri stilske paradigme: **glamurizacija, egzotizacija, kempizacija i zoomorfizacija** ali i **medijatzacija** koja je obrađena u studiji slučajeva.. On je deo materijalne kulture glamura i zapažan je još u periodu ranog Holivuda. Na osnovu njegovih osnovnih karakteristika i velikog broja primera, možemo zaključiti da je glamurizacija glavna paradigma kojom se objašnjava fenomen animal printa. Prva od četiri stilske tendencije, glamurizacija, naslanja se na nasleđe Holivuda i narativ zvezde koji je dao Ričard Dajer (Richard Dyer) u studiji *Stars*. Gandl i Kasteli (Stephen Gundle i Clino T. Castelli) unutar studije *Glamur* razrađuju sve elemente glamura, a životinjska šara pripada materijalnoj kulturi glamurizacije. Posmatrano kroz paradigmu egzotizacije, animal print ima upravo te dve glavne karakteristike: obilje i polimorfnu erotičnost. Druga stilska paradigma, egzotizacija, u mnogim elementima se preklapa s glamurizacijom, ali ima i autonomna svojstva. Unutar ove paradigme pokušaćemo objasniti kako se artikuliše kolonijalni tj. postkolonijalni identitet oslanjajući se na teoriju Homija Babe (Homi K. Bhabha). Posmatran kao fenomen unutar stilske paradigme kempizacije, animal print je pre svega liminalnog karaktera. Teorija liminalnosti je zasnovana na konceptu antropologa Viktora Tarnera (Victor Turner), a mi je posmatramo iz ugla teoretičarke izvođenja Erike Fišer Lihte (Erica Fisher Lichte). Zoomorfizacija ljudske seksualnosti proizilazi iz antropogeneze i totemskih koncepcija, gde se poreklo svakog pojedinca može dovesti u vezu s nekom od sakralizovanih životinja. Ovaj rad će pojam zoomorfizacije predstaviti putem teorije liminalnosti ili prelaza, utemeljene kod Fišer Lihte, i kroz teorijski tekst *Manifest za kiborge* Done Haravej (Donna Haraway), a takođe će biti razmatrane totemističke pretpostavke, teorija šamanizma i kulturna zoologija. Uzorak kojim smo se bavili čine medijski sadržaji s teritorije regiona, od kojih je devedeset devet odsto s prostora bivše Jugoslavije i jedan primer je iz Bugarske. Vremenski uzorak je strukturisan prema kriterijumu – dvadeset godina pre rata i dvadeset godina posle rata, kako bismo dobili ravnomerno raspoređen uvid u medijske sadržaje koji su bili zastupljeni u celovitoj državi, kao i tokom rata i posle rata u novonastalim državama. Pojmu animal printa u ovom radu prilazimo kao intertekstualnoj konstrukciji, koja se proizvodi upotrebom različitih medija i kulturnih praksi. U studiji slučaja razmatrani su primeri iz oblasti regiona. To je

područje bivše Jugoslavije. Taj prostor podrazumeva bivše republike Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije: Sloveniju, Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju, Makedoniju i Crnu Goru. U današnjem diskursu ovaj prostor se još naziva i postjugoslovenski.

Ključne reči: animal print, životinjska šara, glamurizacija, egzotizacija, zoomorfizacija, kempizacija, medijalizacija, pop-kultura, telo, tretman tela, region, film, tv serije, mediji

Abstract

Animal print was analysed in this work as a segment of clothing or as a part of the narrative i.e. performance space in which a film, video or commercial was shot, representing the private or public space in which the heroes of films and TV shows, videos, comics, etc. exist. Animal print is a fashion trend with garments resembling the samples of animal skin or fur. Animal print will be the subject of theoretical analysis within four stylistic paradigms: glamourisation, exoticisation, campisation and zoomorphisation, but also a mediatization which is considered in a case study. It is part of the material culture of glamour and was noted even in the early Hollywood period. Based on its main characteristics and a large number of examples, we can conclude that glamourisation is the main paradigm explaining the animal print phenomenon. The first of the four stylistic tendencies, glamourisation, relies on the Hollywood legacy and the star narrative as explained by Richard Dyer in his study *Stars*. Gundle and Castelli in the *Glamour* study elaborate all the elements of glamour, and animal print belongs to the material culture of glamourisation. Viewed through the paradigm of exoticisation, animal print indeed has these two main characteristics: abundance and polymorphic eroticism. The other stylistic paradigm, exoticisation, overlaps with glamourisation in many elements, but also has autonomous properties. Under this paradigm, we will try to explain how the colonial, or rather postcolonial identity is articulated, relying on Homi K. Bhabha's theory. Observed as a phenomenon within the stylistic paradigm of campisation, animal print is primarily liminal in its character. The theory of liminality is based on the concept proposed by anthropologist Victor Turner, and we are approaching it from the point of view of the performance theorist Erika Fisher Lichte. The zoomorphisation of human sexuality arises from anthropogenesis and totemic conceptions, where the origin of each individual can be linked to one of the sacralised animals. This work will present the concept of zoomorphisation through the theory of liminality or passage, established by Fischer Lichte, and through *A Cyborg Manifesto*, an essay written by Donna Haraway; it will also discuss totemic assumptions, theories of shamanism and cultural zoology. The sample we treated consists of media excerpts from the countries in the region, 99% of which are from the territory of former Yugoslavia and one example comes from Bulgaria. The time sample was structured around the following criterion: 20 years before the war and 20 years after the war - in order to gain an evenly distributed insight into the media content which was present in Yugoslavia before the war, as well as during the war and in the new countries emerging after the war. The concept of animal print in this paper is used as an intertextual construction, which is produced using different media and cultural practices.

In the case study, examples from the region were considered. This is the area of former Yugoslavia. This area includes the former republic of the Socialist Federal Republic of Yugoslavia: Slovenia,

Croatia, Bosnia and Herzegovina, Serbia, Macedonia and Montenegro. In today's discourse this area is also called the Post Yugoslav.

Key words: animal print, glamorization, exotification, camp-ization, zoomorfization, mediatization, body, body treatment, region, film, tv series, media

Sadržaj

I UVODNA RAZMATRANJA	9
1. Metodološki deo	12
1.1. Pojmovno-teorijski okvir	12
1.2. Ciljevi	15
1.3. Hipoteze	16
1.4. Metode i tehnike	19
1.5. Struktura rada	22
II ANIMAL PRINT I REPREZENTACIJE TELA I TELESNOSTI	
2.1. Mimikričnost i uočljivost/upadljivost	25
2.2. Klasa i reprezentacija tela	28
III ANIMAL PRINT I POPULARNA KULTURA u kontekstu medijske reprezentacije i medijalizacije	
3.1. Narodna/masovna/popularna/visoka kultura – poroznost granica	31
3.2. Pojmovi popularne kulture	33
3.3. Osobine popularne kulture	39
3.4. YU i ex-YU ili prostor bivše Jugoslavije/regiona	39
3.5. Performativni/narativni prostor animal printa – čebe s animal printom	44
IV ANIMAL PRINT I MODA	
4.1. Istorijska održivost animal printa	47
4.2. Modeli širenja mode <i>trickle-down / trickle-up / trickle-across</i>	50

V STILSKE PARADIGME

5.1. Zoomorfizacija	55
5.1.1. Leopard	57
5.1.2. Jaguar	58
5.1.3. Ptice / perje	58
5.1.4. Zmija	59
5.1.5. Šamanizam, zoomorfizacija i animal print	60
5.1.6. Feministička kritika zoomorfizma u medijima	62
5.1.7. Antropornografija, životinjsko telo i antropomorfni zoomorfizam	64
5.1.8. Fantastične životinje	66
5.1.9. Optička varka	69
5.2. Glamurizacija	
5.2.1. Animal print i antiherojstvo	72
5.2.2. Preklapanje glamurizacije i egzotizacije	73
5.2.3. Pank	74
5.3. Egzotizacija	
5.3.1. Multikulturalizam i <i>crossover</i> identiteti	79
5.4. Kempizacija	
5.4.1. Nekoliko mogućih definicija kempa	81
5.4.2. Podvrste kempa	81
5.4.3. Liminalnost i animal print	84
VI STUDIJA SLUČAJA	
6.1. Filmovi i animal print	90
6.2. TV serije i animal print	112

6.3. Popularna kultura i animal print	120
6.4. Masovna kultura (estrada) i animal print	128
VII ZAVRŠNA RAZMATRANJA	144
VII Appendix - Fotografije	163

I UVODNA RAZMATRANJA I METODOLOŠKI DEO

Popularna kultura je oblast čije su granice porozne. Nju ne karakteriše koherentnost nego sklonost ka promeni. Sadrži, a istovremeno i s ovim oblastima razmenjuje, elemente folk kulture, masovne kulture, kao i visoke kulture. Jedno od glavnih svojstava popularne kulture je međunarodnost. Njena glavna pozitivna karakteristika, pored pomenutog elementa internacionalnosti, jeste potencijal ka smanjenju sociokulturnih distanci među društvenim grupama (klasnim, profesionalnim, etničkim, generacijskim i verskim). Popularna kultura je prihvaćena među najširim društvenim slojevima, zbog čega je pojedini tretiraju kao narodnu kulturu modernog društva. Odeća, posmatrana kroz diskurs popularne kulture, a u našem fokusu – animal printa, kulturni je proizvod koji je tržišno uspešan i medijski globalno posredovan, te lokalizovan u novim sredinama i glocalno¹ iznova konstruisan da bi zadovoljio potrebe neke društvene ili kulturne grupe te (ove) sredine. Animal print ima dva glavna svojstva: mimikričnost i uočljivost. Iz ta dva osnovna određenja ove pojave zaključujemo da je animal print istovremeno i sredstvo mimikrije, prilagođavanja okolini, ali i sredstvo pomoću kojeg se biva uočljiv, istaknut i upadljiv. Ove dve protivrečnosti suština su paradoksalne prirode animal printa. Druga paradoksalnost odnosi se na samu prirodu medija, gde postoji takozvana pseudorazdvojenost, ontološka i medijska, slike i teksta. Kako spada u figure misli, paradoks je uvek bio vrlo snažan podsticaj na razmišljanje. Određene slabosti naše sposobnosti da sudimo ili ograničenja naših intelektualnih instrumenata rasuđivanja kroz paradoks, u stvari, bivaju ogoljene. Nije bila retkost kroz istoriju da su upravo paradoksi bazirani na jednostavnim konceptima doveli do velikog intelektualnog napretka. (Otkrivanje novih matematičkih pravila ili otkrivanje novih zakona fizike kako bi se prihvatili zaključci koji su u početku bili *očigledno neprihvatljivi*). Paradoks sadrži dve ili više različitih, oprečnih misli u istom iskazu ili vizuelnom sadržaju, gde jedno tumačenje/značenje podriva, subvertira drugo ili ostala. U radu je prisutna izvesna naglašena zainteresovanost za subverzivni potencijal animal printa. Okolnosti subverzivnosti su u popularnoj kulturi prisutne u onim prelomnim periodima kada dolazi do pojačane potrebe za iskazivanjem identiteta i do stvaranja izvesnih pokreta, kao što su antisemitizam, antiglobalizam, razne borbe za manjinska prava, kakva su pitanja crnačke populacije u Americi ili različite frakcije feminizama. U tim i takvim prilikama, animal print se javlja kao znak. Analiza animal printa kao simptoma društva nagoveštava njegov subverzivni kontekst, te nudi mogućnost promene. Subverzivnost animal printa tako je postala predmet ovog rada, u kojem ćemo pokušati da proverimo da li je animal print subverzivni narativ, onaj koji, kroz četiri stilske paradigme, podriva ustaljene vrednosne matrice. Četiri stilske paradigme zapravo su četiri konteksta unutar kojih se u popularnoj vizuelnoj kulturi javlja životinjska šara ili četiri dominantna generatora značenjskih okvira životinjske šare.

¹ Autor ove kovanice je Akile Bonito Oliva (Achille Bonito Oliva), italijanski istoričar umetnosti. Termin označava vrstu poželjne ravnoteže između *globalnog* i *lokalnog*. Prema njegovom tumačenju, krajnosti globalnog odgovara druga krajnost, lokalno, koja se oslanja na tradicionalni nacionalni identitet. Zato nam je potreban uravnotežen, treći stav, zasnovan na *glocalnom*.

Animal print evocira primarni identitet povezan s intimizirajućim odnosom koji je čovek imao s divljim životom, kada je više zavisio od fizičkog junaštva, životinjskih čula i snalaženja u divljini. Tokom paleolita muškarci su bili lovci koji su lovili zveri, a žena je ovaj mačo simbol subvertirala u seksualnu eksplicitnost. Kada ovaj fenomen posmatramo iz današnje perspektive, prizor čoveka koji nosi neki deo odeće s leopardskom šaru budi u nama instinktivni strah, koji deluje u formi uzbuđenja. Kada je podsvesno uzbuđenje putem straha objašnjeno svesnom umu, tome je pridodata privlačnost objekta u koji se gleda. Ovo tumačenje je primenjeno i na onoga koji nosi, koji odiše samopouzdanjem. Ovaj kontekstualni okvir predstavlja paradigmu zoomorfizacije. Preostale tri paradigme – glamurizacija, kempizacija i egzotizacija odnose se na interpretaciju fenomena u savremenom društvu.

Animal print preuzet je iz narodne nošnje s područja Afrike. U ovom radu pokušavamo da prevaziđemo komercijalizovanu, folklorizovanu predrasudu o narodima i državama, hibridizacijom u okvirima koncepata tipa *druge kože*, gde se ljudsko stapa sa životinjskim, a šare postaju ikonogrami tela. Životinjski print je modni stil u odevanju u okviru kojeg je napravljena odeća koja treba da nalikuje uzorku kože i krzna životinja kao što su leopard, zebra, tigar, pegava hijena, prugasta hijena, afrički divlji pas, žirafa ili majmun. Životinjski print se, takođe, koristi za dizajniranje tašni i obuće, pa čak i nakita. Animal print je analiziran kroz upotrebu u popularnoj vizuelnoj kulturi putem mogućih tumačenja koja nude: teorije tela/kože, teorija kiborga i teorije hibrida, teorije mode i antropologija.

Analiza filmova, među kojima su i neka antologijska ostvarenja, čine poseban odeljak u radu. Filmovi čiji akteri nose animal print, ili je on deo scene odnosno narativnog prostora, prostiru se od *WR Misterije organizma* (Dušan Makavejev, 1971), preko *Mirisa poljskog cveća* (Srđan Karanović, 1977) do filma *Ustav Republike Hrvatske* (Rajko Grlić, 2016). Sledi analiza TV serija, muzičkih spotova i javnih izvedbi u domenu popularnog i masovnog, s navedenim najupečatljivijim primerima. Animal print je životinjska šara koja se u ovom radu analizira kao deo odevnih predmeta ili deo narativnog ili performativnog prostora u kojem je sniman film, reklama ili video spot, a predstavlja privatni ili javni prostor u kojem se kreću junaci filmova ili TV serija, video spotova, stripova i slično. Cilj ove studije jeste da pokaže značaj fenomena animal printa odnosno obrasca pop-kulture koji se, kao evergrin ili klasik, javlja u određenim ciklusima i kao takav postaje nazaobilazni deo kulture i svakodnevice. Animal print je, u izvesnom smislu, metafenomen i može se posmatrati kao obrazac i konstitutivni element popularne kulture uopšte. Teoretizacija i problematizacija fenomena animal printa predstavlja metateorijsko i metakritičko promišljanje, koje uspostavlja parametre temeljnih definicija kriterijuma pop-kulture. Studija je zasnovana na nekoliko hipoteza, o čemu će biti više reči u nastavku rada, u metodološkom delu.

1.1. Pojmovno-teorijski okvir

Tema rada je tekstualna i interpretativna analiza animal printa u primerima filmova s (post)jugoslovenskog prostora u periodu od 1970. do danas, kao i u vizuelnoj popularnoj kulturi s istog područja, koja podrazumeva muzičke video spotove, TV serije, sitkome, jutjub (*youtube*) snimke i slično. U radu će biti problematizovani pobrojani vizuelni predlošci.

Predmet rada čini analiza filmskih ostvarenja i umetnika kod kojih se interpretira tema animal printa u sferi tela i telesnosti, s posebnim osvrtom na subverzivni potencijal. Animal print je životinjska šara koja je u ovom radu analizirana kao segment odevnih predmeta ili kao deo dekora narativnog prostora filma, reklame, video spota i slično.

Pojam kojim se bavimo u radu je animal print ili životinjska šara. Često se pominje prva formulacija jer je pojam izvorno i nastao u okvirima popularne kulture u Americi, na engleskom govornom području. Pojam se razmatra kao šara unutar pojmovnog sistema mode, popularne kulture i reprezentacije tela i telesnosti. Rad iz tog razloga ima četverodelnu strukturu:

- animal print i reprezentacije tela i telesnosti
- animal print i popularna kultura
- animal print i moda
- animal print i mediji

Teorije koje razmatramo u radu:

- TEORIJA LIMINALNOSTI

Pojam liminalnosti potiče iz izučavanja rituala. Odevanje je ritualna radnja, a u radu će biti dovedene u vezu ritualne radnje odevanja, šamanskog izvođenja, koje je proučavao Ričard Šekner (Richard Schechner) kao totalnu glumu ili performans, i animal print kao prvi odevni ukras. Viktor Tarner (Victor Turner) je skovao termin i objasnio da su rituali usko povezani s iskustvima prelaza ili graničnim iskustvima. Nemačka teatrološkinja Erika Fišer Lihte (Erika Fischer Lichte) termin liminalnosti obrazlaže kao granično iskustvo prelaženja praga tela i telesnosti ili, u slučaju prostora, prostornosti iz životinjskog u ljudsko i, obrnuto, iz ljudskog u životinjsko. Događajni karakter rituala, prema Kepingu i Ursuli Rao (Klaus-Peter Köpping i Ursula Rao), određuje rituale kao transformišuće akte kojima se pripisuje moć da u svakom mogućem pogledu preobrazu svaki

kontekst radnje i značenja, a takođe i svaki okvir i sve konstitutivne elemente i osobe, i time osobama i simbolima daju novi status. Fišer Lihte zaključuje da faza praga može da dovede ne samo do promene društvenog statusa nego i do njegove transformacije.

- TEORIJA KIBORGA

Dona Haravej (Donna J. Haraway) u *Manifestu za kiborge*, pored toga što piše o odnosu čoveka i mašine, govori i o međuprostoru između čoveka i životinje. Kiborg se u mitu javlja tamo gde je razgraničenje prekoračeno. Pojam praga već smo pominjali u okviru teorije liminalnosti. Ona objašnjava estetsko iskustvo koje se može uspostaviti putem nesvakidašnjih događaja, ali i percepcijom običnog. Ako obično postane upadljivo suprotnost se urušava, a stvari se pretvaraju u svoju suprotnost. U tom slučaju onaj koji posmatra realnost doživljava kao začaranu, a upravo je začaranost ono što ga može dovesti u stanje liminalnosti i što ga može transformisati. Transformacija ili promena je sadržaj naše pomoćne hipoteze u kojoj stoji da animal print može dovesti do promene. Ova teorija pomaže u proveravanju ove hipoteze na brojnim primerima.

- TEORIJA HIBRIDA I MIMIKRIJE

Homi Baba (Homi K. Bhabha) svojom razradom pojmova hibridnosti i mimikrije, kojima je opisao ambivalentne okolnosti kolonijalnih odnosa i diskursa, ostavio je značajan trag u postkolonijalnoj teoriji. U ovom radu razrađujemo pitanje na koji način lokalnim prilagođavanjem i mimikrijom pomoću animal printa dolazi do poroznih i popustljivih granica među klasama.

- TEORIJA KEMPA

Kemp je razrađen unutar estetske paradigme kempizacije. Primeri koje proučavamo su filmovi i medijski sadržaji, kao i ličnosti kvir (*queer*) i transrodne i transvestitske orijentacije: *Marble Ass*, *Ustav Republike Hrvatske*, transvestitska epizoda detektivske istrage u *Davitelju protiv davitelja* i Andrea Jokimovska, učesnica TV rijaliti šou programa *Veliki brat 2015*.

- TEORIJA POPULARNE KULTURE

S obzirom na to da je u samoj definiciji animal printa sadržana intertekstualna pretpostavka, i mi smo animal print definisali kao intertekstualni konstrukt, rizomski sistem referenci, citata, metafora, a popularna kultura nam je jedan od kanala uvida. Metatekstualnost, metanarativnost i metaforičnost česte su odlike tekstova u popularnoj kulturi, gde jedan tekst predstavlja metaforu za drugi. Iz tog ugla posmatrano, animal print predstavlja metaprint i njegova metapozicioniranost ogleda se u metaforama, gde i sam prefiks *meta* predstavlja poziciju s one strane i implicira prekoračenu granicu. Prelaženje granice nadovezuje se na teoriju liminalnosti – prelazi se prag između životinjskog i ljudskog, dospeva se u međuprostor.

- TEORIJA NEMESTA MARKA OŽEA

Mark Ože (Marc Auge), francuski antropolog, autor je teorije nemesta. Nemesta u našem radu predstavljaju narativni odnosno performativni prostor animal printa u nekoliko primera. Proveravamo glavnu, kao i pomoćnu, hipotezu teorijom o nemestu kao prolaznom prostoru – proizvodu nadmodernog doba.

- TEORIJA GEOGRAFIJE BEZMESTA (*Placelessness*) EDVARDA RELFA

Edvard Relf (Edward Relph) je podelio osećaj pojedinca prema mestu na autsajderski i insajderski. Termine insajderstvo i autsajderstvo je kasnije klasifikovao na: bihevioralno insajderstvo, koje podrazumeva bivanje u mestu i njegovo percipiranje kao skupa objekata i ponašanja; empatijsko insajderstvo, koje, za razliku od bihevioralnog koje podrazumeva fizičko bivanje u mestu, podrazumeva i posedovanje empatijskog odnosa, koji rezultira razumevanjem mesta, shvatanjem njegovog značenja i stvaranjem emotivne veze s njim; egzistencijalno insajderstvo predstavlja najdublji odnos prema mestu, podrazumeva duboku identifikaciju i povezanost s mestom; indirektno insajderstvo podrazumeva posredan odnos, poput slike stvarnih ili imaginarnih mesta. Autsajderstvo može biti: egzistencijalno, koje je u suprotnosti prema egzistencijalnom insajderstvu i predstavlja nepripadanje mestu, sadrži površne karakteristike koje ga čine dekorativnim prostorom u kojem se dešava neka aktivnost, izvođenje neke radnje; objektivno autsajderstvo je svesno distancirano stanje prema mestu; slučajno autsajderstvo je nekontrolisano, nesvesno doživljavanje mesta kao nevažnog i odnosi se na mesta prolaza. Relfovu teoriju primenjujemo u slučaju animal

printa u narativnom ili performativnom prostoru. Edvard Relf konstatuje da su vladajući politički i ekonomski sistemi odgovorni za gubljenje autentičnosti mesta, pa stoga uvodi pojam geografije bezmesta, što podrazumeva slabljenje identiteta mesta do mere gde mesta počinju da liče i nude isti osećaj.

Teorije koje dodatno pomažu pri rasvetljavanju fenomena animal printa su feminističke interpretacije Andree Dworkin (Andrea Dworkin) o ženi koja je izložena pornografskoj upotrebi radi zadovoljenja muških želja i prohteva. Svoju feminističku interpretaciju, zasnovanu na istraživanjima pornografskog predstavljanja žena u medijima, Andrea Dworkin je opisala u knjizi *Pornografija: muškarci poseduju žene (Pornography: Men Possessing Women)*, kao i u predlogu antipornografskog zakona koji je sastavila zajedno s Ketrin Mekinon (Catherine McKinnon).

1.2. Ciljevi

Ciljeve grupišemo u nekoliko zasebnih celina, među kojima su dominantne dve: u teorijskom delu istraživanja pokušaćemo da, uz pomoć uvida u najvažnija mesta stručne literature, damo odgovore na sledeća pitanja – koje su osnovne karakteristike animal printa, koja se obeležja stila i koje se vrednosti vezuju za animal print.

U empirijskom delu istraživanja, ciljevi su nam sledeći:

- da utvrdimo specifičnosti animal printa na prostoru regiona u periodu 1970 – 2017
- da utvrdimo kako se odvija prilagođavanje animal printa sociokulturnim uslovima koji su vladali u bivšoj državi i koji vladaju u postjugoslovenskoj stvarnosti
- da utvrdimo lokalne prakse prevođenja kulturnog obrasca animal printa
- da utvrdimo hronologiju i genezu odnosno istorijski razvoj i poreklo životinjske šare

Doprinos spoznaji tretmana tela u popularnoj kulturi u svetlu teorije animal printa predstavlja jedan od glavnih ciljeva ovog rada. Takođe, jedan od naših ciljeva je da se istraže načini na koje se animal print pojavljuje u vizuelnim sadržajima popularne kulture na ovom prostoru u smislu celovitosti, ali i to da li postoje izvesne stilske razlike u određenim sredinama, kao i da se odgovori na pitanje na koji način bi to moglo da bude posmatrano iz inostranstva. Postoje li neke srodne tendencije u pojavljivanju ove vrste printa u svetu i u ex-YU? Brojni su tekstovi o animal printu, a svi tekstovi uvek stoje u složenom međusobnom dijalogu. Intertekstualne veze podrazumevaju upućivanje na druge tekstove, žanrove, teme, forme i stilove. Svaki tekst se može smatrati

intertekstom jer se sastoji od niza referenci koje upućuju na druge tekstove. Naše razumevanje, iz toga proizilazi, u većoj meri zavisi od poznavanja svih drugih tekstova. To je za razumevanje animal printa kao interteksta, diskursa pop-kulture, od presudnog značaja jer je ovaj samoodrživi fenomen, koji je postepeno od modernog postao klasik, cikličnog repetitivnog karaktera, osvedočen u vremenu, nemoguće posmatrati bez uzimanja u obzir velikog broja tekstova. Naš cilj je, dakle, analiziranje mnogobrojnih tekstova kako bismo unapredili saznanja u teoriji animal printa.

1.3. Hipoteze

Naša glavna hipoteza glasi: medijsko predstavljanje animal printa, koji je životinjska šara, u ovom radu analizirana kao segment odevnih predmeta i deo narativnog odnosno performativnog prostora u kojem je sniman film, reklama i video spot, a predstavlja privatni ili javni prostor kroz koji se kreću junaci filmova i TV serija, video spotova, stripova i slično, utiče na formiranje vrednosnih sudova i preispitivanje postojećih.

Naša druga, ali ne manje važna, hipoteza jeste da animal print može biti predmet teorijske analize unutar četiri stilske paradigme:

- a) **Glamurizacija** – Animal print je deo materijalne kulture glamura i zapaža se još u periodu ranog Holivuda. Na osnovu njegovih osnovnih karakteristika i velikog broja primera, možemo da kažemo da je glamurizacija paradigma kojom objašnjavamo fenomen animal printa. Prva od četiri dominantne stilske tendencije, glamurizacija, naslanja se na nasleđe Holivuda i narativ zvezde koji je dao Ričard Dajer (Richard Dyer) u svojoj studiji *Stars*. Gandl i Kasteli (Stephen Gundle i Clino T. Castelli) u svojoj studiji *Glamour* razrađuju sve pojedinosti i elemente glamura, a životinjska šara pripada materijalnoj kulturi glamurizacije. Unutar sistema zvezda posebno se obrađuju filmski junaci i junakinje, *Do it Yourself* (uradi sam) zvezde, kao i celetoidi ili zvezde rijaliti programa. Gandl i Kasteli pišu o glamuru kao o kulturi komercijalnog zavođenja jer dolazi do slabljenja aristokratske moći, a ona se, paradoksalno, približava tržištu. Kako animal print ima, pre svega, optičke karakteristike koje su superorne u domenu hipnotičkog preuzimanja pažnje, ova šara prednjači u svim komercijalnim medijskim formatima. Istorijski, šamanski pokret upravo se oslanjao na hipnotički aspekt odevnih predmeta od životinjske kože jer – kako ističe Ričard Šekner (), o čemu će biti reči u poglavlju *Zoomorfizacija* – od presudnog značaja je bilo obezbediti prisutnost i budnost publike. Prva komercijalna medijska fabrika animal printa bio je Holivud. Dalje će u

tekstu biti analiziran odnos animal printa i antijunaka. Antijunaci na čijim primerima razrađujemo ovaj odnos su lik Nikole u filmu *Mi nismo anđeli 1* (Srđan Dragojević, 1992), Milić Vukašinović, s posebnim osvrtom na njegovo folk-rok iskustvo, te Gogo Base (Goran Todić), učesnik TV rijaliti programa *Veliki brat*. Šara bika ili *bull print* deo je materijalne kulture glamura antijunaka vesterna, koji se javljaju kao znak kritike društva. Goran Todić je celetoid-antijunak jer, iako glumac po vokaciji, ne radi u struci i njegova poznatost realizovana je pomoću D.I.Y. (uradi sam) koncepta u rijalitetima. Erotski glamur izgled prisutan je kod folk diva Lepe Brene, Svetlane Cece Ražnatović i Jelene Karleuše, a posebno se, kao metatekst, razmatra erotski glamur Vesne Zmijanac u filmu *Sok od šljiva* Branka Baletića (1981). Tri folk dive analiziramo u poglavlju o egzotizaciji jer su one deo etno-egzotičkog okvira. Pank glamur estetiku Slađane Milošević, kao i onu koju prepoznajemo u filmu *Pank nije mrtav* (*Pankot ne e mrtov*, Vladimir Blaževski, 2011) razmatramo kroz teoriju uličnih stilova Teda Polhemusa (Ted Polhemus). Analitičar i teoretičar uličnih stilova, antropolog i fotograf, Polhemus piše i o novim romantičarima, kojima u lokalnim uslovima pripadaju Oliver Mandić i Slađana Milošević (u kasnijoj fazi). Cirkuski glamur u lokalnim prilikama vidimo na primeru Vilmoša Kauboja, novosadske naturščik-atrakcije, koji je tokom jedne izvođačke sezone nastupao sa sastavom *Laboratorija zvuka*. Njegove pantalone s tigar printom tačka su presecanja triju estetskih paradigmi: glamurizacije, egzotizacije i kempizacije. On je kemp ikona s aurom posebnosti, nosilac egzotične glamur estetike. Urbani glamur materijalizovan je u odevnim predmetima sa životinjskom šarom zagrebačkog surf-rok sastava *Bambi Molesters*. Gandl i Kasteli ističu seksualizaciju robe kao glavnu karakteristiku potrošačke kulture. Spektakularizacija ženstvenosti vidljiva je na primeru regionalnih amazonki.

- b) **Egzotizacija** – Narativ egzotike nudi narativ senzualnosti, perverzije, raskalašnosti, žudnju, što je izraženo jakim bojama, upadljivim printovima i ostalim asocijacijama na bogatstvo i sjaj. Egzotično je uvek bilo povezivano s erotskim. Posmatrano kroz paradigmu egzotizacije, dve glavne karakteristike animal printa su upravo te: obilje i polimorfna erotičnost. Druga stilska paradigma, egzotizacija u mnogim elementima se preklapa s glamurizacijom, ali ima i neke autonomne osobine. Unutar ove paradigme pokušaćemo objasniti kako se artikuliše kolonijalni tj. postkolonijalni identitet, oslanjajući se na teoriju Homija Babe. Kako animal print učestvuje u artikulaciji identiteta? U dokumentarnom filmu *Gangster te voli* (Nebojša Slijepčević, 2013) posmatramo lik Bugarke koja pokušava da se udomi u Hrvatskoj.

- c) **Kempizacija** – Kemp (ovde pre svega mislimo na homoseksulani kemp) transrodnog je karaktera, ima elemente travestije. Travestija je ritualna jer dolazi do presvlačenja, odevanja koje pruža mogućnost promene. Iz primera koje navodimo, mi uočavamo da je animal print prisutan u okvirima ove stilske paradigme i kao takvog ga možemo objašnjavati kao liminalnu kategoriju. Kempizacija se najviše tiče pitanja stila i pre svega se vezuje za kemp izvesne osobe. Pregled kemp ličnosti kroz koji se elaborirano objašnjava i sama suština kempa data je u studiji *Kemp, laž koja govori istinu* Filipa Kora (Philip Core). Definicija Filipa Kora upućuje na paradoksalnu prirodu kempa, koji obiluje animal printom. Životinjska šara prisutna je u svim podvrstama kempa, ali je dominantna u homoseksualnom kempu i sastavni je deo *drag dress* koda. Travestiju objašnjavamo teorijom liminalnosti. Unutar tematskog okvira koji se bavi transrodnim presvlačenjem ili travestijom biće reči o primerima: *Dupe od mramora* (*Marble Ass*, 1993) Želimira Žilnika (ovaj film ćemo dalje u radu nazivati njegovim naslovom na engleskom jeziku, po kojem je mnogo poznatiji široj publici) i o liku Merilin/ke, *Davitelj protiv davitelja* (1984) Slobodana Šijana i o liku inspektora na zadatku, *Ustav Republike Hrvatske* (2016) Rajka Grlića i o liku Vjekoslava Kralja, kao i o Andrei Jokimovski, učesnici *Velikog brata 2015*.

Ostali primeri koji nisu unutar travestiranog kempa, ali jesu kemp su: lik Trokrilnog u filmu *U raljama života* (1984) Rajka Grlića, kemp imaginarijum Dejana Milićevića u spotovima *Stoje Žena starija*, *Lepe Brene Luda za tobom*, *D&D Izaberi* i *Marija*, zatim lik Turbo Suki u *Ranama* Srđana Dragojevića (1998).

Primer koji proučavamo kao visoki kemp je lik Ramba Amadeusa, s polazištem u filmu *Slatko od snova* (1994) Vladimira Živkovića, gde Rambo Amadeus tumači lik Bruna X, i kemp imaginarijum grupe *Let 3*, koja svoju vizuelnost može delimično objasniti bahtinovskim karnevalskim duhom i elementima čulnosti, koja proističe iz duge tradicije karnevala u Rijeci u kojoj grupa živi i radi.

Posmatran kao fenomen unutar stilske paradigme kempizacije, animal print je pre svega liminalnog karaktera. Teorija liminalnosti je zasnovana na konceptu antropologa Viktora Tarnera, a mi je posmatramo iz ugla teoretičarke izvođenja Erike Fišer Lihte.

- d) **Zoomorfizacija** – Zoomorfizacija ljudske seksualnosti proizilazi iz antropogeneze i totemskih koncepcija, gde se ljudsko poreklo vezuje za neku vrstu sakralizovane životinje. Zoomorfizacija je predstavljena kroz teorije liminalnosti ili prelaza, utemeljene kod Fišer Lihte i u teorijskom tekstu *Manifest za kiborge* Done Haravej, gde

se razmatraju totemističke pretpostavke, teorija šamanizma i kulturna zoologija. Polazimo od postavki Ričarda Šeknera o totalnoj glumi odnosno o šamanu kao totalnom performeru ili izvođaču koji je koristio kostim sa životinjskim šarama kako bi obezbedio hipnotisanost publike, ali i omogućio liminalna stanja prelaska između čoveka i životinje. Tako zoomorfizovan, šaman bi uspevao da isprati mrtve, isceli bolesne, ali pre svega da zabavi, jer je element zabave u šamanskom izvođenju imao ključni efekat. Erika Fišer Lihte u *Estetici performativne umjetnosti* kaže: “Ako se suprotnosti poklapaju, jedno ujedno može biti drugim, onda se pažnja usmjerava na prijelaz jednog stanja u drugo. Otvara se prostor između suprotnosti, njihov među-prostor” [Fišer Lihte, 2009: 215]. Nikola Visković objašnjava odnos čoveka i životinje u studiji *Kulturna zoologija*, dok Šekner razmatra pitanje totalne glume kod šamana koji su odeveni u odeću s animal printom kao elementom začaravanja sveta.

Pomoćne hipoteze tiču se subverzivnosti i intertekstualnosti.

Animal print je subverzivni narativ, onaj koji podriva vrednosne matrice kroz četiri stilske paradigme. Subverzivno funkcionisanje nastaje u istorijskom kontekstu kada tekstovi pop-kulture postaju polje iskazivanja marginalizovanih društvenih identiteta i funkcija – antiglobalizma, antisemitizma, socijalno svesnih filmova, albuma i pesama koje kritikuju politički sistem, borbe za manjinska prava [Janković, 2009: 7].

Animal print predstavlja intertekstualnu konstrukciju koja se proizvodi upotrebom različitih medija i kulturnih praksi.

1.4. Metode i tehnike

Četiri dominantne stilske paradigme nude ključ za razumevanje post-jugoslovenskog animal printa. One su dominantne iz nekoliko razloga. Prvo, zato što nude refleksiju svetskog fenomena kroz lokalne prilike i ideološke matrice koje su prevladavale tokom postojanja Jugoslavije, ali i u poratnom periodu tranzicije i demokratije. Prilike lokalnog glamura uklapaju se u svetsku kulturu komercijalnog zavođenja, ali dodatno distorzirane okolnostima na terenu. Tako, animal print pripada somatskim i afektivnim tehnikama u radnim praksama folk pevačica. Afektivna komponenta podrazumeva rad čija je namena da proizvede ili modifikuje ljudska emotivna iskustva. Metodologija koja će biti sprovedena u radu u osnovi je interdisciplinarnog karaktera i ogleda se u analizi i primeni različitih teorija vezanih za medije, reprezentaciju tela i telesnosti,

popularnu kulturu, kao i u kombinovanju metoda teorije interpretacije, deskriptivno-istorijske, kritičko-analitičke, kvalitativne i komparativne analize sadržaja.

Shvatajući metodologiju kao logičku disciplinu koja, između ostalog, sistematizuje i ocenjuje istraživačka iskustva jedne nauke, proučava naučni sistem i razvija logičke principe, koja ima heurističku funkciju i podrazumeva istraživanje novih spoznaja, važno je u svakom istraživačkom radu, pa i u našem, izabrati metode koje će omogućiti ostvarivanje nabrojanih metodoloških ciljeva vezanih za temu i predmet rada. Primenom odgovarajućih metodoloških postupaka, želja nam je da objektivno, dokumentovano i u potpunosti objasnimo animal print, da dođemo do uzroka nastajanja animal printa kao fenomena i objasnimo njegovu strukturu i primenu i, na kraju, pokušamo da dokučimo posledice koji on kao pojava uzrokuje.

Od koristi će nam biti gnoseologija² – filozofska disciplina koja se bavi saznanjem. Ona treba da nam pomogne da dođemo do izvora ili porekla saznanja o animal printu. Da li je to misticizam, dogmatizam ili realizam?

Kao izvore metodoloških saznanja za temu našeg rada vidimo:

- naučna istraživanja
- praćenje logičke i gnoseološke misli u filozofiji – usvajanje osnovnih istraživačkih saznanja
- razvijanje navika, potreba i mogućnosti metodološki korektnog mišljenja i sopstvene istraživačke kreativnosti

Za strategiju našeg naučnog istraživanja poslužiće nam opšte metode, koje su iste u svim naukama: analiza, sinteza, apstrakcija, generalizacija, indukcija i dedukcija.

Posmatranjem očekujemo da dođemo do veza između animal printa i društvene celine u kojoj ga posmatramo. U radu ćemo, na osnovu istraživanja pojedinačnih slučajeva, dovesti pojedinačno u konteskt šire društvene zajednice.

Koristićemo i metod razumevanja, koji prevladava u društvenim naukama, za razliku od prirodnih u kojima se koristi metod objašnjenja. Metod razumevanja u našem slučaju podrazumeva:

- istoricizam, jer je znanje o društvu istorijske prirode. Ovde razmatramo istorijsku održivost animal printa

² Gnoseologija je teorija spoznaje, koja istražuje korene, mogućnosti i domete ljudskog saznanja. Kao sinonim koristi se reč epistemologija, a njen zvanični početak kao jedne od oblasti filozofije, posledica rasprava između racionalista i empirista, vezuje se za Dekarta i Loka. U fokusu njihove rasprave bilo je pitanje da li je i kada je bolji koncept *apriori* od koncepta *aposteriori*.

- hermeneutiku, umeće razumevanja i tumačenja tekstova i njihovog smisla
- razumevanje i tumačenje svega što se odnosi na ljudske manifestacije, u našem slučaju animal print, jer ljudsko ponašanje ima subjektivan smisao

Otvaraju se mogućnosti daljih naučnih istraživanja sličnih fenomena: primene određenih boja ili uzoraka, tzv. printova, u lokalnim prilikama u medijskim sadržajima. Pored toga, otvaraju se pitanja kako animal print učestvuje u artikulaciji identiteta. U celini teze koja se sprovodi u radu izrazita je težnja ka uspostavljanju tačaka pozicioniranja animal printa u popularnoj kulturi, ali i u kulturi uopšte; zatim, ka pružanju kompleksne analize svih medijskih sadržaja u kojima se pojavljuje animal print i u ponudi teorijski utemeljene eksplikacije odnosa animal printa s društvenim kontekstom vremena koje obrađuje, a na prostorima koji se danas nazivaju region.

Tehnike istraživanja

- Posmatranje (koje je i metoda) pripada najstarijim načinima prikupljanja podataka, ono je početni oblik istraživanja, a kao dopuna primenjuje se i kasnije.
- Ispitivanje (intervju) podrazumeva verbalnu, pisanu ili usmenu komunikaciju između ispitivača i ispitanika i ima brojne prednosti, među kojima su: obaveštavanje o sadašnjim, prošlim ili budućim stanjima, u relativno kratkom vremenu nalaženje velike količine podataka, kao i dolaženje do podataka do kojih se ne može doći na drugi način. Svesni smo ograničenja koje ova metoda ima, koja se prevashodno odnose na činjenicu da ispitanik može dati subjektivnu predstavu, ne mora biti dovoljno obavešten i ne mora hteti da pruži prave odgovore.
- Analiza sadržaja – dokumenata, knjiga, novina, radio emisija, fotografija i drugih poruka. Analizira se ko je poruke uputio kome, šta one sadrže, u kojim su društvenim uslovima razmenjene, koja je funkcija i cilj poruke.
- Analize teksta i diskursa: strukturalna, narativna, ikonička i reprezentacijska.
- Medijska arheologija regiona: filmovi, TV serije, televizijski rijaliti šou-programi, video spotovi, emisije (tok-šou ili intervju), društvene mreže.
- Medijska arheologija svetske baštine u slučaju uporednog metoda i traženja uzroka pojave u regionu.

Medijska arheologija podrazumeva analizu medijskih formi kao simptoma društvenih fenomena, a uključuje: filmske sekvence, televizijske serije, reklame i spotove u kojima junaci i junakinje nose animal print ili se nalaze u ambijentima dekorisanim animal printom. Portretisane osobe su definisane posredstvom odlika vremena i društva u kojem žive, indirektno reflektovanim u njihovom izgledu, zbog čega predstavljaju simptome društvenih fenomena. Njihov način oblačenja je izraz ličnih sklonosti ali je, takođe, neosporno determinisan socijalnim i kulturnim faktorima. Uzorak čine medijski sadržaji s teritorije regiona, u najvećem broju slučajeva prostor bivše Jugoslavije i jedan primer iz Bugarske. Vremenski uzorak je strukturisan prema kriterijumu – dvadeset godina pre rata i dvadeset godina posle rata, kako bismo dobili ravnomerno raspoređen uvid u medijske sadržaje koji su bili zastupljeni u celovitoj državi, kao i tokom rata i posle rata u novonastalim državama. Polazeći od pomoćne hipoteze da animal print ima subverzivan narativ, smatramo da upravo on nagoveštava promenu vrednosnog sistema u ideološkom smislu i to objašnjavamo kroz primere koji su disperzovani u vremenskom i u geografskom okviru. Taj prostor podrazumeva bivše republike Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije: Sloveniju, Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju, Makedoniju i Crnu Goru. U današnjem diskursu ovaj prostor se još uvek naziva postjugoslovenski.

1.5. Struktura rada

U okvirima prvog poglavlja razmatramo pojmove modnog sistema: trickle-down i trickle-up, te trickle-across. Ta tri pojma predstavljaju, zapravo, teoriju širenja mode. Prema prvoj teoriji, moda se širi odozgo prema dole, po drugom principu – odozdo prema gore, a treća teorija podrazumeva prelivajući princip, koji je modno difuzan i gde se moda širi po svim pravcima i modelima. Pojmovi koji se razmatraju unutar poglavlja Animal print i reprezentacija tela i telesnosti jesu mimikričnost i upadljivost. To su, ujedno, i dve karakteristike animal printa koje zajedno čine paradoksalnost glavnog pojma.

U drugom delu rad ima četvorodelnu strukturu jer se bavimo animal printom razmatrajući ga kroz četiri estetske paradigme:

- zoomorfizam
- glamur
- egzotika
- kemp

Treći deo rada konstituisan je iz studije slučaja koji su podeljeni u četiri potceline: filmovi, TV serije, popularna kultura i masovna kultura (estrada) što predstavlja zapravo medijaciju. Apendiks se sastoji od sedamdeset osam fotografija isečaka iz filmova ili TV serija, televizijskih nastupa, rijalitija, portretnih fotografija pripadnika pop ili estradne kulturne scene.

II ANIMAL PRINT I REPREZENTACIJE TELA I TELESNOSTI

2.1. Mimikričnost i uočljivost/upadljivost.

Žak Lakan (Jacques Lacan) u *Četiri temeljna pojma psihoanalize* kaže: "Mimikrija otkriva nešto, utoliko ukoliko se ono razlikuje od onoga što bi se moglo nazvati ono-samo, koje je iza. Učinak mimikrije je prikrivanje... Nije riječ o slaganju s podlogom, već, da se na šarenoj podlozi postane šaren – upravo kakva je i tehnika prikrivanja u ratnim operacijama kod ljudi." [Lakan, 1986: 231]. Homi Baba u knjizi *Smeštanje kulture* govori kroz čitavo jedno poglavlje o mimikriji u okviru kolonijalnog diskursa. Mimikrija, da bi bila delotvorna, po Babi, mora neprestano da prizvodi svoja iskliznuća, svoj suvišak, svoju razliku. On dodaje da unutar konfliktne ekonomije kolonijalnog diskursa mimikrija predstavlja jedan ironični kompromis. Mimikrija je kolonijalna želja za reformisanim, prepoznatljivim Drugim, kao subjektom jedne razlike koja je skoro, ali ne sasvim, ista. Drugim rečima, da bi bila delotvorna mimikrija mora stalno da proizvodi svoja iskliznuća. Baba precizno definiše proces mimikrije, u kome se kroz vizualizaciju moći prisvaja Drugi. Mimikrija je znak i onog drugog, razlike odnosno, kako to vidi Baba, neprikladnog ili nepokornosti. Baba smatra da je dejstvo mimikrije na autoritet kolonijalnog diskursa duboko i remetilačko.

Mimikričnost je objašnjena i u knjizi Zaher-Mazoha *Venera u krznu* (*Venus in Furs*, Leopold Von Sacher-Masoch): "Noseći krzno, zvezde su nudile model koji su mogle da kopiraju žene iz srednje klase, a koje nisu ekonomski baš dobro stajale, kako bi stekle simboličnu snagu."

Torsten Veblen (Thorstein Veblen), američki ekonomista, antropolog i sociolog, objavio je 1899. prvu studiju o fenomenu mode u društvenim uslovima potrošačkog kapitalizma, *Teoriju dokoličarske klase*. Po njemu, jedan bitan sloj mode predstavlja upravo – oponašanje. Ono se odvija u prostorima sveta srednje klase, te nižih klasa i slojeva. Oponašanjem stilova života bogataša dolazi do nastanka posebnog, hibridnog stila života oponašatelja. „Svaki se događaj modne difuzije odozgo spram dolje odvija kao profaniranje luksuza i dekadencije bogatih do stupnja gubitka razlikovanja ranga. U modernoj književnosti prve polovine XX. stoljeća najbolji prikaz tog procesa stila života nove kulturne buržoazije nalazimo u romanu Francisa Scotta Fitzgeralda *Veliki Gatsby* (*Big Gatsby*)“ [Paić, 2007: 89].

Upadljivost delimično proizilazi, i moguće ju je s njom povezati, iz sinematičnosti, još jednom od vrlo bitnih osobina odeće u ranom Holivudu. Naime, odeća je dizajnirana sinematično, na preteran način i korišćenjem tekstura, boja i efekata koji će postići najjači utisak na platnu.

Na osnovu podele o kojoj govori francuski pisac Le Klezio³ (Jean-Marie Gustave Le Clezio), animal print se nalazi negde između prvog i drugog sveta, između paganskog tela i tela popularne kulture. O popularnoj kulturi kao naslednici paganskog elaborirano govori Kamil Palja (Camille Paglia) u *Seksualnim personama*. Stanje između moglo bi se okarakterisati liminalnim statusom, o kojem govori Erika Fišer Lihte u *Estetici performativne umjetnosti*. To je stanje prelaza, međuprostor. “Ono Između se na taj način unapređuje u privilegiranu kategoriju” [Lihte, 2009: 215]. Lihte se nadovezuje na antropologa Tarnera, koji se bavio ritualnim radnjama, koje ona dalje objašnjava kroz umetničke prakse performativnog. Iz ovog proističe da je odevanje ritual odnosno performans, odnosno podleže istim zakonitostima koje Lihte obrazlaže. O iskustvima prelaza, liminalnom stanju, svedoči i odeća sveštenika u vreme starog Egipta. Sveštenik je nosio lanenu odoru i celu kožu leoparda dok je bogu Zapada nudio cveće. “Glamur je u službi izgradnje autoriteta u onostranom” [Mode, 2015: 55].

U ovom poglavlju razmatraćemo animal print u diskursu koji razvija hrvatski sociolog, politikolog i filozof Žarko Paić u knjizi *Vrtoglavica u modi – Prema vizualnoj semiotici tijela*. Paić, naime, konstatuje da moda nije bila samo znak ljudske potrebe za dopadljivošću niti samo estetska moć zavodjenja, ali ni prikaz ili predodžba društvenog statusa i prestiža. Moda nije, međutim, ni dokaz identiteta, ali jeste pojavnost univerzalne slobode tela. Paić pokušava da dokaže da se pred našim očima odigrava najspektakularniji čin transformacije savremene mode u živu sliku tela. Autor objašnjava da se sada, kada više nema razloga za večnu hiperproizvodnju i potrošnju novog, vrtoglavo vrtimo u krugu recikliranja prošlosti. Maskarade i satirikoni supkulturnih identiteta su na samom kraju svojih mogućnosti provokacije i šokiranja i sve se događa u slobodnom telu života kao kreativnog dizajna.

Antički mislioci pokušavali su da utvrde šta je to što čini ljudsko biće i koja je osnovna supstanca od koje se ono sastoji. Teorije koje su razvijali imaju uticaj na današnje društvene nauke. Još su starogrčki mislioci pre Platona i Aristotela polarizovano posmatrali duh, dušu i telo. To je kasnije preuzela hrišćanska misao i telo je smatrano inferiornim u odnosu na duh, podvođeno je u kategoriju prirode i biologije, a posmatrano je kroz prizmu materijalističkih i fizikalističkih koncepata odnosno objašnjavalo se zakonima i metodama fizike.

³ Žan Mari Gistav Le Klezio u intervjuu za emisiju RTS-a *Savremeni svetski pisci: Sloboda i glad – Ž. M. G. Le Klezio*, na pitanje novinarkne Nede Valčić Lazović - Pišete, *Afrika koja mi je oduzela lice, vratila mi je telo*. Ali ne ono zapadnjačko, hrišćansko telo, već...? - Da, pagansko telo! - Kakvo je to telo? - To je nago telo, telo bez odeće koje napadaju insekti i bolesti, koje je izloženo jarkom suncu, kiši kao i kontaktu s drugima jer su svi u toj oblasti živeli nadu. Mislim da sam tek tada otkrio šta je ljudsko biće u svojoj nagosti. - To Vas je zapanjilo? - Kako da ne! Prvi put sam video nagu ženu tek u Africi. Bio sam zapanjen jer mi smo živeli u katoličkom svetu, vrlo sablažnjivom. Svet moje majke i moje bake bio je prilično zatvoren svet. - U svim Vašim knjigama postoji rascep, s jedne strane tu su Afrika i Južna Amerika, carstvo tela, a s druge, tu je Evropa koja predstavlja lice. To je lice koje baš ne volite? - Imate društva nagih i društva odevenih tela. To zaista postoji. Savremeno društvo zapadnog tipa pridaje veliki značaj odeći, za razliku od indijanskih društava na američkom kontinentu, pa čak i u podnebljima gde ljudi žive obučeni.

U društvenim i humanističkim naukama, telo je od druge polovine dvadesetog veka počelo da zauzima značajno mesto u okviru izučavanja različitih društvenih i kulturnih događanja. Marsel Mos (Marcel Mauss) se još u prvoj polovini dvadesetog veka bavio telesnim tehnikama, koje su zapravo forma korišćenja tela, govoreći da nije moguće prirodno ponašanje nego je ono uvek uslovljeno poretkom društva i kulture. Nešto kasnije je Meri Daglas (Mary Douglas) pokušala da objasni neravnopravnost koju različiti delovi tela imaju u različitim ritualima i socijalnim organizacijama različitih kultura.

Iako prisutno, telo je dugo bilo u potpunom zaboravu i imalo je inferioran položaj u antropološkoj problematici, nije zasebno izučavano niti se obraćala pažnja na pitanja konceptualizacije samog tela. Bilo je posmatrano u okvirima nekih drugih problema kojima se bavila antropologija. Sve do sedamdesetih godina dvadesetog veka telo je bilo u okvirima konceptata biološke univerzalije. Nije bilo proučavanja čovekove telesnosti zbog dihotomije duh-telo, razum-emocije, priroda-kultura, muško-žensko. Anatomija je predstavljala kraj problematizovanja tela u društvenoj teoriji. Telo je posmatrano kao mašina, dok se klasična psihologija bavila samo unutrašnjim čovekovim životom, ne dovodeći ga u vezu s fizički postojećim telom.

Merlo-Pontijeva (Maurice Merleau-Ponty) fenomenologija percepcije imala je najveći uticaj na otvaranje teme o telesnosti. Za Merlo-Pontija telo predstavlja imanentni i transcendentni fenomen i objekat koga čine otelovljena iskustva i subjekat koji ta iskustva živi.

Najveći uticaj na društvenu teoriju i antropologiju imala je osamdesetih godina feministička teorija jer je promenila način shvatanja tela, telesnosti i rodni odnosa. Ukazivala je na antropocentrizam i odsustvo ženske perspektive u naučnom sagledavanju sveta.

Velika pomeranja desila su se nakon *Istorije seksualnosti* Mišela Fukoa (Michel Foucault) jer su njegove rasprave o biološkoj moći izvršile veliki uticaj na antropološko izučavanje tela. Za Fukoa telo je transistorijski i kroskulturalni fenomen, nešto što je u svakom trenutku moguće konstruisati u okviru nekog diskursa.

Kada hoćemo da definišemo šta je to čovek odnosno šta je to ljudski identitet moramo najpre krenuti od njegovog telesnog aspekta, jer se na taj način određuje osnova svakog identiteta, tzv. *numerički identitet*. Naravno, utvrđuje se i ono što je *dublje* od tela, *nevidljivi* genetski identitet, kao i ono što je *šire* od tela, telesno i duhovno zasnovana struktura koju nazivamo *ličnošću*, ali vidljivo fizičko telo, organizam, uvek predstavlja neizbežnu i neukidivu osnovu. Stoga je čudno da je čitava istorija zapadne filozofije, koja je učestvovala u izgrađivanju zapadnjačke kulture, bila istorija

marginalizovanja telesnosti ili, čak, apstrahovanja telesnosti: od Platona, preko Dekarta i nemačkog idealizma, do savremene egzistencijalne filozofije. Tek nedavno, u drugoj polovini dvadesetog veka, počeli su u filozofski *mainstream* da se probijaju i glasovi koji su ukazivali na zablude *bestelesnog filozofiranja*. Ova rehabilitacija telesnosti kao filozofski relevantnog, pa i filozofski odsutnog, problema uključuje fenomenologe poput Merlo-Pontija i Hermana Šmitca (Hermann Schmitz), kao i Mišela Fukoa i poststrukturaliste, feminističke teoretičarke poput Džudit Batler (Judith Butler) i Helen Sikso (Hélène Cixous). Tome treba priključiti i one mislioce koji spadaju u klasike zapadne filozofije, a u čijim se delima danas pronalazi čvrsto uporište za ponovno (i drugačije) promišljanje problematike telesnosti, od Aristotela, preko Marksa (Karl Marx) i Ničea (Friedrich Nietzsche), do Hajdegera (Martin Heidegger). Međutim, trend rehabilitovanja telesnosti nije svojstven samo filozofiji nego i drugim sferama ljudskog mišljenja, delovanja i stvaralaštva, uključujući kako holistički usmerene prirodne nauke tako i socijalno-ekonomsko-političku teoriju, te umetnost.

2.2. Klasa i reprezentacija tela

Istoričar Norbert Elajas (Norbert Elias) u *Procesu civilizacije* piše o tome kako su se u Evropi prilikom prelaska feudalnog društvenog sistema u kapitalistički menjali stavovi o doživljaju tela. On tvrdi da nova klasa, kada dođe na vlast, menja ideje o telu i normama pristojnosti koje su prevladavale u prethodnom društvenom uređenju [Elias, 1994: 55]. Osnova društvene kontrole populacije bila je upravo kontrola tela u strogo hijerarhijskom srednjovekovnom feudalnom društvu. Ruski teoretičar književnosti, Mihail Bahtin (Mikhail Bakhtin) ovde daje ogroman doprinos razumevanju karnevalske kulture u srednjem veku i kaže da se ti odnosi tokom karnevala prekidaju. Ideje o telesnoj pristojnosti bivaju ismejane ili ignorisane. Grotesknost tela je bila predstavljana na karnevalima, koji su bili legitiman prostor za svaku vrstu telesne neumerenosti. Upravo to karnevalsko telo Bahtin je nazvao groteskno telo. Iz ugla groteske telo je predstavljeno od začeca, preko rađanja, sve do smrti, u svim detaljima i fazama; dok je klasično telo skrivalo otvore, klasična predstava tela izostavljala je ove aspekte. “Večito nedovršena priroda tela je bila sakrivena; začecje, trudnoća, rođenje, samrtne muke, gotovo nikada nisu prikazivane” [Elias, 1994: 55].

Sledeći citat vraća nas na uvodni deo teksta o tretmanu tela i nagosti domorodaca.

Tokom čitavog kolonijalnog i postkolonijalnog perioda, fotografija je bila sredstvo u formulisanju konfrontacije između lokalnih i inostranih kulturnih stilova. U okvirima ove konfrontacije, nagost je služila kao vizuelni indikator specifičnih, ali protivrečnih, lokalnih karakteristika. Ona je na raznovrsne načine, simbolizovala primitivnost, nerazvijenost i urođenički način života [Van Šnedel, 2002: 34].

Ponekad je prilikom portretisanja domorodaca stavljan akcenat na primitivnu odeću, ali u većini slučajeva nagost je bila u prvom planu.

O inskriptivnosti ili telu kao površini upisa govori Elizabet Gros (Elisabeth Grosz), australijska profesorka Studija roda. Ona se bavi, pre svega, tetovažama, ali u nastavku teksta navodi odevanje kao manje čvrstu, postojanu i opipljivu od transformacije, koja je efekat telesnog upisa mišićnog naprezanja, ali ne manje inskriptivnu.

Analogno razmišljanju Norberta Elajasa o promeni stavova o doživljaju tela prilikom prelaska iz feudalnog u kapitalistički društveni sistem, u ovom radu iznosi se mišljenje o promeni dolaskom nove klase na vlast u period postjugoslovenske tranzicije. Promenile su se ideje o telu, normama pristojnosti koje su preovladavale u socijalizmu. Životinjska šara predstavlja manifestaciju te promene koju ona smatra ne manje inskriptivnom pojavom od tetovaža kojima se preavshodno bavi u svojoj studiji.

III ANIMAL PRINT I POPULARNA KULTURA

U ovom poglavlju razmatramo različite oblasti popularne kulture koje se, na neposredan ili posredan način, odnose na fenomen koji istražujemo. Problematizovaćemo osobine popularne kulture u širem smislu, ali i one koje se tiču animal printa.

3.1. Narodna/masovna/popularna/visoka kultura – poroznost granica

Kamil Palja u svojoj studiji *Seksualne persone* postepeno dokazuje kako paganska prošlost nije nestala nego se, s novom snagom i voljom za moći, uklopila u popularnu kulturu, koja je, zapravo, novi Vavilon.

“U najširem smislu, popularna kultura je sinonim masovne kulture”, kako primećuje Goran Gocić u *Endi Vorhol i strategije popa*, “a ona pokazuje znakove kontinuiranog razvoja već od kraja XIX veka” [Gocić, 1996: 6]. Pop je načinio izvestan pomak od "demokratije najmanjeg zajedničkog sadržioca" [Džon Stjuart Mil (John Stuart Mill) u Gocić, 1996: 6], socijalne pravde postignute opštim siromaštvom ili masovne kulture prilagođene najnižem ukusu. "Pop se ukazuje kao omladinskom kulturom podmlađena, tržišno i konzumerski orijentisana frakcija mas kulture koja se prostire dokle dopiru metode zavodjenja, a prestaje tamo gde počinju metode prisile" [Gocić, 1996: 7]. Ovde je korisno da navedemo neke eventualne dileme vezane za termine: narodna, masovna, popularna kultura. Antonjina Kloskovska (Antonina Kloskowska) za narodnu kulturu (*folk culture*) kaže da predstavlja antitezu masovnoj (*mass culture*) kulturi, a potonja poprima u epohi industrijskog društva karakteristike popularne kulture (*popular culture*). Stvaralaštvo i autonomija narodne kulture često se suprotstavljaju konformističkom i standardizovanom delovanju masovne kulture [Kloskovska, 1985: 295]. Izričiti zagovornik visoke kulture, Dvajt Mekdonald (Dwight Macdonald) uvažava masovnu kulturu kao izvestan nastavak stare narodne umetnosti, navodeći pritom veće i upadljivije različitosti među njima nego sličnosti. Narodna umetnost je, prema Dvajtu Mekdonaldu, proizvod spontanog i autohtonog izraza naroda. Narodnu kulturu narod je oblikovao prema svojim potrebama, dok je masovna kultura nametnuta iz centara moći. Nju proizvode tehničari unajmljeni od poslovnih ljudi, a njena publika je pasivna i ne učestvuje u stvaralačkom postupku [Mekdonald, 2012: 52]. Moren (Edgar Morin) transformaciju narodnog u masovno objašnjava kroz fenomen u kojem masovna kultura usvaja izvesne folklorne teme koje potom univerzalizuje. Primeri su brojni: vestern, folklor američkog Zapada postaje motiv novog folkloru u celom svetu, slično je i s tangom ili sambom, rumbom i ostalim okretnim plesovima. Želja za povratkom na prvobitne izvore osećajnosti postaje u masovnoj kulturi spona kojom ona zadržava vezu s folklorno-arhaičnom kulturom [Moren, 1979: 74-75].

Masovna kultura, kao ekvivalent kapitalističkog društva, nastala je tridesetih godina dvadesetog veka u Americi. Dvajt Mekdonald joj je pripisivao karakteristike niske vrednosti, a Edgar Moren je

naziva *trećom kulturom*, analogno formulaciji kakva je *treći svet*. *Treću kulturu* proizvode štampa, radio, film i televizija i ona, prema Morenu, prevazilazi nacionalne prepreke i zadobija kosmopolitski karakter. Masovna kultura se po završetku Drugog svetskog rata brzo aklimatizovala u Zapadnoj Evropi, a s obzirom na to da je ona po prirodi kosmopolitska, dobija epitet prve univerzalne kulture u istoriji čovečanstva [Moren, 1979: 15]. Jedna od opštih karakteristika masovne kulture, polazeći od činjenice da je karakteriše demografska eksplozija i sve intenzivniji proces urbanizacije, te mehanizacija i automatizacija proizvodnje, jeste industrijski karakter, iz čega dalje proizilazi prosečnost. Nasuprot avangardi, koja inspiraciju često nalazi u odmaku od sveta, masovna kultura trivijalno ide u susret svetu, kroz spektakl, cirkus i razonodu. Glavne pozitivne karakteristike, pored pomentog elementa internacionalnosti, jesu potencijal ka smanjenju sociokulturnih distanci među društvenim grupama (klasama, slojevima, profesijama, etničkim, generacijskim i verskim grupama). Popularna kultura prihvaćena je među najširim slojevima i zbog toga je neki tretiraju kao narodnu kulturu modernog društva. Osnovnu razliku između folk i pop-kulture verovatno je najbolje objasnio Džon Fisk (John Fisk), rekavši da su proizvodi folk kulture izvan društvene zajednice u kojoj su nastali u statusu tuđinskog, imaju tzv. tuđinski karakter i auru egzotičnog. "Folk kultura izvan društvenih uslova svoje proizvodnje uvek je njihova; popularna kultura je naša, uprkos tome što je, budući industrijska roba, otuđenog porekla" [Fisk, 2001: 197]. Istorija pop-kulture ne može se sagledati kao linearni narativ, što je saglasno s postmodernim odricanjem postojanja velikog (istorijskog) narativa, koji se zamenjuje metanarativom [Janković, 2009: 37].

Bez obzira na jako tradicionalno utemeljenje, narodnoj kulturi se ne mogu poreći svojstva originalnosti, spontanosti, svežine i autentičnosti, koja se odreda pripisuje kulturi višeg nivoa. U *Pojmovniku moderne i postmoderne umetnosti i teorije posle 1950*. Miško Šuvaković objašnjava postmodernu apropijaciju masovne kulture u polju umetnosti.⁴ Bitno je da naglasimo zajedničko svojstvo teoretičara popularne kulture koji preferiraju značenjsku dimenziju kulture, a to je antielitizam. Teoretičari koji su se naslanjali na dela marksista i strukturalista kulturi su prilazili kao dinamičnoj, heterogenoj i promenljivoj oblasti, sa značenjima koja su ideološki konstruisana.

⁴ „Za umetnost postmodernizma je svojstveno brisanje granica između masovne kulture i visoke umetnosti čime je postmoderna kultura prikazana kao medijska simulacija veštačkih simboličkih i erotizovanih oblika ponašanja i izražavanja. Teme rok kulture, filma i sveta spektakla postaju sadržaji postmodernističkog slikarstva i povezuju se sa temama iz evropske istorije umetnosti. Umetnički autobiografski performans, na primer, Lori Anderson se konstruiše kao multimedijalni rok koncert koji je istovremeno parodija sveta rok zvezda i vrhunski profesionalno izvedeni spektakl. Kič i visoke estetske vrednosti se sinhrono proizvode u jednom te istom delu bivajući istovremeno parodija i parodirano. Umetnici koriste produktivna sredstva masovne kulture i odgovarajući kapital čime svoja dela pretvaraju u označitelje (materijalne produkte) epohe bez svoje reference u realnosti, pošto su sve reference u produktivnim mehanizmima proizvodnje, potrošnje i transformacije *iluzija postmodernog doba*. Filozof Žan Bodrijar piše o ekstazi komunikacije, tj. o situaciji u kojoj medijske predstave (zadovoljstva kiča, pornografskog, zabavnog, društvenog) posredstvom elektronskih medija i drugih institucija kulture postaju simbolički objekti ispunjenja želje“ [Šuvaković, 1999: 181].

Teoretičari kao što su: Rejmond Vilijams (Raymond Williams), Ričard Hogart (Richard Hoggarth), Edvard Tompson (Edward Thompson) bili su utemeljeni oko ideje zasnovane na učenju kulture kao teksta, koju su razvili i utemeljili Čarls Moris (Charles Morris) i Rolan Bart (Roland Barthes). Na ovaj način kultura je komunikacija u kojoj se s druge strane teksta nalazi publika.

Pitanjima granica popularne kulture bavi se i srpski historičar Zoran Janjetović i navodi da *prema dole* granica može da bude samo dno ukusa i odsustvo bilo kakvog intelektualnog napora, kako od strane stvaralaca tako i od strane konzumenata, u prevodu – šund. Gornju granicu je mnogo teže odrediti. Janjetović je ne vidi kao oštru granicu već pre kao granični pojas u kojem se ona preklapa s visokom kulturom.⁵

3.2. Pojmovi popularne kulture

Diskurs

Diskurs, kako glasi njegova najopštija definicija, jeste regulisani način govora. Po francuskom teoretičaru Mišelu Fukou, diskurs se odnosi i na jezik i na praksu i ukazuje na regulisanu proizvodnju znanja [Barker, 2000: 54].

Konceptualno, diskurs ukazuje na načine mišljenja, govora, reprezentacije i slično. Postoje dominantni i marginalni diskursi. Razlikuju se od vrste institucija i društvenih praksi koje ga proizvode, ali i po onima kojima se obraćaju. Jedna od mogućih klasifikacija diskursa bila bi sledeća:

- institucionalizovani diskursi (pravo, medicina, nauka)
- diskursi medija (televizija, novine)
- popularni diskursi (pop-muzika, rep, strip, sleng...)

Diskursi mogu da fiksiraju značenja. Ono što nas zanima jeste interesovanje za mehanizme moći u popularnoj kulturi, “za strukturu dominacije, za borbu oko značenja i reprezentacije, za sve ono što proizvodi represiju i nejednakost” [Đurić, 2011: 10].

⁵ „Da li Štrausovi valceri ili popularne arije iz pojedinih opera, koji su poznati širokim slojevima stanovništva, pripadaju visokoj ili popularnoj kulturi? Da li dela Branislava Nušića, Branka Ćopića ili Čarlsa Dikensa pripadaju samo sferi lepe književnosti, ili i sferi popularne literature? Nisu li Nikoletina Bursać i Oliver Twist podjednako poznati širokoj publici kao i Šerlok Holms? Da li Mona Liza i druge poznate slike – koje se često koriste i na plakatima, koricama knjiga i časopisa, pakovanjima raznih proizvoda itd. – pripadaju samo istoriji visoke umetnosti, ili su postale dela popularne kulture *par excellence*?” [Janjetović, 2011: 18].

Proučavati popularnu kulturu znači kretati se po jednom interdisciplinarnom polju u kojem perspektive iz različitih disciplina mogu biti selektivno uzete da bi se istražili odnosi kulture i moći. Interdisciplinarnost podrazumeva da su poništene granice između disciplina i da metodologije različitih nauka više nisu odvojene.

Postoji izvesna potencijalno veća razlika između masovne kulture i popularne kulture, te visoke tzv. učene kulture. Masovna kultura, po nekim teoretičarima, predstavlja narodnu folk kulturu, dok je popularna kultura, po nekima, degradirana masovna kultura nove urbane industrijske radničke klase. Rejmond Vilijams je pisao da popularnu kulturu nije definisao narod nego intelektualci i da se ona upotrebljava u četiri smisla:

1. Izrazom popularna kultura označavamo ona dela koja smatramo inferiornim, kao što je na primer popularna književnost.
2. Izrazom popularna kultura označavamo ona dela koja su i pre nastajanja zamišljena kao popularna. Tu ubrajamo popularno novinarstvo i sve što se može podvesti pod zabavu.
3. Izrazom popularna kultura označavamo ono što se dopada velikom broju ljudi.
4. Izrazom popularna kultura označavamo i kulturu koju narod stvara za sebe.

Osnovno pitanje koje se nameće jeste da li je popularna kultura stvorena *odozdo* iz naroda ili je nametnuta *odozgo* ili je u pitanju interakcija ovih dvaju principa.

Druga bitna stvar koja nas zanima, a važna je za razumevanje animal printa kao fenomena pop-kulture, jeste intertekstualnost. To je koncept koji je nastao u okvirima poststrukturalističkog proučavanja književnosti, medija i popularne kulture. Termin je uvela Julija Kristeva (Юлия Кръстева), bugarska teoretičarka koja živi i radi u Francuskoj. Intertekstualnost se odnosi na pozajmljivanje sadržaja ili stilskih karakteristika koje su nastale u prethodno proizvedenim tekstovima. Po ovom konceptu, tekstovi ne postoje izolovani, već su u složenom međusobnom dijalogu. Intertekstualne veze podrazumevaju upućivanje na druge tekstove, žanrove, teme, forme i stilove. Svaki tekst se može smatrati intertekstom jer se sastoji od niza referenci koje upućuju na druge tekstove. Naše razumevanje, iz toga proizilazi, u velikoj meri zavisi od poznavanja tih drugih tekstova. To je za razumevanje animal printa kao interteksta, diskursa pop-kulture, od presudnog značaja jer je ovaj fenomen, koji je vremenom od modernog postao klasik, osvedočen u vremenu, cikličnog repetitivnog karaktera, samoodrživ, nemoguće posmatrati ako se ne uzme u obzir veliki broj tekstova.

Dominik Strinati (Dominic Strinati), britanski profesor sociologije, autor *Uvoda u teorije popularne kulture*, ističe da su masovni mediji jedina realnost koju imamo. O masovnim medijima se nekada mislilo kao o ogledalu stvarnosti, koje u većoj ili manjoj meri odražava realnost. U postmodernizmu se smatra da se stvarnost može definisati na površini tog ogledala. Nema govora o iskrivljenju stvarnosti jer bi to podrazumevalo da postoji stvarnost i izvan površine medija i da se može iskrivljeno predstavljati [Strinati, 1995: 197].

Popularna kultura nalazi se pred izazovom u postmodernom dobu. Mi ne možemo u potpunosti odvojiti ekonomiju od popularne kulture. Ono što konzumiramo, ono što trošimo jeste popularna kultura. "Područje potrošnje, tj. ono što kupujemo i ono što određuje šta ćemo kupiti, pod njenim je bitnim uplivom" [Maja Đurić, 2011: 86].

Intertekstualnost, metažanrovske pozajmice, citatnost, autoreferentnost, postmoderno kolažiranje, odlike su popularne kulture.

Kontekst je okvir ili okruženje u kome se pojavljuje, nastaje, upotrebljava, označava i razumeva predmet, situacija, događaj, biće, jezik, umetničko delo i njegovo značenje. Kontekstualne teorije značenja pokazuju da značenje umetničkog dela i delovanja ne određuje njegova unutrašnja struktura likovnih i semiotičkih aspekata, već kontekst u kome ono nastaje i funkcioniše. Intertekstualnost pokazuje da značenja umetničkog dela pripadaju različitim kontekstima umetnosti i kulture koja su u međusobnim relacijama razmene, prikazivanja, upotrebe, preobražaja, itd. Slika koja prikazuje bogorodicu je intertekstualna tvorevina pošto u značenjskom smislu pripada kontekstu umetnosti i kontekstu religije. Austrijski teoretičar umetnosti i umetnik Peter Veibel je uveo termin kontekstualna umetnost (context art, engl.) da označi neokonceptualistička istraživanja konteksta kulture i umetnosti tokom 80-ih i 90-ih godina. U kontekstualnoj umetnosti, umetničko delo je sonda kojom umetnik testira različite semantičke, receptivne, kulturološke, ideološke i vrednosne situacije. Umetničko delo se premešta iz konteksta u kontekst preobražavajući svoja značenja, smisao, vrednost i sistem perceptivnih uslova [Šuvaković, 1999: 153].

Metatekstualnost, metanarativnost i metaforičnost česte su odlike tekstova u popularnoj kulturi, gde jedan tekst predstavlja metaforu za drugi. Tako posmatrano, animal print predstavlja metaprint i njegova metapozicioniranost ogleda se u metaforama, gde i sam prefiks *meta* predstavlja *s one strane* i implicira pređenu granicu. "Metafora počiva na značenju različitom od doslovnog. U metafori, značenje prelazi preko granice, uspostavlja novi identitet" [Daković, 2008: 210]. Prelazak

značenja i kretanje tumačenja korespondira s liminalnošću i iskustvima prelaza u performatičnom prostoru o kojem govori prvo Tarner, što kasnije apostrofira Erika Fišer Lihte.

Profesor Bojan Žikić, antropolog, primećuje da se popularna kultura dvadesetog i dvadeset prvog veka pojavljuje kao potencijalno nadkontekstualna, s jasnim referencama u odnosu na kulturnu lokalnost ili, drugim rečima, kulturni simboli koji se upotrebljavaju potiču iz nekog lokalnog kulturnog konteksta ali su većim delom razumljivi u bilo kom kontekstu [Žikić, 2012: 55].

Pitanja koja postavlja Bojan Žikić u tekstu *Popularna kultura: nadkulturna komunikacija* odnose se na pitanje porekla, kao i na to čija je to kultura i kako joj pristupiti. “Popularna kultura se odnosi na interkontekstualno cirkulisanje izvesnih kulturnih proizvoda, te kontekstualno uslovljenih promena u njihovim vrednostima i značenjima” [O Konor, 2006: 253]. Žikić navodi da se popularna kultura uvek posmatra kao relativitet ili korelat u odnosu na elitu tj. elitnu kulturu ili, drugim rečima, popularna kultura bi bila sve ono što nije dvorska, akademska, državno-ideološka i slično. Istraživački naponi u pokušaju lociranja korena savremene popularne kulture vode do srednjovekovnih festivala.

Razlika između visoke i pop-kulture se uočava u brojnosti konzumenata. Popularna kultura se služi metaforama i direktnim jezikom. “Metafore saopštene kroz dela visoke kulture mogu da deluju nerazumljivo i otuđeno” [Fain, 2004: 14]. Po Morenu, definicija popularne kulture definisana je u jednom oglasu za nastavnički posao, a odnosi se na svakodnevnu izražajnost i performativnost, posmatranu u istorijskim, tradicionalnim ili savremenim kulturama, kao i u masovnim medijima i folkloru. Popularna kultura se ne identifikuje s filmom, televizijom i časopisom nego se mediji smatraju kulturnom osnovom u kreiranju popularne kulture. Žikić dodaje i to da navedena perspektiva naglašava aktivnost i procesualnost na račun pasivnosti i statičnosti. Popularna kultura je, prema Žikiću, svojstvo savremenih društava, bar onih koja su urbanizovana i tehnologizovana.

Žikić u elaboraciji odnosa popularne kulture i antropologije naglašava da je potonja osećala izvesnu zgađenost prema popularnoj kulturi, ali da je upravo u domenu odevanja pronalazila mesto u ontološkim i antropološkim istraživanjima u Srbiji, počevši od osamdesetih godina prošlog veka, kao novoustanovljeno sociokulturno ponašanje, preuzimajući odgovarajuće obrasce iz tadašnjih kapitalističkih društava. Pored odevanja, izučavani su nereligijski rituali svakodnevnog života. Odeća, posmatrana kroz diskurs popularne kulture, a u našem fokusu – animal print, kulturni je proizvod, koji je tržišno uspešan i medijski globalno posredovan, te lokalizovan u novim sredinama i glocalno iznova konstruisan da bi zadovoljio potrebe neke društvene ili kulturne grupe te (ove) sredine.

Ono što najviše karakteriše animal print kao diskurs popularne kulture, jeste njegova intertekstualnost u značenju koje Julija Kristeva objašnjava stanjem u kojem ne postoji jedan tekst već samo mogućnost da se jedan tekst objasni drugim i ostalim tekstovima. Animal print pripada popularnoj kulturi jer je njegovo tumačenje otvoreno, sa naglašenim kontinuiranim novim upisom značenja i nikako se ne može reći da je otuđen i nerazumljiv što su pre svega karakteristike visoke kulture prema Fainu. Nameće se i polemički tekst : ukoliko je animal print ponekad deo elitne culture, kako je moguće da je ipak subverzivan?

Kontekst

Kontekst je socioreferentni okvir u kojem se posmatra ili problematizuje neka tema. Bitno je razgraničiti da, na primer, panker iz Londona 1979. nije isto što i panker s Dedinja 1982. godine. Osećaj društvene marginalizovanosti dominira, ali su lokalne karakteristike determinišuće.

Sociokulturni kontekst jeste mesto nastanka popularne kulture, ali ona ga prevazilazi i to prevazilaženje je, zapravo, osnovna karakteristika popularne kulture. Prevazilaženje prvo sociokulturnog konteksta nastanka, pa recepcije u lokalnim okvirima i, najzad, komunikacija u nadkulturnom prostoru. Tako posmatrano, ključno je izučavanje komunikacije, što, prema Žikiću, predstavlja izvesno mentalno mapiranje i organizovanje sveta u kojem živimo na osnovu široke dostupnosti različitih medija. Animal print je komunikacijski metanarativ popularne kulture. “Nije toliko bitno odakle potiče koji kulturni proizvod, koliko čemu služi, te na koji način i s kojom svrhom se koristi, a pogotovo s kakvim značenjem” [Žikić, 2012: 80]. Interpretativne zajednice animal printa određuju njegovo značenje i to stvara pripadnost jednoj novoj nadnacionalnoj grupaciji.

Ono što nas u ovom radu posebno zanima, a tiče se pitanja konteksta, jeste fluidni kontekst. U daljem tekstu definišaćemo ovaj pojam i navešćemo razloge zašto je bitan. U radu ćemo razmatrati pitanja animal printa u nekoliko kategorija, a to su film, TV serije, popularna kultura i masovna kultura. Posmatrajući animal print izolovano od konteksta, mogli bismo doći do zaključka da su forma, sadržaj i poruka ove šare istovetni u svim navedenim kategorijama. U današnjici postoji institucija stiliste, kostimografa i scenografa, koji rade nezavisno od medija na svim poslovima, bilo da stilizuju pojedince ili učestvuju u umetničkom timu pri izradi filma ili TV serije. Ono što razdvaja interpretativni nivo animal printa u određenim kategorijama predstavlja okvir fluidnog konteksta i interpretativnih zajednica animal printa.

Fluidni kontekst je teorijski koncept koji odgovara sadašnjoj fazi poznog kapitalizma, fluidnoj modernoj i saglasan je sa čitavim nizom promena u različitim registrima društvenog delovanja: transformacijom čvrstog kapitala u fluidni, trajnosti u trenutačnost, prebacivanjem težišta sa prostorne na vremensku dimenziju, sa vrednosnih kategorija na konzumersku kulturu, sa ideološkog sistema na potrošačko društvo u kojem su sve vrednosti potrošačke – promenljive, propadljive i u stalnom procesu promene [Stanković, 2016: 273].

Srpska istoričarka umetnosti, profesorka Maja Stanković, autorka knjige *Fluidni kontekst – kontekstualne prakse u savremenoj umetnosti*, dalje objašnjava da su ove promene efekat fluidnosti koja se proširila na sve registre ljudskog delovanja. Promena čvrstog u fluidno je tradicionalni i formalistički kontekst rasteretila od pasivnih elemenata.

Za razumevanje animal printa u različitim kontekstima potrebno je uvesti još jedan pojam koji se tiče okvira popularne kulture, a to je interpretativna zajednica. „Interpretativne zajednice čine oni koji imaju iste načine interpretacije, ne čitanja u smislu recepcije teksta, već njegovog pisanja, određivanja njegovih osobina i ciljeva“ [Fish, 1980: 171]. Fiš smatra da se tekst ne uspostavlja materijalno već na simboličkom nivou, pomoću posebnog vida interpretacije i grupe koja se njime služi. Interpretativna zajednica animal printa razlikovaće se od neke druge interpretativne zajednice i one će ispisivati drugačiji tekst animal printa. Što je viši stepen informisanosti i obrazovanja to je mogućnost za širu interpretaciju veća.

Za razumevanje interpretativnih mogućnosti animal printa potrebno je definisati i pojam emancipacije konteksta. Emancipacija je sastavni deo različitih medijskih procesa. Maja Stanković⁶, pišući o umetničkim procesima, objašnjava emancipaciju konteksta kao prevazilaženje utvrđenih okvira i konvencija u umetničkom mišljenju, ažuriranje sistema, pronalaženje drugačijih načina umetničkog delovanja. Emancipacija medijskog konteksta podrazumevala bi veću ulogu citatnosti, preklapanja konteksta i upisivanja tekstova interpretativnih zajednica. Pitanja fluidnog konteksta i emancipacije konteksta omogućavaju nam proveravanje i dokazivanje pomoćne hipoteze da animal print predstavlja intertekstualnu konstrukciju koja se proizvodi upotrebom različitih medija i kulturnih praksi.

Animal print je, u Žikićevom diskursu, nadnacionalni metanarativ koji, kako se šire interpretativne zajednice i stepen informisanosti, postaje element fluidnog i emancipovanog nadkonteksta u popularnoj kulturi postjugoslovenskog prostora.

⁶ Više o tome u Stanković, 2016:145

3.3. Osobine popularne kulture

Spektakularnost nije jedina ili najvažnija karakteristika popularne kulture, ali je od presudnog značaja za njenu komunikaciju s publikom. Neodvojiva je od zabave, a bitan činilac su mediji, jer se većina sadržaja prenosi upravo preko medija.

Zvezde kao komunikatori

Edgar Moren savremene zvezde naziva novim olimpijcima. U današnje vreme, kada se svemu i svačemu dodaje prefiks *post*, i oni bi se mogli nazvati postolimpijcima [Božilović, 2016: 77].

Današnji olimpijci pristupačniji su i dostižniji običnom čoveku i služe kao modeli za identifikaciju, a i kao heroji. Božilović u lanac komunikacije autor – delo – publika uvodi zvezde kao kanal transmisije ili prenošenja poruka.⁷ Imidž zvezda je osmišljen kako bi se ta komunikacija učinila prohodnijom. Zvezde se mogu čitati kao fiktivni likovi, proizvedeni imidži i konstruisane ličnosti [Dajer, 1998: 20].

Optimističnost

Grejl Markus (Greil Marcus), jedan od savremenih američkih tumača popularne kulture, smatra da je pop-kultura optimistička po definiciji i da suštinski upućuje na stalno kretanje napred [Janković, 2009: 41].

3.4. YU i Ex-YU ili prostor bivše Jugoslavije/region

U ovom radu je, prevashodno, razmatran animal print u popularnoj vizuelnoj kulturi na prostoru Jugoslavije i regiona ili bivše Jugoslavije. Ovaj deo teksta povezuje naše osnovno interesovanje s pitanjem kontekstualizacije animal printa u Jugoslaviji i kasnije – u regionu. Taj prostor podrazumeva bivše republike Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije: Sloveniju, Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju, Makedoniju i Crnu Goru. U današnjem diskursu ovaj prostor se još naziva i postjugoslovenski.

Na tom prostoru je živelo dvadeset dva miliona ljudi, raznih nacionalnih pripadnosti. Iako je zemlja bila socijalističkog uređenja, ovaj prostor je, zbog čestih političkih okretanja ka Zapadu, bio slobodniji i podložniji uticaju popularne kulture i ostalim uticajima sa Zapada. “Svi mi koji smo rasli i formirali se u specifičnoj socijalističkoj zemlji, sve do njenog raspada, bili smo i deca

⁷ Više o tome u Božilović, 2016:73

socijalizma, i deca koka-kole, ili, preciznije, deca koka-kola socijalizma” [Vučetić, 2012: 14]. Rokenrol, farmerice, *starke*, samo su neki od simbola vremena u kome je ova zemlja postojala, koji su se dobro *primali* u svim njenim delovima. Pored muzičkih uticaja, odevni aspekt je, s izvesnim preklapanjima mode koja je stizala iz Velike Britanije, Francuske i Italije, stizao i iz Amerike. Animal print, koji je prvobitno bio luksuz, jer je bio prava koža, u eri simulakruma i simulacije i uvođenjem sintetičkih materijala postaje dostupan ne samo holivudskim divama nego i publici ispred malih ekrana na teritoriji regiona. Povezujući temu rada s geografskim područjem na koji se odnosi neophodno je kontekstualizovati ga i iz ugla evropejstva, kojem se teži i koje nas sve obeležava. Hrvatski filozof i prevodilac Boris Buden parafrazira Krležu kada govori o Filipu Latinoviću koji se 1933. vraća na tzv. utopijsko mesto povratka u domovinu iz koje je proteran, na stanicu *Kaptolski kolodvor*. “Ono što je Krleži te trideset treće jasno, a zapravo je već odavno jasno svima, jest to da nikakav kulturni napredak i nikakvi dosezi uma nisu evropskog čoveka osigurali od regresije u životinjsko, od divljeg zakona jačeg. Biti dakle ni kriv ni dužan izvrijeđan, popljuvan, opljačkan, popaljen i preklan u nazočnosti šutljive gomile koja poluglasno mrmlija nešto o načelima morala i pravde i vjere u ljubav prema bližnjemu oduvijek je bilo i jest nešto sasvim evropsko, jedna tipično evropska sudbina” [Budeni, 2001: 58].

Branislav Dimitrijević primećuje da se epoha SFRJ danas doživljava ili zamišlja na dva, uglavnom suprotstavljena, načina: ili kao epoha relativnog ekonomskog blagostanja i društvene sigurnosti ili kao epoha ideološkog jednonumlja, političke neslobode i ekonomske neodrživosti. “Oba ova doživljaja ili imaginacije posledice su ideološkog procesa postkomunističke ekonomske i političke tranzicije” [Dimitrijević, 2016: 07].⁸

Federativno uređenje Jugoslavije je od kraja osamdesetih bilo u političkoj krizi i raspad se definitivno dogodio 1991. godine otcepljenjem Republike Slovenije. Početkom jula je u Sloveniji vođen desetodnevni rat, kada je JNA pokušala da uspostavi kontrolu nad severnim i zapadnim granicama. Hrvatska je imala takozvanu *Balvan revoluciju* tokom leta 1991. U ratnim okolnostima Hrvatska ostaje sve do 1995, do akcija *Oluja* i *Bljesak* i do sporazuma u Dejtonu.⁹ Nakon

⁸ „Kada je reč o teoriji kulture, u tranzicijskom periodu dominirala je retorika *totalitarne paradigme* po kojoj je kultura u SFRJ-u bila obeležena sukobom zvanične i disidentske kulture, i po kojoj je ova prva bila nosilac *ideološkog jednonumlja* i *ekonomske neodrživosti*, a ova druga, u svom humanističkom opredeljenju za kritičko slobodno mišljenje, nosilac građanske emancipacije, pa i vesnik ekonomske održivosti tržišne ekonomije. Iako se u poslednje vreme u različitim oblastima teorije kulture i umetnosti pokazalo da je ovakva polarizacija neodrživa, totalitarna paradigma je i dalje dominantni pogled na kulturnu logiku jugoslovenskog socijalizma“ [Dimitrijević, 2016: 08].

⁹ Dejtonski dogovor pravni je akt sporazumnog karaktera. Parafiran je na vojnom aerodromu kod Dejtona (Dayton) u američkoj državi Ohajo (Ohio). Njime je prekinut rat u Bosni i Hercegovini. U fokusu ovog sporazuma bilo je buduće upravno i ustavno uređenje Bosne i Hercegovine. Ozvaničio je ratne granice i neizbežne etničke podele na tlu države kojom se bavio, priznavanjem dvaju entiteta. Sporazum je zvanično potpisan u Parizu 14. decembra 1995, a potpisnici, predsednici Srbije, Hrvatske i Bosne i Hercegovine, Slobodan Milišević, Franjo Tuđman i Alija Izetbegović, te glavni

referenduma o nezavisnosti, u martu 1992. godine počinje rat u Bosni i Hercegovini. Još u devetom mesecu 1991. nezavisnost je proglasila i Republika Makedonija. Crna Gora se od Srbije odvojila 2006, nakon referenduma u junu. “U procesima rastakanja Jugoslavije, ukratko, nastalo je faktički sedam novih država, a unutar tog procesa na teritoriji nekadašnje federacije vodilo se pet ili šest neovisnih ratova” [Pavičić, 2011: 15].

Sve te odvojene države započinju svoje samostalne političke živote. Slovenija prolazi kroz mirnu tranziciju i kontinuirani ekonomski razvoj. Bosna i Hercegovina i danas ima elemente međunarodnog protektorata. U ekonomskom smislu, velike su razlike između republika. Kako većina kao zvanični jezik ima upravo srpsko-hrvatski, ili obrnuto, u većem ili manjem stepenu svi sardržaji su razumljivi na svim ovim teritorijama. Trenutno je aktuelna inicijativa za jedan jezik. Poneki ovo tumače kao gest jugoslovenskog nacionalizma i opiru se tome.

Cilj ovog rada je da istraži kako se animal print pojavljuje u vizuelnim sadržajima popularne kulture na ovom prostoru u smislu celovitosti, ali i to da li postoje izvesne stilske razlike u određenim sredinama. Postoje li neke srodne tendencije u pojavljivanju ovog printa u svetu i u ex-YU? Da li su izvesna odudaranja od svetskog čitanja animal printa proizvod lokalnih prilika? U kojoj se meri zbog ideološkog aspekta razlikuju tumačenja?

Problemska artikulacija animal printa u okviru ovog prostora podrazumeva dva aspekta unutar kojeg posmatramo popularno-kulturni fenomen, to su socijalizam i tranzicija. SFRJ podrazumeva prostor koji je do kasnih osamdesetih godina dvadesetog veka okarakterisan socijalizmom kao uređenjem. Druga fluidna tačka koja nas interesuje u ovom istraživanju jeste tranzicija¹⁰, koja počinje devedesetih godina i traje sve do danas. Nas zanima kako je popularna kultura izgledala u socijalizmu, a kako u tranziciji, s posebnim osvrtom na animal print. Struktura osećanja i kolektivna atmosfera može se oslikati citatom: “Drug Hruščov često ponavlja da se socijalizam ne može graditi na američkoj pšenici. Ja mislim da to može učiniti onaj koji zna, a onaj koji ne zna ne može graditi socijalizam ni na vlastitoj pšenici. Američka pšenica, uostalom, nije ništa gora od sovjetske – koju ne dobivamo, dok američku dobivamo – a to važi i za ostalu robu” [Josip Broz prema Jakovina, 2002: 128]. I istoričar umetnosti Branislav Dimitrijević oslikava već pomenutu strukturu metaforom filma Srđana Karanovića *Nešto između*, dok istoričar Predrag Marković upotrebljava metaforu jugoslovenskog tornja koji se nalazi između sveta podeljenog na blokove.¹¹ Branislav Dimitrijević period od šezdesetih do kasnih osamdesetih naziva socijalističkim konzumerizmom.

američki posrednik Ričard Holbruk (Richard Holbrooke) i general Vesli Klark (Wesley Clark) obavezali su države u čije ime su potpisali da budu garanti sprovođenja sporazuma.

¹⁰ Tranzicija ili privreda u tranziciji je privreda koja se menja iz planske privrede (socijalizam) u slobodno tržište (kapitalizam). (Iz *Vikipedije*, slobodne enciklopedije).

¹¹ “Toranj je bio eklektičan, osnovna konstrukcija istočna, ali je ljudima dopušteno da stave prozore, nameštaj, zidne tapete u šarenoj boji i luksuznoj zapadnjačkoj modi” [Marković, 1996: 524].

Dr Maša Kolanović, kroatistkinja, analizirajući hrvatski roman u svjetlu popularne kulture, navodi da su socijalistički intelektualci tokom sedamdesetih i osamdesetih godina XX veka popularnom redovno pridavali negativne kvalifikacije.¹² Na taj način dolazi do raskoraka između stvarnog života kojim se živi u Jugoslaviji i promišljanja intelektualaca življene kulture jugoslovenskog socijalizma. “Popularna kultura je tako živjela svoja dva života: jedan potisnuti u institucionalnim okvirima, a jedan normalan u svakodnevicu” [Kolanović, 2011: 123]. Potisnutost se u institucionalnim okvirima, u prvom redu, odnosi na ideološku jednodimenzionalnost, koja preovladava u tekstovima tadašnjih intelektualaca koji popularnu kulturu posmatraju kao masovnu, primećuje dalje Kolanović navodeći primere. Janjetović, pak, ističe da je to ideologizovanje bilo ponavljanje zacrtanih postavki kulturne politike, ali i jasno priznanje da i posle trideset godina socijalizma novi čovek još nije stvoren.¹³ Nakon raskida sa Staljinom 1948. otpočela je epoha jugoslovenskog eksperimenta u kulturi¹⁴, kada partija postaje pokrovitelj promena u kulturi. Započinje masovno koketiranje s modernizmom, jer je primećeno da to ostavlja dobar utisak na Zapad.

Zoran Janjetović se bavi istorijom i fenomenom popularne kulture u Jugoslaviji sve do njenog raspada u opsežnoj monografiji *Od internacionale do komercijale*. Janjetović je analizirao širi društveni, politički i ekonomski kontekst koji je uticao na nastanak i održanje popularne kulture u ovoj sredini. Janjetović smatra da, iako su njeni talasi počeli da zapljuskuju južnoslovenske zemlje još tokom XIX veka, popularna kultura, tj. uslovi za njeno masovnije širenje nastali su tek posle Drugog svetskog rata. Postavljeni temelji koji su omogućili kasnije širenje popularne kulture su: počeci industrijalizacije i urbanizacije, opismenjavanje, širenje štampe, otvaranje bioskopa, širenje radio-difuzne mreže, mere omasovljenja kulture, organizacija slobodnog vremena radnika i omladine, izgradnja domova kulture, zadružnih domova i slično. Ključno pitanje koje on postavlja je odsutnost odgovora u postojećoj literaturi na pitanje kako je vladajući establišment gledao na poziciju sadržaja popularne kulture u tadašnjem sistemu vrednosti. Janjetović ističe prednost sociološke literature koja se zasniva na empirijskim istraživanjima, ali koja se oslanja na strane teoretičare i suštinski malo govori o tekstu popularne kulture u Jugoslaviji. “Zbog toga su mnogi fenomeni vezani za popularnu kulturu u Jugoslaviji ostali neosvetljeni a celokupna znanja o njoj fragmentarna” [Janjetović, 2011: 19].

¹² Više o tome u Kolanović, Maša. 2011. *Udarnik! Buntovnik? Potrošač - : popularna kultura i hrvatski roman od socijalizma do tranzicije*, Zagreb: Ljevak

¹³ „Vaspitavati narod, njegov podmladak, to za književnika znači naoružavati ga idejnim oružjem, razvijati njegov ukus, podizati njegove zahteve na viši nivo, obogaćivati ga novim saznanjima, novim književnim likovima – uzorima, pokazujući ljudima kakvi treba da budu i kakvi ne smeju biti“ [Janjetović, 2011: 23].

¹⁴ Više o tome u Marković, Predrag. 2007. *Trajnost i promena. Društvena istorija socijalističke i postsocijalističke svakodnevice u Jugoslaviji i Srbiji*, Beograd: Službeni glasnik

Veoma je važan i fenomen distribucije popularne kulture u narod. Distribucija se u socijalističkoj Jugoslaviji odvijala prvobitno putem diletantskih grupa, zatim putem kulturno-umetničkih društava, da bi se na kraju, a to postoji i danas – širenje popularne kulture odvijalo u tzv. domovima kulture. Sadržaji koje su distribuirale diletantske grupe pretežno su bili zabavnog i improvizujućeg karaktera. Diletantske grupe, koje su bile kritikovane zbog niskog stepena ideološkog sadržaja [Janjetović, 2011: 26], prerasle su kasnije u KUD-ove, koji su imali jednostavnije kulturne sadržaje: folklore, prostije dramsko-scenske prikaze i pevanje. Domovi kulture u većim mestima imaju kulturno bogat i sadržajan program, dok se u većini manjih mesta u njima retrogradno vrše okupljanja folklornih sekcija.

Za naš rad je od važnosti da primetimo i povežemo frekventnost izvesne stilske paradigme unutar koje se javlja animal print u doba socijalizma u odnosu na doba tranzicije. Vidimo značajan broj primera iz okvira glamurizacije u periodu tranzicije, dok je u periodu socijalizma dominirao kemp i egzotika. Takvu povezanost uočavamo oslanjajući se na argumentaciju da je glamur komercijalna kategorija, a period tranzicije oslanja se prevashodno na otvaranje ka tržištu. Kemp je u prvom redu subverzivna kategorija kojom se preispituju vrednosti povezane i s ideološkim sistemom vrednosti koji je dominirao u socijalističkoj Jugoslaviji. Animal print u svetlu ideološkog građenja jugoslovenskog kulturnog eksperimenta predstavlja subverzivni element, znak nestabilnosti i upozorenja na opasnost od urušavanja vrednosti jer se ne uklapa u mentalne matrice ili mape.

Ukoliko posmatramo zvezde kao komunikatore, a animal print kao kategoriju popularne kulture, čini se važnim istaći činjenicu da je “Jugoslavija tokom sedamdesetih i delimično osamdesetih godina imala priliku da uživo čuje i vidi niz svetskih zvezda: Džetro Tal (Jethro Tull), Višbon Eš (Wishbone Ash), Elvin Li (Alvin Lee), Dajer Strejts (Dire Straits), Dip Parpl (Deep Purple), Elton Džon (Elton John), Pol Mekartni (Paul McCartney), Ajron Mejden (Iron Maiden), Rolin Stons (Rolling Stone), Dejvid Bouvi (David Bowie), Tina Tarner (Tina Turner) i Kvin (Queen)” [Janjetović, 2011: 169]. Ta ponuda je premašivala ponude rok muzike u drugim socijalističkim zemljama. Rok je bio plod modernizacije i, istovremeno, njen doprinos. Moda koja je pratila rok uticala je na seksualnu emancipaciju celokupnog stanovništva.

Kontekstualizaciju animal printa u Jugoslaviji i kasnije u regionu povezujemo sa ideološkim i ekonomskim aspektima koji su navedeni u prethodnom tekstu. U radu vidimo kako animal print povezujemo sa ekonomskom i političkom tranzicijom, kako sa epohom relativnog blagostanja i društvene sigurnosti, ali i epohom ideološkog jednodimenzionalnosti. Namera nam je da radom dokažemo vezu između konteksta socijalizma i tranzicije sa emancipovanim i fluidnim kontekstom animal printa i

kako on kao fenomen subvertira obe kategorije, te da ga je teorijski moguće posmatrati u ovim kontekstima. S obzirom na saznanja Zorana Janjetovića da nema odgovora u postojećoj literaturi kako je vladajući establišment gledao u periodu Jugoslavije na sadržaje popularne kulture, to nam ostavlja mogućnost za učitavanja na osnovu medijskih sadržaja i recepcije šire populacije, gledanosti, popularnosti i drugih pokazatelja, da je upravo neblagonaklono gledanje na određene društvene pojave upravo garantovalo široku popularnost.

3.5. Performativni/narativni prostor animal printa - čebe s animal printom

Ovo je uvodni deo razrade ove teme, dok se nastavak nalazi u studiji slučaja. Razmatramo prostornost animal printa kao kategoriju popularne kulture koja generiša sva učitavanja, ali tumačeći je kroz teorije prostora.

Prostornost u okviru performativnog je kategorija koju je Erika Fišer Lihte definisala kao nepostojanu i tranzitornu, poput telesnosti i glasovnosti kao glavnih karakteristika izvođenja. Nezavisno od toga da li je prostor izvođenja planski instaliran ili je provizorno uređen, prostor izvođenja predstavlja performativni prostor, a ukoliko je u nekom filmskom ili medijskom sadržaju deo narativne strukture predstavlja narativni prostor. Animal print javlja se kao intenzivirajući faktor performativnosti prostora.

Razmatraćemo performativne ili narativne prostore na osnovu dekonstruktivne teorije prostora Edvarda Relfa, koji ističe klasifikaciju u proučavanju odnosa pojedinca i mesta na termine insajderstva i autsajderstva [Dinić, 2016: 21]. Pogled iznutra je insajderski pogled onoga koji pripada mestu, a pogled spolja je udaljeni pogled putnika. U odeljku studije slučaja razmatramo sledeće primere čebeta s animal printom: serija *Smogovci* (Hrvoje Hitrec, epizoda *Kviskoteka*), *Kajmak i marmelada* (Branko Đurić Đuro, 2003), *Ustav Republike Hrvatske*.

IV ANIMAL PRINT I MODA

Paradoks je, prema Žarku Paiću, ukoliko posmatramo primarnu funkciju mode, sadržan u činjenici da moda nikada nije bila samo znak ljudske potrebe za dopadljivošću, kao ni samo estetska moć zavodjenja, niti prikaz ili predodžba društvenog statusa i prestiža, a ni dokaz identiteta i komunikacije. Moda je omogućila da se zapadnjačka civilizacija razlikuje od svih ostalih civilizacija. „Moda je pojava univerzalne slobode tijela. Paradoks slobode u modi je u tome što se telo odevanjem, ukrašavanjem, upisivanjem/označavanjem identiteta oslobađa slobode da sebe pokazuje u svetu kao duhovnu sferu egzistencije na koju se uvek poziva postavkom da odelo ne čini čoveka” [Paić, 2007: 158].

Razlikujemo nezapadnjačku uronjenost tela u prirodno okruženje i modu koja je od svog nastanka, krajem četrnaestog veka, bila neprirodna pojava. Kao što se ideja slobode, primećuje Paić, razvija u suprotnosti spram prirodnog određenja ljudskog tela, a nerazlikovni odnos u odnosu na animalnost prirode, tako se i moda tokom istorije razvija u oslobođenju tela od prirode-društva-kulture [Paić, 2007: 157].

Paradoks animal printa, posmatrano kroz prizmu paradoksa primarne funkcije mode, može se dodatno objasniti u prostoru između težnje tela da izbegne označenost, ali i potreba da se oponaša nezapadnjačka uronjenost u prirodno i animalno.

Prema Paiću, postoje tri osnovne paradigme mode ili teorijski pristupi modi. To su:

1. Moderna moda – društveni poredak odevanja i modnog ponašanja utemeljen socijalno klasnom diferencijacijom u modernom kapitalističkom društvu. Moderno doba je bilo doba društvene hijerarhije mode (visoka moda protiv masovne mode).
2. Postmoderna moda – demokratski poredak vrednosti individualizma koji označava pojam fluidnog identiteta nastalog iz područja kulture. Postmoderno doba je doba kulturne diferencijacije nakon ulaska antimode u liberalno-demokratske poretke Zapada s naglaskom na novim politikama identiteta.
3. Savremena moda – određuje prevlast životnih stilova, slobodu izbora lične mode i autonomiju dizajniranog tela. Savremeno doba nije fiksna oznaka za aktuelnost današnjice. U analogiji s pojmom savremene umetnosti, savremena moda upućuje na kraj modernosti uopšte.

U svim trima paradigrama posmatramo telo i čovekov identitet. U radu ćemo dalje videti kako se kroz paradigmu glamurizacije pre svega bavimo modernom modom koja nudi klasne postavke i hijerarhiju visoke naspram masovne mode, dok se paradigme egzotizacije i kempizacije odnose na koncepte postmoderne i savremene mode. Ključno pitanje razlike ovih koncepata je mogućnost izbora vs. modnog dikatata.

4.1. Istorijska održivost animal printa

Istorijski posmatrana, odevna praksa u kojoj dominira animal print unutar modnih razmera može poslužiti za šire razumevanje održivosti ovog fenomena. Neke studije su rađene na primeru leopard printa kao najzastupljenijeg, kao što je u studiji Loren Laverne (Lauren Laverne) u *Observer Magazine: Style: Hot Spots: Leopard Print has been a fashion favorite for decades*. Kako se objašnjava održivost animal printa? “Makrotrend ili tzv. megatrend animal printa je neminovan jer podrazumeva prisutnost dužu od pet godina, što ova šara već uvelike višestruko ispunjava kao uslov” [Morano, 2013: 15].

Vendi Denis (Wendy Denise) u članku *Nešnl Posta (National Post)* zapaža da je uvođenje animal printa prvi put zabeleženo u drevnom Egiptu. Žene su bile angažovane na štampanju životinjske šare na svoja neizbeljena ruha od lana. U istom članku, Vendi Denis primećuje da je krzno leoparda ukrašavalo odeću u osamnaestom veku i bilo shvatano kao luksuz. Takvi portreti bili su izloženi u Metropolitenu muzeju od decembra 2004, pod nazivom *Divlje: nepripitomljena moda: počast odeći sa životinjskom šarom*.

Od osamnaestog veka do danas krzna leoparda i drugih životinja pripadala su isključivo eliti, kako kao ukras tako i kao dizajn unutrašnjeg prostora, pokazujući bogatstvo i prosperitet. Istinski uvod animal printa u dvadesetom veku bila je ikonička slika američke glumice Merien Nikson (Marian Nixon), koja je hodala holivudskim bulevarom 1925. godine s pravim leopardom na povocu, što je odgovaralo njenom krznenom kaputu.

Ikoničke slike, kao što je fotografija Nikson, jaki su indikatori – pokazatelji trendova u modnoj zajednici i među modnim potrošačima. Prva modna kuća koja je prepoznala animal print kao reputacijski znak bila je *Kristijan Dior (Christian Dior)*. Diorova kolekcija *Novi izgled (New Look, 1947)* predstavila je dve leopard haljine, prvu srednje dužine, za dan, i svilenu afričku haljinu za noć.

Drugi vodeći uticaj vremenom je postao *MGM*-ov dizajner *Gilbert Adrian*, koji je tokom četrdesetih i pedesetih oblačio glumice u odeću s leopard printom. S kolekcijom *Diora Novi izgled* i Adrianovom upotrebom šare u filmovima, životinjska šara počela je da biva povezivana s holivudskim selebritijama, kao što su *Elizabet Tejlor* (*Elisabeth Taylor*) i *Merilin Monro* (*Marilyn Monroe*), koja nosi šal s leopard šarom na medenom mesecu sa *Džoom Dimadžijom* (*Joe DiMaggio*).

S tako velikom zastupljenošću među slavnima, leopard šara popela se na lestvici trenda i postala široko prihvaćena unutar mejnstrima. Jednom kada se nađe unutar mejnstrima trend je u kulminirajućoj fazi, rečeno modnim rečnikom. Kada je trend na vrhuncu popularnosti, prihvaćen kroz višestruka tržišta, prolazi kroz masovnu proizvodnju i ima potencijal da postane *klasik*. Kulminirajuća faza može se smatrati i zreloom fazom, što zapravo znači da je trend dotakao gotovo najvišu tačku na krivi mode. Ukoliko pratimo leopard šaru, ona je krenula kao trend 1960. godine, kada je postala sinonim za slobodnu ljubav i hipi pokret, za razliku od prethodnog indikatora za seksi holivudske glumice. Kao takva, dosegla je vrhunac kod *Boba Dilana* (*Bob Dylan*) u pesmi *Leopard Print Pillbox Hat*, navodno inspirisanoj Dilanovom i Vorholovom muzom *Edi Sedžvik* (*Edie Sedgwick*), koja je često fotografisana u kaputu s leopard šarom. Šara leoparda takođe je privukla 1960. rokere koji su imali slabost prema *krosdresingu* i hiperseksualizovanoj androgenosti (leopard šara imala je žensku intonaciju).

“Beleške o leopard printu mogu se zapaziti tokom sedamdesetih u pank¹⁵ stilu, a osamdesetih ponovo postaju deo glamura” [Polhemus, 1997: 89]. Devedesetih ova šara postaje popularna roba, ali kao deo pop-kulture. Krajem dvadesetog veka i početkom dvadeset prvog animal print je doživeo kulminirajuću fazu. Većina trendova bi u jednom trenutku ušla u fazu opadanja (a onda neizbežno u fazu zastarevanja) ako bi se posmatrala kao mikro-trend, a ponavljanje animal printa je doseglo tačku pada. Tokom njegove kulminirajuće faze animal print je postao makro-trend tj. klasik ili ono što se u muzici naziva *evergreen*. Kao klasik, što može da se tumači na više načina, animal print prolazi kroz društvene klase ili grupe i doživljava ono što *Čarls V. King* (*C. W. King*) naziva *Trickle Across Theory – teorija prelivaćujeg*, nazvana i *teorijom masovnog tržišta* ili *simultanom prisvajajućom teorijom*. *Trickle-down* teorija, koju je utemeljilo nekoliko naučnika: *Mek Kreken* (*Mc Cracken*), *Zimel* (*Simmel*) i *Veblen* (*Veblen*), prema kojoj je animal print smatran statusnim simbolom udružen s egzotičnim krznima i bundama, difuzovala je izvorni trend. S obzirom na činjenicu da print stalno kruži, on zadobija popularnost, postaje sve pristupačniji i dostižniji,

¹⁵ Pank je supkulturni, prevashodno muzički, pravac čije korene nalazimo u Velikoj Britaniji tokom šezdesetih godina XX veka. Predvodnici ovog vremena bile su grupe *The Stooges*, *MC5*, *The Sonics* i *The Velvet Underground*. Pank se u svom izvornom obliku suprotstavljao idealizmu hipi pokreta, često se oslanjajući na anarhizam. Etimološki punk /pʌŋk/, izvorno iz engleskog jezika, pojavljuje se već u nekim delima Šekspira i označava prostitutku. Pank, uglavnom, i danas označava nešto bezvredno, nisko, a može da znači: početnik, neiskusna osoba, mangup, sitni kriminalac itd.

nevezano za društvenu klasu. Prelivajuća teorija je podržana izlaganjem printa putem masovnih medija i interneta. Modne kuće predstavljaju nove verzije trenda po različitim cenama kroz masovnu proizvodnju i takozvane prodavce brze mode (*fast fashion*), kroz prodajne kuće kao što su *Zara (Zara)* i *Forever 21 (Forever 21)*, koje nude jeftinije kombinacije od visoke mode.

Odnos između animalizma i ženske seksualnosti istraživao je u Metropolitan muzeju umetnosti na već pomenutoj izložbi. Muzejsko obrazloženje izložbe bilo je sledeće:

Budući da su fizičke i seksualne karakteristike životinja, koje provociraju moć i snagu divljih zveri, postale ideal ženstvenosti, značenje žena kao lovaca je istraženo u radu modnih dizajnera kao što su Aleksandar Mekvin (Alexandar McQueen) i Jamamoto (Yohji Yamamoto). Crtajući po uzoru na predstave divlje lepote iz devetnaestog veka, ovi dizajneri koristili su životinjsku kožu, grubo ušivenu i krojenu prema telu kao da je druga koža, kako bi stvorili slike amazonki dvadeset prvog veka s potencijalno izraženim feminizmom [The Metropolitan Museum of Art].

Društveni odjek događaja koji je izložba u Metropolitanu napravila i sam je bio posmatran od strane prognozerata trenda kao pokazatelj da će animal print biti još više u trendu na samom kraju 2004. i početkom 2005.

Leopard print, kao ključni trend, učvrstio se još više filmom *Beti Pejdz: devojka u bikiniju s leopardovom šarom (Betti Page: The Girl in the Leopard Print Bikini, Carlos Larkin, 2004)*, koji je ponovo utemeljio značenje ženskog seksualnog osnaživanja iz 1950. Uz prikazivanje filmova i fotografija koje su je učinile fenomenom, ovaj dokumentarni film fokusira se na život i vreme legendarne modelsice i uticaja koji je njena karijera imala sve do danas. Bonus snimci: nemontirane verzije nekih od Betinih najboljih filmova iz pedesetih. Za ove retke filmove mislilo se da su izgubljeni već decenijama, a prikazani su u celosti od najboljih grafika i filmskih materijala koji su bili na raspolaganju.

Prognozeri modnih trendova zagledani su i u tržišta koja prate filmsku industriju i u tržišta koja su izvan mode, na primer *Mac OS X Leopard* iz 2007. ili *Snow Leopard* iz 2009. Ovi društveno-kulturni primeri potvrđuju prognozerska predviđanja, ali od suštinskog je značaja da su ih svesni pre javnosti, kako bi mogli da pripreme i predstave prognoze klijentima najmanje godinu ili, najčešće, dve godine pre nego što trend postane udaran [Čelzi Ruso, 2012: 24].

Konstantan povratak animal printa u modnim ciklusima, zaključuje američka historičarka mode Elizabet Morano (Elisabeth Morano), može da se pripiše sledećim faktorima:

- kreira elegantan utisak
- ili nešto više *fanki* utisak
- omogućava smelijji izgled
- može da se primeni u svim godišnjim dobima
- nije strogo vezan za određeni stil ili meteorološku odrednicu
- evocira nostalgiju, bilo za pedesetima i seksi retro izgledom ili za pračovekom

Zanimljivo zapažanje u časopisu *The Quantum Biologist* kaže da se animal print možda toliko dugo zadržao i popularan je i dan-danas jer nikada nije bio suviše popularan. On zahteva neskriveni osećaj grandioznosti i implicitno seksualno razmetanje [*A Natural History of Leopard Print, The Quantum Biologist*].

4.2. Modeli širenja mode: *trickle-down* / *trickle-up* / *trickle-across*

Po *trickle-down* teoriji moda se uvek širi odozgo prema dole. Usvajanje novih modnih navika nastaje preuzimanjem mode iz viših klasa i slojeva u nižim. Bogataški sloj daje početni impuls nižim slojevima da ga oponašaju. Prema Veblenu i njegovoj teoriji dokoličarske klase, novi bogataši i dokoličarska klasa koja oponaša aristokratsku kulturu uvek to čini na kič način, nezgrapno, manirima primitivnih skorojevića. Moda, ukoliko je deo luksuza, poprima karakter kiča. Autentičnost se gubi kopiranjem. Ideja zakona imitacije, koja je zapravo baza *trickle-down* teorije, u osnovi, bilo da je po Veblenu ili, kasnije, Gabrijelu de Tardu (Jean Gabriel de Tarde), francuskom sociologu i kriminologu, navodi najčešće tendencije gde niže klase imitiraju više, ali novija istraživanja nude nešto veću fleksibilnost imitacija i međuklasna mimikrija podrazumeva i mogućnost da više klase oponašaju niže. Ova teorija kasnije će postati bazično polazište za *trickle-up* teoriju, sve do 1960. godine, kada je opšteprihvaćen model širenja mode od dna ka vrhu. U kasnijim teorijskim pretpostavkama mode nema krutosti u odnosu na društvenu difuziju mode.

Današnje širenje mode može se posmatrati policentrično, po svim pravcima i modelima modne difuzije unutar koncepta *trickle-across*.

U svetlu ovih modnih fenomena izdvojićemo podelu modnih teorija po historičarki mode Đurđi Bartlet (Djurdja Bartlett). Ona navodi sedam društvenih modnih teorija. To su:

- klasne teorije
- modernističke teorije

- antropološke teorije
- psihoanalitičke teorije
- semiotičke teorije
- feminističke teorije
- postmodernističke teorije

Klasne teorije mode – Torsten Veblen, američki ekonomista, antropolog i sociolog, krajem devetnaestog veka objavio je studiju o fenomenu mode u društvenim uslovima potrošačkog kapitalizma. Veblen u svojoj *Teoriji dokoličarske klase* razlikuje upotrebnu i simboličku funkciju odeće. On na primeru haljine bogate građanke vidi klasni poredak. Haljina nema praktičnu svrhu, osim primetne potrošnje, moći i nametanja ukusa viših klasa nižim, kao i rodno raslojavanje i uočljiva razgraničenja između društvenih uloga žene i muškarca. Bogataši stimulišu niže klase i slojeve na oponašanje. *Trickle-down* model ili model laganog kapanja zagovara Georg Zimel (George Simmel). On veruje da moda legitimizuje prirodnost i nužnost kapitalističkog poretka tako što mu daje spoljašnji oblik – dinamizam i dekadentnost, spoljašnji sjaj i unutrašnju bedu, lepotu i propast, estetski užitek i moralnu pokvarenost [Paić, 2007: 63]. Kada viša klasa oseti da ju je niža klasa oponašanjem dostigla moda se menja. Francuski sociolog, antropolog i filozof, Burdije (Pierre Bourdieu) reafirmiše Zimelovu teoriju laganog kapanja i dodaje da se društvena nadmoć vladajuće klase čini neutralnom i prirodnom jer je posredovana ukusom. Nove klasne teorije zasnovane su na kontrakturnim odevnim praksama i tu dolazimo do primera pankaa, gde se namerno podriava vladajuća klasa korišćenjem stila koji je neugledan. Animal print zauzima bitno mesto u kulturi pankaa, a samim tim i u kontrakulturi.

Modernističke teorije mode – Nasuprot Veblenovoj teoriji, više pažnje posvećuju pojedincu i njegovim socio-psihološkim karakteristikama. Kventin Bel (Quentin Bell), engleski istoričar umetnosti, smatra da se pojedinac može izdvojiti iz mase ekstravagantnim estetskim otklonom i to će ga učiniti pripadnikom povlašćene manjine. Bel ističe tezu da moda nije samo fenomen koji se svodi na klasno-statusnu podelu, na kojoj insistira Veblen. Bodler (Charles Baudlaire) apostrofira značaj dendija¹⁶ za modernizam. Ekstravagantnost dendija pruža mu utočište koje nema rođenjem u vidu statusa i bogatstva. Đilo Dorfles (Angelo Eugenio “Gillo” Dorfles), italijanski slikar, likovni kritičar i filozof, smatra da se današnja moda prilagođava nižim slojevima i da je demodiran onaj koji se ne adaptira na modu koju su prihvatile niže klase.

¹⁶ Dendi (*dandy*) je muškarac koji je pridavao važnost spoljašnjem izgledu, prefinjenom govoru i ugodnim hobijima.

Antropološke teorije mode – U modernim društvima odelo funkcioniše kao kulturna metafora za telo, primećuje Mirna Cvitan Čarnelić, hrvatska istoričarka umetnosti, dok je u predmodernim društvima telo medij za iskazivanje kulturne povezanosti zajednice. Ukrašavanje može biti telesno i netelesno. “Pod telesnim bi podrazumevali oslikavanje tela, sakaćenje i tetoviranje, a netelesno podrazumeva sve oblike spoljašnjeg ukrašavanja: od odeće do modnih detalja i nakita” [Cvitan-Čarnelić, 2002: 22]. Britanski psiholog i psihoanalitičar, poznat po knjizi *The Psychology of Clothes*, J. C. Flugel (J. C. Fluegel) smatra ukrašavanje izvornom potrebom ljudi za pokazivanjem. Tome u prilog govori i činjenica da neki narodi uprkos hladnim prilikama nose laganu odeću, čemu svedoči primer Indijanaca u Ognjenoj zemlji. Antropološke teorije vraćaju pažnju na zajednicu s pojedinca, koji je bio fokus modernističkih teorija.

Psihoanalitičke teorije mode – Flugel ključnom ulogom ukrašavanja smatra naglašavanje seksualne privlačnosti jer se odećom privlači pažnja na polne organe. Odeća, pre svega, služi izražavanju seksualnosti. U diskursu psihoanalitičkih teorija animal print se u transvestitskom izvođenju nameće kao subverzivni element jer se seksualnost prikazuje dvosmislenostima u vidu ženske odeće na telu muškarca. Frojd ima sličnu teoriju, po kojoj koren egzibicionizma leži u autoerotičnoj aktivnosti užitka u nekom delu vlastitog tela, “a ta aktivnost se kasnije, procesom poređenja, zamenjuje posmatranjem drugog tela” [Cvitan-Čarnelić, 2002: 25]. U sledećoj pasivnoj fazi se, prema ovom autoru, pogled vraća na vlastito telo, a pritom se vlastito telo nudi kao pogled, postajući na taj način objekt pogleda u Lakanovom ogledalu. Većina psihoanalitičkih teorija mode fokusirana je na muški pogled odnosno žena biva objektom muške heteroseksualne želje.

Semiotičke teorije mode – Podrazumevaju odeću odnosno materijalne odevne predmete kao znak. Mi ćemo se u radu oslanjati na ovu teoriju i posmatraćemo animal print kao znak. Prema Bartu, moda je sistem znakova poput jezika, zatvoren i arbitaran, i u tom smislu može proizvesti samo arbitrarna značenja. Alison Luri (Alison Lurie), američka semiotičarka odevanja, u studiji *Jezik odeće* tvrdi da jezik mode poseduje neverbalni karakter koji ima vlastitu gramatiku, sintaksu i rečnik. Mek Kraken (Mc Craken), za razliku od Luri, smatra da metafora odeće treba da dovede do preispitivanja razlike između jezika i materijalne kulture. Đurđa Bartlet zaključuje kako se modna istorija može semiotički opisati. Ona period do osamnaestog veka opisuje kao epohu u kojoj je odeća znak statusa, dok nadalje u modernizmu odeća ne označava nešto određeno jer je zakon prirode jači od zakona razmene (dobara). “Postmoderna moda je sastavljena od znakova koji su u međusobnoj neobaveznoj igri” [Cvitan-Čarnelić, 2002: 28].

Feminističke teorije mode – Disciplinovanjem tela najviše se bavio Mišel Fuko. O ovome je bilo više reči u odeljku o telu i telesnosti. Sandra Bartki (Sandra Bartky) u knjizi *Fuko, feminizam i*

modernizacija patrijarhalne moći, interpretirajući Fukoa, dodaje disciplinske prakse: dijete, vežbe za mršavljenje, kozmetičke tretmane. Suzan B. Kaiser (Susan B. Kaiser) fokusira se na estetiku i smatra je mogućnošću pronalaženja novih stvari. Ona smatra da je estetika kao kulturna dimenzija – obezvređena i banalizovana. Kaja Silverman (Kaja Silverman), pak, smatra da je rod zamenio klasu kao osnovni razlikovni objekt odevanja. Uopšteno uzevši, feministički diskurs u modi naglašava razliku među polovima kao jednu od glavnih uzroka društvene nejednakosti koja se velikim delom ostvaruje putem mode.

Postmodernističke teorije mode – Francuski filozof i sociolog, Žil Lipovecki (Gilles Lipovetsky) u *Carstvu efemernog* modni svet opisuje kao mesto za sve. “Današnja zrela moda uvodi stalnu želju za brzim promenama, novim dizajnom, a fluidni pojedinci se ogledaju u njoj” [Cvitan-Čarnelić, 2002: 30].

Posmatrajući animal print kao znak oslanjajući se na semiotičke teorije mode, označenim vidimo polje ljudske prirode koja se ne uklapa u administrativne sisteme i teži ka pobuni, prelasku praga, liminalnom. Do liminalnosti kao označenom, doći ćemo i ukoliko razmatramo feminističke teorije mode i Fukoovo disciplinovanje tela. Postmodernističke teorije mode i Žil Lipovecki ukazuju na konstante promene što nas takođe dovodi na polje liminalnosti kao glavne odlike animal printa, ali paradoksalnosti koja se nameće kao kontinuirana.

V STILSKE PARADIGME

5.1. Zoomorfizacija

Karl Gustav Jung (Carl Gustav Jung) u knjizi *Čovek i njegovi simboli* razmatra odnos životinjskih motiva i simbolizma, pridajući ovim motivima simbole čovekove primitivne i nagonske prirode. Jung ukazuje na činjenicu da i visoko civilizovani ljudi uviđaju silovitost svojih nagonskih poriva i autonomnost emocija koje kuljaju iz nesvesnog. Jung, dalje, ukazuje na neizmerno obilje životinjske simbolike u religiji i umetnosti u svim vremenima, ne ističući samo važnost ove vrste simbola već i važnost neophodnosti da ljudi uključe psihički sadržaj tog smisla odnosno nagona. Iz svega prethodnog proizilazi da je nagon temelj ljudske prirode.

Biblijske reference navode leoparda kao primer u Starom zavetu, Jeremija 13:23: “Da li Etiopljanin može da promeni svoju kožu ili leopard svoje šare?” Nije lako činiti dobro kada smo naučeni da činimo pogrešno.

Val Luton (Val Lewton), ruski emigrant i scenarista filma *Ljudi mačke*¹⁷ (*Cat People*, Jaques Tourneur, 1942) objasnio je veliki uspeh filma fascinacijom publike ženom-mačkom, opasnom i zavodljivom ženom koja istovremeno privlači i odbija, ženom koju je on preuzeo kao gotov model iz pariske modne industrije tridesetih godina. Na prvi pogled, žena-mačka je simptom epohe, jedan od sablasnih prikaza žene koji se tridesetih godina XX veka kao epidemija širi planetom, čas u obliku *femme fatale*, uzroka-razloga želje oko kojeg se konstituise univerzum u tvrdom detektivskom romanu, gde ona predstavlja glamur korumpiranosti i kriminalnu tajnu akumulacije kapitala, čas kao vamp, žena-masku, fantoma od krvi i mesa... [Arsić, 2000: 141]. Film govori o tome da je u dalekoj prošlosti upražnjavano žrtvovanje žena panterima (ili leopardima u rimejku iz 1982) jer su one imale seksualne odnose s njima. Tako su nastali ljudi-mačke, koji su identični običnim ljudima, s tom razlikom što se mogu transformisati u mačke. U filmu je glavna junakinja Irena Dubrovna - Srпкиnja i mi pratimo stereotipno predstavljanje manjinske zajednice u velikom američkom društvu posredstvom simbolike mačaka. Male zajednice funkcionišu na malom prostoru i često bivaju iskarikirane i zatvorene i “imaju nešto divlje, neuhvatljivo, dobro i zlo koji su neraskidivo povezani i, za američku publiku, *egzotično* u svom mentalitetu” [<http://afirmator.org>]. Dramaturg Aleksandar Novaković primećuje da su Srbi u američkom filmu *Cat People* prikazani kao narod koji se po turskoj okupaciji izopačio i obezbožio i predao demonskim činima, među koje spada i pretvaranje u velike mačke koje ubijaju zbog ljubomore. Novaković navodi izopačenost, mračnu seksualnost i grabljivost kao glavne karakteristike Srba u američkom filmu.

On smatra da je pokušaj Irene, Srпкиnje, da se suprotsavi zlu – uzaludan, jer je ona po svojoj definiciji zla, a narod ubog i ekscentričan, necivilizovan (u sceni svadbe u restoranu *Beograd* u

¹⁷ To je niskobudžetni *horor-noir* film, bez scena eksplicitnog nasilja. Film bi se mogao okarakterisati kao *šta je u mraku* film.

izlogu stoje odsečene svinjske glave, mesto je skromno i zadimljeno, a gosti se služe iz čabra). *Cat People* tematizuje mit o vampirima kroz mit o ljudima-mačkama. Irena Dubrovna priča u filmu o kralju Jovanu koji je proterao Turke iz zemlje, pobio ljude-mačke i vratio hrišćanstvo narodu.

Koje simboličko značenje mogu imati bunde i perje? Smatralo se da je simbolizam ptice u filmovima imao religijsko, seksualno i erotsko značenje. Simbolizam ptica i njihova povezanost sa ženstvenošću i zavodjenjem vidljivi su i u primerima filmova koje dajemo. Perje je sredstvo zavodjenja koje najlakše može da se usvoji iz životinjskog carstva. Životinjske kože, na primer, omogućavale su vračevima da postanu nadljudi. Pošto se mitska životinja – predak smatra neuništivim originalom života vrste..., time što postane mitska životinja čovek postaje mnogo veći i moćniji nego što je on sam [Gandl, Kasteli, 2007: 140]. O ženskoj erotici kroz prikaz perja najviše govori film *Skupljači perja* (Aleksandar Saša Petrović, 1967).

Zoomorfizacija ljudske seksualnosti proizilazi iz antropogeneze i totemskih koncepcija, gde se ljudsko poreklo vezuje za neku vrstu sakralizovane životinje. Takozvani totemski fenomen je najviše izučavao francuski antropolog Klod Levi Stros (Claude Lévi-Strauss), koji je na kraju došao do zaključka da totemizam izmiče svakom pokušaju definisanja. Pokušaćemo da sažmemo zaključke do kojih je došao, a koji bi mogli da budu od pomoći za šire razumevanje fenomena animal printa. Totemizam je, prema Klodu Leviju Strosu, izbacivanje iz našeg sveta, kao u nekoj vrsti egzorcizma, mentalnih stavova sa zahtevom za diskontinuitetom između čoveka i prirode, koje hrišćanska misao smatra bitnim. Jedan od najistaknutijih teoretičara totemizma, V. H. R. Rivers (W. H. R. Rivers) definisao je 1914. totemizam kao skup tri elementa: 1. društvenog, 2. psihološkog, 3. obrednog.

Društveni element podrazumeva vezivanje neke životinje (ili biljke) za određene grupe zajednica. Psihološki element podrazumeva verovanje u rodbinsku vezu između članova grupe i životinje (biljke ili predmeta), što se često ogleda u verovanju da je grupa od nje potekla. Obredni element podrazumeva poštovanje pokazano životinji (biljci ili predmetu), koje se tipično ispoljava u zabrani jedenja životinje, sem pod određenim uslovima.

Izumitelj totemizma na teorijskom planu, Škotlanđanin Maklenan (McLennan) autor je teksta *The Worship of Animal and Plants*, u kojem je objavljena čuvena formula: totemizam je fetišizam + egzogamija i matrilinearna rodbinska veza. Klod Levi Stros objašnjava da reč totemizam pokriva odnose između dveju kategorija: prirodne i kulturne. Neki mogući odnosi između ovih kategorija vidljivi su na primeru australijskog totemizma – socijalni i seksualni oblik, druga kombinacija odgovara individualnom totemizmu Indijanaca Severne Amerike, kod kojih pojedinac nastoji da

zadobije neku prirodnu kategoriju, podvrgavajući se inicijacijama. Treća kombinacija su Banksova ostrva, gde se dete smatra inkarnacijom životinje ili biljke koju je njegova majka našla ili pojela u trenutku kada je saznala da je trudna.

Totemizam, prema američkom antropologu Rejmondu Firtu (Raymond Firth), odgovara, u osnovi, kultu predaka. U okviru njega pokazuje se sklonost ka osobinama koje određena životinjska vrsta i neka društvena zajednica dele, tj. pokazuju da su iste prirode. Totemski odnos ne može se tražiti u samoj prirodi totema, već u asocijacijama koje on izaziva.

Francuski filozof Bergson (Henri Bergson) govori o načinu na koji čovek poima životinje. Istovremeno kada priroda životinje izgleda kao da se koncentriše u svojstvo, reklo bi se da se njena individualnost rastapa u vrsti. Prepoznati čoveka znači razlikovati ga od drugih ljudi, a prepoznati životinju obično znači prepoznati vrstu kojoj ona pripada. Ma koliko životinja imala konkretnog i individualnog, ona se u suštini javlja kao kvalitet, ali je samo vrsta, prema Bergsonu.

Termin totem je poreklom iz plemena Odžibva. Totemističko verovanje nalazimo na teritoriji Afrike, Azije, Evrope, Severne Amerike, Australije i na Arktiku. Totemski simbol može da posluži kao reminiscencija na poreklo matične grupe ili mitsku prošlost. Totemizam nije uravnotežen i jedinstven fenomen jer se menja u novim okolnostima. Njegovi tragovi se nalaze u visokim kulturama, ali su najizraženiji u tzv. prirodnim narodima.

Životinje igraju veliku ulogu u afričkoj kulturi. Svaka životinja ima specifično simboličko značenje i ukazuje na određene kvalitete ili karakteristike. Nekoliko afričkih totema trebalo bi da, ukoliko se nose na maskama, omoguće komunikaciju sa životinjama koje žive u pustinji ili pošumljenom predelu. Na taj način nosilac maske postaje medijum preko koga se komunicira sa samim životinjama, na primer mole se divlje zveri da se drže podalje od naselja.

Paradigma zoomorfizacije se možda najviše obraća podsvesnom delu čovekove ličnosti i traži odgovor na antropološko pitanje : šta je čovek. Animal print komunicira sa svesnim, podsvesnim i nadsvesnim.

5.1.1. Leopard

Prema većini izvora afričkih studija, simbolika leoparda upućuje na lukavstvo, spremnost i svirepost. Leopard je veoma poštovan u afričkim kulturama kao lovac, zbog svoje tajnovitosti i misterioznosti. Poznat je kao veliki posmatrač. Leopard je takođe vrlo značajan za Šona (Shona) narod Zimbabvea. Ubiti leoparda bilo je tabu ali je, istovremeno, imalo status kraljevske igre. Koža

leoparda bila je vrlo važna kod plemena Šona, kako za iscelitelje tako i za narodne vođe. Ona, takođe, ima status kraljevske igre i u početku je bila vrlo skupocena, a uvođenjem sintetičkih materijala u industriju odeće postaje dostupna i širim krugovima od povlašćenih. U diskursu popularne i masovne kulture leopard print, šire uzevši, podrazumeva vodeću poziciju u određenoj oblasti, pa je tako Rambo Amadeus, samoproklamovani *svetski megacar*, ogrnut mantilom s leopard printom. Marinu Perazić zvali su kraljicom *sinth* popa u bivšoj državi, dok je Slađana Milošević, pop diva, u leopard bodiju pozirala za omot albuma *Sexy dama* (PGP RTS, 1978).

5.1.2. Jaguar

Jaguar ima posebno mesto u kulturi šamanizma, te su kostimi šamana neretko kože jaguara. U majanskoj kulturi jaguar je, na primer, imao povlašćeno mesto jer se verovalo da ima posebne moći i smatran je bogom. Jaguari imaju ogromne šape, široku glavu, moćne i jake čeljusti. Oni često ubijaju svoje žrtve probijanjem lobanje jednim brzim ugrizom. Jaguar se oglašava drugačije od rike lava, on reži dubokim tonovima. Jaguar je važna životinja za kulturu Maja. Koža jaguara je bila rezervisana za vladare ili za šamane, kao i koža geparda. Mirča Elijade u opsežnoj studiji *Šamanizam i arhajske tehnike ekstaze* razmatra simbolizam šamanske odeće. U nekoliko poglavlja on iscrpno opisuje sibirsku, burjatsku, altajsku šamansku odeću, a posebno se bavi ornitološkim simbolizmom, kapama i maskama. U svetlu šamanskog izvođenja mogli bismo da posmatramo Vesnu Zmijanac u ulozi kafanske pevačice u filmu *Sok od šljiva* (Branko Baletić, 1981) u haljini s gepard printom. Kafanska pevačica jeste simbol deliričnog raspoloženja i izvesnog transa u koji, svojim glasom i telesnim aspektom, dovodi publiku ili posetioce ugostiteljskog objekta u kojem peva. Premda pripada estetskoj paradigmi glamurizacije, dolazi do izvesnog preklapanja sa zoomorfizacijom, jer se posao kafanske pevačice posmatra kao afektivno zanimanje koje vodi liminalnim iskustvima. Šekner kaže da šamansko izvođenje povezuje takmičarski duh sporta, užas krvnih žrtvi, napetost borbe za život i smrt, narativnost drame i pripovedanja. Svi ti elementi uzbudljivo su kombinovani s muzikom, pesmom, plesom, kostimima i maskama. Elijade, osim preobražaja, opštenja s onostranim, navodi rajski sindrom kao bitan element – motiv za prijateljstvo sa životinjama. Rajski sindrom je čovekovo prijateljevanje i harmonični odnosi u mitskim vremenima sa svim životinjama, kao i poznavanje njihovog jezika. Rajski sindrom, narativnost drame u izvođenju pesama i, naposljetku, impuls ka prijateljevanju sa životinjama ili životinjskim, sve je to objedinjeno u animal printu.

5.1.3. Ptice / perje

Ptičje perje nalazi se u gotovo svim opisima šamanske odeće. Čak i sama struktura odeće pokušava što vernije da podražava ptice. Ornitografski i ornitomorfni elementi vidljivi su kod svih šamanskih

kostima. Oni su potrebni jer se tako lakše leti prema drugom svetu, navodi Elijade. Prisutan je i izvesni vazdušni simbolizam, gde perje predstavlja vezu s duhovima pomoćnicima koji pomažu šamanu da obavi vazdušno putovanje. Maska, prema autoru, igra istu ulogu kao i odeća, i ova dva elementa se mogu smatrati međusobno zamenjivim. Maska i odeća, kako ističe Mirča Elijade, transsubstancijalizuju šamana, preobražavajući ga naočigled prisutnih u nadljudsko biće „ma kakav bio preovlađujući atribut koji se želi u punoj meri osvetliti” [Elijade, 1990: 138].

Šamanski simbolizam perja u Kini takođe je ekstatičkih kvaliteta odnosno perje pomaže u ospoljavanju duše ili, šamanskim rečnikom – u putovanju duhom. Perje omogućava magijski let. Taoističkog sveštenika neretko su označavali kao pernatog učenjaka ili pernatog domaćina. Ptičje perje je najčešći simbol šamanskog leta i njegovo prisustvo u kineskoj ikonografiji zauzima značajno mesto u rasprostranjenosti i starosti tog simbola, kaže Elijade. Ptice su vodiči duša i kada postaje ptica šaman preduzima ekstatičko putovanje na *onaj svet*. Kada šaman nosi perje ili odeću koja ima elemente oblika ptice, to upućuje na opštenje s onostranim.

Afrički vračevi i vidari oblače se u kože divljih zveri, stavljaju na sebe kosti i zube divljih životinja. Uopšte uzevši, najrasprostranjenija odeća šamana širom sveta je životinjska koža. Elijade ističe makrokosmički simbolizam u vidu skupa činjenica koji se uklapa u *zakon* istorije religija, koji glasi: *čovjek je ono što se na njemu vidi*. Potpuno pretvaranje šamana u nešto drugo je ono što se očekuje od različitih znakova i simbola, ponekad samo nagoveštenih, na odeći ili neposredno na telu. Na primer, noseći orlovo pero ili, čak, stilizovan crtež tog pera, čovek stiče sposobnost da leti, objašnjava Elijade. Širom Evrope, na primer, rasprostranjeno je verovanje da veštice i čarobnjaci lete. Slične moći pripisuju se fakirima i alhemičarima. Te moći pripadaju spektru duhovnih veština, oštroumnosti, razumevanju tajnih stvari ili metafizičkih istina. „Onaj koji shvata ima krila“ [Elijade, 1990: 339]. Dve su bitne komponente za razumevanje mitskih motiva ptice: mitsko zamišljanje duše u obliku ptice i shvatanje ptica kao vodiča duša.

5.1.4. Zmija

Zmije su životinje s magijskim ugledom. Elijade kaže da naučiti jezik životinja znači ovladati tajnama prirode i osposobiti se za proricanje. Jezik ptica, na primer, uči se jedenjem zmije ili neke druge životinje iz reda magijskih životinja ili životinja s magijskim ugledom. Koža zmije pitona štiti proročište u Delfima. Nikola Visković, autor knjige *Kulturna zoologija*, piše da u kolektivnoj svesti naroda zmija nije samo zloćudno biće nego, takođe, i pametno i zahvalno biće, koje se može pridobiti za saveznika i prijatelja. On u svojoj studiji razmatra pitanje zmija i mogućnosti

rehabilitovanja zmija i nekih drugih gmizavaca. Ovaj autor smatra da je najveći deo onoga što se zmijama pripisuje kao zlo posledica prenosa ljudskih poroka na životinju.

5.1.5. Šamanizam, zoomorfizacija i animal print

Unutar paradigme koja uključuje i razmatra liminalna stanja odnosno teoriju o liminalnosti neophodno je da istražimo šamanizam, bar onaj njegov segment koji se tiče izgleda šamana. Moguća definicija šamanizma bila bi da je to magijsko-religijski skup verovanja, obreda i praksi utemeljen na primeni znanja i moći stečenih direktnim kontaktom s nadnaravnim silama u lečenju i proricanju. Mirča Elijade proučavao je fenomen šamanizma.

Šamanizam je, pored istorije religije i joge, treće veliko područje Elijadeovih istraživanja. Rezultat toga je prvi i do sada jedini sintetički prikaz toga fenomena u svetskim razmerama. Šamanizam se temelji na psihofizičkom dualizmu, na shvatanju da duša može za izvesno vreme da napusti telo a da se to ne odrazi fatalno na ljudsku jedinku. S druge strane, šamanizam podrazumeva rascep u krilu svetoga, što znači, uz dobre, pojavu i zlih duhova, a time i potrebu da se zajednica zaštiti od njih. Šaman je taj koji kroz vrlo složenu i tešku inicijaciju stiče dar i veštinu, dovoljno efikasnu, da zajednicu kojoj pripada štiti od svih zala. On nije sveštenik u pravom smislu reči, kao što ni šamanizam nije poseban oblik religije; da to jeste onda bi ovaj svuda gde se sreće (a sreće se na svim kontinentima) nosio sa sobom istu sliku sveta, što nije slučaj [Elijade, 1990: 84].

Šamani uvek imaju specifičnu odeću, u kojoj i njen najmanji deo nešto simbolizuje. Najčešći delovi odeće su: krzno, kapa, štap, maska, bubanj i razni magični predmeti, poput kostiju, perja itd. Ponekad je šamanska odeća – potpuna nagost. Šamanska maska se koristi radi lakšeg prevazilaženja sopstvenog identiteta kao pojedinca. Šamanski bubanj se koristi radi padanja u trans pomoću ponavljanja ritma.

Ričard Šekner u studiji o performansu razrađuje glumu ili izvođenje u širokom spektru. Između ostalih izvođenja, a unutar diskursa o transu, govori o šanima. Šaman je reč proistekla od sibirске reči *ša*, što znači znati. Šaman je čovek koji čuva i prenosi znanje zajednice. Šamani su sposobni da odvoje dušu od svog tela i uz pomoć životinje – duha pomagača, magijski otputuju u svetove nedostupne ljudima, u potrazi za demonima ili lekovima. Šamani, neretko, izvode dok su u transu, a pritom u trans uvode i posmatrača. Šamanizam je široko rasprostranjen i zbog toga se, navodi Šekner, smatra pravim pozorištem. Šamanske prakse širom sveta preklapaju se, pa su čak vidljive i u antičkoj Grčkoj i u japanskoj no drami. Ono što je karakteristično za šamanske izvođače

jeste da imaju izvanrednu kontrolu glasa i odlično se kreću, ali ono što je od koristi za naše istraživanje jeste da su poznati po spektakularnim kostimima i maskama. Narativ šamana sastoji se od transa, za koji je potrebna psihička snaga koja je neophodna da bi se duhovno putovalo i izborilo sa zlim silama. Šamani su, kaže Šekner, veoma nalik glumcima na sceni. Dobar šaman je prepoznatljiv po tome koliko se uspešno izborio za sopstveni stil unutar tradicije. Šaman je u stanju posednutosti izmeštenog sopstva, što je popraćeno transformacijom glasa, kretanja, postupaka, ali je dodatno osnaženo šminkom, maskom, kostimima, rekvizitima i interakcijom s publikom. Šekner govori o šamanskim izvođenjima kao o veoma snažnim iskustvima totalnog teatra. On apostrofira zabavu kao važno mesto, koje je prateće, ali od centralnog značaja za isceljenje. Da bi ozdravljenje bilo efikasno pažnja zajednice mora da bude fokusirana, a energija sjedinjena i kanalisana ka isceljenju. Događaj je dokazni materijal šamanovog putovanja, borbe i trijumfa.

Šamanska odeća predstavlja, sama po sebi, kako veruje Elijade, kosmografiju – ona odaje prisustvo svetoga i obelodanjuje kosmičke simbole i metafizičke puteve. Samim oblačenjem te odeće, ostavljajući profanu odeću, šaman transcendirira svakodnevni prostor i priprema se da stupi u dodir s duhovnim svetom. U sibirskom šamanizmu koriste se zmije. Zmije se, kao i konji, smatraju simbolima takozvanog donjeg sveta. Zmije su preuzete od Burjata i Turaka. Burjatska šamanka je opisana s dvama štapovima s drškama u obliku konjske glave, okićenih zvončićima. Na plećima ima trideset zmija od crnog i belog krzna. Najpotpuniji opis burjatskog šamana dugujemo Agapitovu (Nikolai Nikolaevich Agapitov) i Šangalovu (Matvei Khangalov).

Ovaj šaman, navodi Elijade, mora da ima: 1. krzno, belo – za belog šamana, kojem pomažu dobri duhovi, a crno za crnog šaman kojem, pak, pomažu zli duhovi. Na krzno su prišivene razne figure od metala, koje predstavljaju konje, ptice itd; 2. kapu u obliku risa, a nakon petog obrednog pranja, koje dolazi neko vreme nakon inicijacije, šaman dobija kacigu čija se dva kraja završavaju u obliku rogova; 3. štap s drškom u vidu konjske glave od drveta ili gvožđa. Iz opisa datog u *Priručniku burjatskog šamana*, pored ostalog, navodi se izgled kacige šamana, s čijih obeju strana vise trake od svile, pamuka, finog sukna ili krzna različitih divljih i domaćih životinja. U slučaju altajskih šamana odeća, takođe, ima trake koje predstavljaju zmije. Elijade ističe da postoji izvesna težnja da šamanska odeća opskrbi šamana novim magijskim telom u obliku životinje. To je najčešće ptica.

U obraćanju višim silama, primećuje Visković, upotrebljavaju se izvesni simboli, reči, predmeti, odeća i šira scena. Životinje su posebno značajan medij svih magijskih i verskih obreda. “Životinje su uvek shvatane kao izvor ili posrednici spasenja ili propadanja temeljnih ljudskih vrednosti” [Salze, 1965: 75]. Životinje su oduvek privilegovani predmet žrtvenog darivanja zoomorfnim i antropomorfnim nadnaravnim silama. Naturalistička religijska svest arhaičnih kultura sadrži životinjske motive. Primere nalazimo u afričkoj naturalističkoj kulturi. “Životinje deluju i govore

kao ljudi, u njihovim pričama one su zapravo ljudi preobučeni u životinje” [Daman, 1985: 65]. Ernst Daman (Ernst Damman) navodi razne primere, pa recimo članovi plemena Čaga (Chaga) veruju da su im preci kinocefali (kinokefali) i slonovi [Visković, 2009: 65].

Životinjska koža, pera, delovi rogova, dlaka, imaju ulogu zoo fetiša i amuleta. Egipćani su nosili amajlije u liku skarabeja. “U Bretanji je moćan amulet bela dlaka crnog mačora” [Visković, 2009: 76].

5.1.6. Feministička kritika zoomorfizma u medijima

Zapažanje Petre Belc o takozvanim filmskim mačkama predstavlja feminističku kritiku zoomorfizma na filmu. Ova autorka polazi od pretpostavke francuskog antropologa Edgara Morena: “Film je kao nekakva velika arhetipska materica koja potencijalno embriogenetski sadrži sve vizije sveta” [Moren, 1967: 128]. Ona ističe da, ovako reproduktivno jasno definisan, film kao medij zauzima značajno mesto na koje treba obratiti pažnju kada se govori o poziciji žene i životinje u savremenom društvu jer je film generator patrijarhalnih filmskih struktura. Njeno zapažanje kreće i od izjave Simon de Bovoar (Simon de Beauvoir): „Tema je iritantna, posebno ženama, a nije ni nova. Od savremenih holivudskih blokastera do visokomodernističkih umetničkih remek-dela, kroz različite stilove, žanrove i režijske rukopise oba pola, svuda je podjednako moguće pronaći elementarno gradivno tkivo od kojeg je sačinjena patrijarhalna kultura, odnosno one osnovne misaone jedinice na kojima počiva ideja žene i životinje kao manje vrednog bića. Radi se o presecanju seksizma i specizma odnosno poistovećivanju žene sa životinjom, preciznije mačkom” [De Beauvoir, 2006: 135].

Petra Belc, hrvatska teoretičarka filma, piše da lik mačke u popularnoj kulturi muškarce oplemenjuje, a žene negativno stereotipizuje. Ona navodi istoriju patrijarhalne kulture Zapada, unutar koje leži muška logika dominacije, gde je žena izjednačavana sa životinjama i povezivana s prirodom, te naturalizovana dodavanjem životinjskih imena, pa je tako, zbog njene *prividne* inferiornosti u odnosu na muškarca, njeno pravo na misaono i političko delovanje oduzimano i umanjivano. Belc navodi tvrdnju Beverli Klek (Beverly Clack) da su dva ključna aspekta ženske *prirode* u mizoginičnom diskursu: manjak razuma i izjednačavanje žene s prirodom. Istorijski gledano, Platon smešta ženu znatno bliže životinji nego muškarcu (*Timaj*), dok Aristotel definiše muškarca kao izвориšte života i misaono aktivno biće, dok je žena pasivna, telesna i podređena (*O postanku životinja*). Petra Belc vrši poređenje određenih vrsta životinja sa ženama, polazeći od teksta Džoan Danger (Joan Dunger) *Seksističke reči, specistički koreni*. Tako je krava, zbog trajne eksploatacije ili održavanja stanja trajne trudnoće i s ciljem proizvodnje što veće količine mleka, predstavljena kao debelo i pasivno biće koje se dovodi u vezu sa ženskim telom. Zmiju povezuje s

biblijskom ulogom u čovekovom moralnom posrnuću u rađanju greha, a pseća semantika primenjuje se u rasplodnom kontekstu rečju kuja. “Poistovećivanje žene sa životinjama potkopava poštovanje prema ženama zbog toga što životinje u načelu dobijaju znatno manje poštovanja” [Dunger, 1999: 16].

Hrvatska etnološkinja Mirela Holi (Mirela Holy) u svojoj knjizi *Mitski aspekti ekofeminizma* kaže da je, osim semantičkog seksizma, prisutan i veoma čest obrazac poistovećivanja žena sa životinjom u vizuelnim medijima. Vizualije koje govore o ovoj vrsti degradacije jesu odeća i kostim s animal printom, koji upućuju na određenu životinjsku vrstu kao tačku preklapanja dveju stilskih paradigmi u ovom radu: glamurizacije i zoomorfizacije. Avu Gardner je filmski studio MGM 1949. godine reklamirao kao *najlepšu životinju na svetu* [Visković, 2009: 314]. Petra Belc opaža da su filmskom kamerom najranije zabeležene mačke bile one iz 1894. godine, *Boksujuće mačke* (*The Boxing Cats*, Tomas Edison, 1894). Film prikazuje dve agresivne mačke koje boksuju u ringu dok ih nadzire jedan muškarac. Belc uvodi karakterne intenzifikatore kao svrhu mačaka (i uopšte domaćih životinja) na filmu. Ona piše o muškim likovima koji su intenzivirani kao perfidni antagonisti, dok je u slučaju ženskih likova mačka naglašavajući faktor ili intenzifikator – nepredvidivosti, svojeglavosti, emocionalne nestabilnosti i društvene neprilagođenosti. Mačke nisu sklone dresiranju u većoj meri i, kao takve, primećuje Visković, često nastanjuju magijski prostor filma. Belc uočava da je neretko ženska seksualnost povezivana s bestijalnošću.

Istorijat veze mačke i žene ili kulturne zoologije započinje u Starom Egiptu. U Staroj Grčkoj i Starom Rimu mačke su interpretirane kao egzotične. Prema nekim izvorima, prve mačke pripitomljene su u Egiptu između 2. i 3. veka p. n. e. i u egipatskim domovima predstavljale su kućna božanstva zvana *miu* ili *miw* ili *mii*. [Tejlor, 1990: 6]. Egipćani su, zbog izuzetne vezanosti za svoje miu, žalovali posle njihove smrti, kada bi svi obrijali obrve, dok su mačke balzamovali i u drvenim kovčezima nosili u hram boginje Bastet, koja je u početku bila prikazivana s glavom lava, a kasnije s mačjom glavom. Ovo božanstvo prožeto je dubokom protivrečnošću, baš kao i animal print paradoksalnošću: “s jedne strane, Bastet reprezentuje majčinsku nežnost, a s druge zastrašujućeg osvjetnika” [Pinč, 2004: 115]. Ovo božanstvo prati i seksualni aspekt, što se vidi i iz dokumenata o orgijama kojima je slavljena Bastet. Kasnije je razvratna i opasna seksualnost žene povezivana s mačkama, dok Rodžers primećuje doživljaj ženske seksualnosti kao nasrtljive i agresivne.

5.1.7. Antropornografija, životinjsko telo i antropomorfní zoomorfizam

U tekstu *Antropornografija ili životinja kao skopofilijski i seksualni predmet*, hrvatska etnološkinja Suzana Marjanović skreće pažnju na koncept antropornografije ekofeminističke animalistkinje Kerol Adamas (Carol J. Adams). Antropornografija je koncept povezivanja životinja kao prostitutki i nije usko ograničen na mačke, ali oslanja se na činjenicu da su prostitutke bile nazivane mačkama [Rodžers, 2001: 173].

Belc dovodi u pitanje reklame u kojima se žena animalizuje, naturalizuje, a životinje se feminizuju, što u krajnjem ishodu dovodi do obeshrabrivanja žena u nastojanjima da se promeni postojeća paradigma. Belc navodi Barta (Johnatan Burt), historičara životinja, koji u svojoj knjizi *Animals in Film*, 2002, a prilikom proučavanja načina na koji se u filmu životinje vizuelno konstruišu – ističe da treba uzeti u obzir čitav rizomski odnos društvenih i kulturalnih odnosa unutar kojih se ta životinja nalazi kao vizuelni znak. Bart nudi koncept *retoričke životinje* odnosno životinje kao tekstualnog bića, metafore ili metonimije, što je moguće čitati kao tekst.

Tim Gad (Tim Gadd), kognitivno-bihevioralni psihoanalitičar, u eseju *Ljudsko – životinjska veza u modernom popularnom filmu (Human – Animal Affiliation in Modern Popular Film)* razvrstava konvencije odnosa čovek – životinja u popularnoj kulturi u tri razdoblja:

1. Antropocentričko/modernističko (1920 – 1959)
2. Tranzicijsko (1960 – 1979)
3. Postmoderno (1980 – danas)

U prilog ubedljivosti korišćenja životinja u filmu stoji fenomen *Suspension of Belief* [Bart, 2002: 137] ili *odloženo verovanje*, koje je znatno smanjeno u odnosu na ljudske glumce i na osnovu toga je jasno da su životinje bliže stvarnome nego što su to ljudi.

Erika Fišer Lihte u *Estetici performativne umjetnosti* posebno se osvrće na životinjska tela u performansu i ukazuje na jednostavnost njihovog pojavljivanja; one ne treba da izvrše nikakav određeni zadatak nego je „dovoljno da su prisutne u prostoru predstave i da se pokažu u svojoj naraspoloživosti“ [Fišer Lihte, 2009: 129]. Fišer Lihte piše da šta god one činile to postaje važan element predstave u kojoj učestvuju. Gledaoci s posebnom pažnjom prate učešće životinja jer se ono ne odvija po promišljenom planu nego ostavlja mogućnost raznih izmena i nepredvidivih obrata. „Neraspoloživost životinja je svakako u jednom drugom smislu na gledaoce djelovala posebnim podražajem“ [Fišer Lihte, 2009: 129]. Lihte kaže da gde god životinje nastupaju dešava

se jedna nelagodna *prezencija*, jer one ispunjavaju čitav prostor i svu pažnju privlače na sebe. Ovdje možemo tražiti uzroke upotrebe animal printa zato što, pored optičkih karakteristika, koje nude širok spektar fotogeničnosti, sinematičnosti i hipnotičkih efekata, iste efekte mogle bi da ponude i neke druge geometrijske arabeske, ali ni izbliza nemaju moć koju pruža činjenica da su to šare koje imaju upravo životinje. Životinjska nepredvidivost, neraspoloživost, mogućnost dovođenja životinje i čoveka u energetska ravan ono je što najviše privlači pažnju. Energetska ravan, ili preciznije – energetski dijalog je formulacija koju je koristio Jozef Bojs (Joseph Beuys) u svojoj akciji s kojotom. Radilo se o divljoj, nedresiranoj životinji – kojotu, čije ponašanje se nije moglo planirati, predvideti ili kontrolisati. Za vreme petodnevnog boravka u Americi Bojs je ostao u galeriji *Rene Blok (Rene Block Gallery)* u Njujorku. Akcija je izvedena u prostoru u kojem su bili smešteni kojot i umetnik i koji je bio podeljen jednom rešetkom koja je odvajala umetnika od publike. Bojs je boravio pet dana u galeriji, umotan u nekakav filc, s baterijskom lampom, s kojotom, koji publici nikada nije okrenuo leđa nego se često kretao po galeriji ili zurio kroz prozor. Bojs je ovim performansom želeo da ukaže na traumatičnu tačku u američkoj istoriji i dolazak belaca, koji je promenio status kojota. “Njihova domišljatost i sposobnost prilagođavanja, kojoj su se Indijanci divili kao subverzivnoj snazi i koju su poštovali, sad je važila kao podmuklost“ [Fišer Lihte, 2009: 127].

Erika Fišer Lihte ističe činjenicu da se životinja kada se pojavi na sceni percipira kao prodor realnog u fiktivno, slučaja u poredak, prirode u kulturu. Upoređuje je s orkanom ili poplavom, jer priziva kritični momenat u kojem sve stoji pod znakom pitanja odnosno pretili da se ljudski poredak prepusti prirodi i da životinja stavi inscenaciju van snage. Paradoksalnost i subverzivnost animal printa, a iz ugla zoomorfizacije, sledeći ovu logiku, leži i u činjenici da je odevanje samo po sebi inscenacija, dok je životinjski aspekt narušava i unosi prirodnost i nepredvidivost, narušava ljudski poredak. Fascinacija nije izostala ni kada je Marina Abramović izvodila svoj performans s pitonom. Odnos koji je uspostavila sa životinjama koje su duge četiri i tri i po metara definisala je kao sklad s njenim energetskim putanjama.

Nikola Visković navodi dva vida zoomorfizma. Prvi je čist zoomorfizam, gde se ljudima daju životinjske osobine i ono je naličje antropomorfizma. Osobine koje se dodeljuju ljudima su često zamišljena svojstva, ali mogu da budu i stvarna (plodnost, snaga, zverska agresivnost, moć letenja, lukavstvo i slično). To su osobine kojima se dive ili, naprotiv, žele da ih egzorciraju. Zoomorfizam podrazumeva pripisivanje nekoj osobi ili grupi, rečju ili slikom, svojstava poput lavlje snage ili brzine pantera ili sokola, a zatim i poimanje same osobe ili grupe kao lava, pantera ili sokola. Visković piše da ako je pridavanje osobina kao što su plemenitost i hrabrost lavu ili lukavstva lisici

– antropomorfan čin, a radi se o osobinama čoveka, zoomorfizam je zapravo antropomorfizam u ogledalu i možemo reći da se radi o posredno antropomorfnom zoomorfizmu. Visković primećuje da rimska vučica, germanski i srednjoazijski orlovi, meksička zmija i šareni kecal, ruski medved, južnoazijski slon, kineski zmaj i drugi simboli naroda i država, koji se nalaze na grbovima ili zastavama, verovatno predstavljaju zoomorfizovane pretpostavke o zaštitničkim zavisnostima od životinja. Visković navodi i bogove koji se reinkarniraju u životinjske avatare, što možemo videti na primeru boga Višnu, koji se reinkarnira u ribu, kornjaču, medveda i čoveka-lava. Ono što je sasvim izvesno jeste da je, ipak, najdublji vid „zoomorfne svijesti konceptualni odnos, vjerojatno imanentan kulturi, po kojemu je životinjsko potrebno da bi se definirao čovjek, da bi se odredile unutrašnje granice ljudskog, pa je onda, iz nužnosti ljudskog samoveličanja i samopoštovanja, životinjsko postalo načinom imenovanja svega što je izvanjsko humanom, biljeg gadnog na površini ljudske vrste, sramotno podrijetlo“ [Visković, 2009: 57]. Zapadna antropologija suprotstavlja ljudsko i animalno, primedba je Viskovića.

5.1.8. Fantastične životinje

Ljudska bića odevena u odeću sa životinjskom šarom tvore neku vrstu fantastičnih životinja, onih koje najčešće srećemo u mitologiji, a predstavljaju hibride i fantastične kreature. Klasifikaciju fantastičnih životinja u evropskim i azijskim kulturama daje nemački istoričar umetnosti, orijentalista i indolog, Hajnc Mode (Heinz Mode). On je pronašao pet vrsta hibridnih i deformisanih stvorenja [Mode, 1973: 81]:

1. Bića s ljudskim telom a životinjskim glavama, krilima ili drugim organima. To su polu-animalni demoni, geniji, anđeli i vile, zooglavi bogovi iz egipatske i kineske mitologije, slonoglavi Ganeša i majmunoglavi Hanuman, grčki satiri i rimski fauni, zmijoglave Gorgone, bikoglavi Minotaur, jednoglavu Akteon.
2. Bića sa životinjskim telom, a ljudskom glavom. Tu su krilate i nekrilate sfinge i kentauri, indijske čovekoglave zmije, žene-tigrovi, asirski bik Lamasu s bradatom ljudskom glavom, egipatske i arapske ptice-duše, srednjevekovna meluzina, Muhamedov konj Albakar ili Burak koji se slika i sa ženskom glavom, indijska čovekoglava krava Kamedhenu.
3. Bića sastavljena od delova dveju ili više životinja najbrojnija su skupina fizičkih hibrida: biblijski Levijatan i Begemot, sedmoglavu zmaj i druge zveri iz Apokalipse, zmajevi svih krajeva sveta, grifon kao lav i ptica grabljivica, persijska ptica Simurg koja nekada ima

pseću glavu, petao i zmija tvore bazilisk. Ktesijeva mantikora s ljudskom glavom, telom lava i škorpijinim repom. Krilati konji poput Pegaza, krilati lavovi i zmijske, riborepi jarci, mrav-lav (mirmakoleo).

4. Ljudska i životinjska bića s više glava ili više udova, više tela i slično. To su Janus i brojna višeruka i višeglava božanstva Istoka, višeglavi Tifon, nimfa Skilo pretvorena u zmijsko-pseću neman, višeglavi psi: Kerber i Argos, grupa, na primer, lavova s jednom glavom i slično.
5. Čovekolika i životinjska stvorenja bez nekih delova tela ili s povećanim ili smanjenim telima i delovima tela ili, čak, elementima biljaka, drugih predmeta. To su sve vrste patuljaka, mravi veličine lisice i, na primer, krilate zmijske što čuvaju drvo tamjana, prema Herodotu, divovska ptica Rok koja može da proguta slona, crvi koji jedu kamile, egipatska zmija Apofis i skandinavski Midgarsorm, akefali (bezglavi ljudi), psoglavi (kinokefali), dlakavi divlji ljudi, vukodlaci, morska čudovišta Minsterove kosmogonije.

Većina pobrojanih deformisanih ili hibridnih kreatura nisu ornamentalni likovi. Oni su izvor simboličkih značenja, u većini slučajeva – loših ili negativnih s verskog stanovišta ili iz ugla etike. Deo tih likova se prenosi i menja značenje iz jedne kulture u drugu, na primer prelazi iz istočnjačke u helensku, iz helenske u rimsku, iz antičke ili jevrejske kulture u kulturu srednjeg veka i na kraju u moderno doba, u pop-kulturu. Do Evrope u srednjem veku stižu s Istoka i iz antike značenja zmaja kao demonskog zla, sirene kao smrtne opasnosti koja zavodi, kentaura kao figure strasti i nasilja, grifona kao čuvara blaga koji je surov, satira kao neumerene opijenosti i razbludnosti. Selektivnost srednjevekovne ikonografije ogleda se verovatno u tome što u hrišćanskoj simbolici imaju slabu ili nikakvu upotrebljivost. Renesansna i moderna umetnost ih rehabilituje u novim značenjima. „Do obnove simbolike Minotaura dolazi u savremenoj, naročito nadrealističkoj i Pikasovoj umetnosti“ [Visković, 2009: 85].

Visković kategorizaciji Modea dodaje još dve kategorije: prva se odnosi na proteimorfna bića.¹⁸

Sledeća kategorija, koja nije obuhvaćena Modeovom klasifikacijom, jesu ljudske životinje ili fantastična bića koja su, zapravo, organski ili psihički hibridi tj. životinje ili kreature koje su po spoljašnjem izgledu stvarne ali imaju nestvarna organska ili psihička svojstva antropomorfne prirode. Na primer, u tu kategoriju ubrajamo katoblepasa – životinju koja ubija pogledom.

¹⁸ Reč proteimorfno potiče od Proteja, grčkog boga mora i proroka koji je mogao da se pretvori u razne oblike. (Ovidije: *Metamorfoze*)

Fantastične životinje/bića imaju zajedničko mesto u savremenoj popularnoj kulturi, a fantastična zoologija ima svoju primenu i u savremenoj psihologiji. Jung im daje značajno mesto u svojoj psihološkoj hermeneutici i terapiji, tumačeći, na primer, bajku o lepotici i zveri, i slične, kao strukture u kojima „žena postaje svesna svoje ljudske ljubavi skrivene u animalnom (i stoga nesavršenom), ali čisto erotskom obliku, oslobađajući na taj način kompleks incesta“ [Jung, 1973: 137].

Visković primećuje da kategorija fantastične životinje može da zahvati i svaku stvarnu životinju ako joj pridodamo neko svojstvo koje joj inače ne pripada. Postavlja se pitanje granica fantastične zoologije, kada se uzme u obzir naše nedovoljno poznavanje i neizbežno antropomorfno shvatanje životinja. Preispituje se, takođe, i konstantno proizvođenje fantastičnih bića.

U svetlu dvaju principa – zoomorfizacije i antropomorfizacije, animal print možemo posmatrati kao sredstvo u proizvodnji fantastične zoologije. Ona nastaje hibridizacijom raznih vrsta kombinacija čoveka i životinja. Izvorno, hibridi predstavljaju umnogostručenu: snagu, otpornost, instinkte, inteligenciju, zlo ili dobro. Te osobine uvećane su do one mere koja bi zadovoljila „spoznajne, emotivne i estetske težnje onih koji su ih stvorili“ [Visković, 2009: 77]. Ljudska potreba za označavanjem u svim kulturama premašuje realne izvore i moć nauke. U takvom okruženju, gde zahtevi za označavanjem premašuju nauku, nastaju fantastična bića koja nadoknađuju realne sposobnosti običnih bića. Nikola Visković u studiji *Kulturna zoologija* pretpostavlja da je možda najdublji vid zoomorfne svesti konceptualni odnos, verovatno imanentan kulturi, “po kojem je životinjsko potrebno da bi se definirao čovjek, da bi se odredile unutrašnje granice ljudskog” [Visković, 2009: 57].

Ukoliko posmatramo primere glumaca, celetoida ili pop i folk zvezda, dobijamo utisak o fantastičnim životinjama. To je posebno primetno kod takozvanih žena ratnica kakve se favorizuju u određenim rijaliti programima, kao na primer *Survajver Srbija*²⁰. Žene odevene u kupaće kostime s animal printom podsećaju na antropomorfne životinje s posebnim moćima ili na zoomorfne žene sa svojstvima hibrida, koji po pravilu umnožavaju moći. Animal print je u slučaju fantastičnih životinja intenzifikator liminalnog.

5.1.9. Optička varka

„Kamuflaža je umetnost neviđenog, praktikuje se od strane predatora, plena i biljaka. Boja može pomoći da se organizam uklopi u okruženje – čak i onda kada sam organizam ne može da vidi boje. Telesni oblici mogu se učiniti identičnim nekim drugim predmetima uobičajenim u istom okruženju. Obrasci ili šare ponekad mogu učiniti životinje izraženijim, ali oni takođe mogu pomoći

u maskiranju kontura“ [<http://www.bbc.co.uk>].

Optička varka pripada spektru perceptivnih iluzija.

Prema drugim hipotezama o njihovom poreklu, **crno-bele šare služe u razmeni signala među zebroma** ili kao kamuflaža, posebno u travnatim staništima. Australijski naučnici, pak, smatraju da one imaju **moć obmane prilikom napada predatora** ili najezde insekata.

Ljudi i veliki broj životinja dele ono što naučnici nazivaju “**mehanizmi za detekciju pokreta**“, neurološke mreže koje procesuiraju pravac kojim se nešto kreće na osnovu njegovog oblika. Jedan od najboljih primera za to je znak za berbernicu u anglosaksonskim zemljama, koji odaje utisak da se crveno-bela spirala na njemu *diže* kada se stub okreće. Dr Hau ističe da zebrine pruge deluju na sličan način. Široke dijagonalne šare na slabinama životinje i uske vertikalne šare na njenim leđima i vratu projektuju neočekivane pokretne signale koji stvaraju konfuziju kod posmatrača, posebno ukoliko gleda u krdo zebri. “Mislimo da ove optičke varke kod insekata i predatora **izazivaju potpunu zbunjenost**“ [Hau i Zanker, 2014: 163], naveo je australijski istraživač, dodajući da napadači u tim trenucima ne znaju u kom pravcu se zebre kreću.

U nastavku teksta biće više reči o tome na koji se način optička osobina animal printa iz životinjskog prenosi odećom, liminalno, u svet ljudi. Optička osobina koju poseduje zebrina šara doprinosi promeni paradigme, zebra koja je žrtva prestaje to da bude, jer joj optička varljivost njenih šara to omogućuje. Nepredvidivost kretanja zebri, koja je omogućena optičkim osobinama njenih šara, prenosi se i na simbolički plan, nepredvidivost simbolike, pa je tako moguće da neko ko je možda na prvi pogled – žrtva, u drugom ili trećem planu postane progonitelj. Takvu situaciju zatičemo u slučaju celetoida Zorice Marković, koja i u svom profilnom¹⁹¹ predavljanju svedoči o tome. Animalistički aspekt i nepredvidivost simbolike odnosi se i na izvestan pornografski aspekt koji zapažamo u filmu *Klip* (Maja Miloš, 2012). Ikonografija i simbolika zebra printa u tom filmu nudi optičku varljivost. Ukoliko posmatramo samo prvi plan videćemo ranjivost i žrtvu, dok pomeranjem oka ka planovima u pozadini uočavamo novi ambijent porno industrije, koji iznova i iznova preispituje feminističku interpretaciju iste.

U ovom poglavlju krenuli smo od Šeknerovog stanovišta da je izvođenje šamana totalna gluma i da je kao bitan element tog izvođenja izdvojena zabava, koja se postiže hipnotičkim elementima, među kojima bitno mesto zauzima kostim šamana koji predstavlja, kako navodi Mirča Elijade,

¹⁹ Profil je predavljanje učesnika u okviru TV šoua

kosmografiju – odaje prisustvo svetoga i obelodanjuje kosmičke simbole i metafizičke puteve. Preobražaj, koji šamanima delimično omogućava odeća, deo je liminalnog narativa o kojem govori Erika Fišer Lihte. Oblačenjem odeće životinjskih simbola zmijske, ptice, jaguara... šaman pokušava da vrati rajsku situaciju ili stvori rajski sindrom. Miroljubiva koegzistencija sa svim životinjama omogućena je poznavanjem njihovog jezika. Odeća šamana ima zajedničke ikonografske i simboličke elemente u većini zemalja u svetu. Zanimljiva je činjenica da se ta odeća u početku javlja kao ritualno sredstvo, ali posle izvesnog vremena, pored ostalih doživljaja iz šamanskog spektra, ulazi u folklor i obogaćuje kulturu. Odeća šamana sama po sebi smatra se maskom, koja je proistekla iz prvobitne maske. Simbolika životinja podrazumeva mitsku simboliku, a to znači da se poredak shvata kao neiscrpna matrica života vrste.

“Edmund Lič (*Edmund Leach*) smatra da je tokom bavljenja simbolikom i simboličkim, tj. ritualnim, ponašanjem za antropologe neophodno da razlikuju tri *nivoa* poruke koja je u tome sadržana” [Janković, 2007: 41]:

1. poruka neposredno nameravana od strane aktera, tj. uzimanje u obzir onoga što oni misle da rade
2. intuitivna i idiosinkratička tumačenja posmatrača koji u određenoj simboličkoj ritualnoj akciji učestvuju
3. formalno tumačenje koje zavisi od sposobnosti antropologa da napravi sintaktičku analizu strukture dešavanja.

Tokom celog rada, liminalni aspekt animal printa otvara mogućnost tumačenja našeg fenomena u polju subverzivnosti što predstavlja i našu glavnu hipotezu. Kako je u slučaju fantastičnih životinja animal print intenzifikator liminalnog, otvara se mogućnost prelaska iz konstrukta žrtve u konstrukt predatora. U životinjskom svetu stvari su jasnije odnosno postoje jasnije granice, a uzevši pri tome u obzir naše nedovoljno poznavanje i neizbežno antropomorfno shvatanje životinja. Metaforizacijom u medijskom prostoru, granice fantastične zoologije zapravo i ne postoje. Kako je u paradigmi egzotizacije crossover moda rezultat ukrštanja različitih identiteta, crossover u paradigmi zoomorfizacije zapravo je sam animal print koji liminalo označava i predatora i žrtvu. Posmatrano u ideološkom ili ekonomskopolitičkom polju, mogli bismo reći da animal print simbolizuje prelaz iz jedne faze razvoja u drugu, intenzivnije se pojavljuje kada je prelaz naglašeniji, a smanjuje mu se intenzitet kada je stanje stabilno.

5.2. Glamurizacija

“U skladu sa terminologijom prihvaćenom kod ruskih vampira kultura se sastoji od dva agregata, *glamura* i *diskursa*, koji se stapaju u glamurodiskurs” [Betmen Apolo, Viktor Peljevin, 2015: 15].

Glamur je teško opisati ali, uopšteno govoreći, odnosi se na privlačnost neke osobe, specifični lični šarm i neobjašnjivu, pomalo misterioznu, lepotu, ali i na upečatljiva vizuelna svojstva nekog predmeta, događaja ili mesta [Vukadinović, 2013: 92].

Glamur i potrošnja veoma su blisko povezani. Od glamura se očekuje da ima jak trenutni efekat i da se *dobro slika*. Prema mišljenju Gandla i Kastelija, glamur predstavlja komodifikovanu auru koja se može pripisati različitim ljudima, mestima, institucijama i predmetima. Glamurizacija je process komercijalne kontekstualizacije kulture, koja se razvijala u periodu slabljenja aristokratske moći, u trenutku kada se aristokratski duh prilagođavao tržištu.

Budući da glamur, upravo kao animal print, ima paradoksalnu prirodu, on ne treba da otkrije istinu nego da je sakrije. Glamur je izuzetno zavodljiv i pre svega se obraća očima, s namerom da spektaklom začara i zaslepi, kako bi se sakrilo obično, svakodnevno i komercijalno. Pre svega drugog, glamur predstavlja estetiku ubeđivanja, kao i privlačenje pažnje. On istovremeno vrši dve funkcije – privlači ljude i skreće njihove misli. U tom smislu bismo mogli reći da animal print, gledano kroz stilsku paradigmu glamurizacije, predstavlja kulturu komercijalnog zavođenja.

U studiji *Divlja književnost* srpskog antropologa Ivana Čolovića, koja govori o novokomponovanom stilu, iznosi se teza da je animal print kod novokomponovanih pevača zamenio narodnu nošnju. Čolovićevu tezu možemo proveriti u televizijskim rijaliti programima, koji plasiraju celetoide, a gledaju ih široke narodne mase. Divlju književnost predstavljaju tekstovi u kojima susrećemo ista sredstva, postupke i oblike kao i u književno-umetničkim delima, ali koji po svojoj umetničkoj vrednosti ne pripadaju književnosti.

Glamur, svakako, predstavlja sastavni deo narativa zvezde, pa će tako biti i jedan od segmenata narativa mikro-zvezde tabloida. Tabloidne mikro-zvezde su celetoidi, one zvezde koje su ponikle u rijaliti programima, a čija se (tabloidna) karijera posle završenog TV šoua nastavlja njihovim pojavljivanjem u medijima. Medijska pojavljivanja, aspiracije i načini održavanja medijske pažnje veoma su slični u slučaju svih starleta. Celetoidi koje navodimo u okvirima glamurizovane estetike samo su paradigmatični primeri.

5.2.1. Animal print i antiherojstvo

Antiheroji u *bull* i *cow* printu svoju istorijsku genezu mogu potražiti među herojima Divljeg zapada. “Zapad je rodio Divlji zapad, a Divlji zapad je rodio heroje“ [Hristić, 2002: 1]. Likovi ukotvljeni u realnosti pokazali su se kao izvrsni donosioci profita na tržištu romana, kao i u drugim oblicima rane zapadne književnosti, primećuje Ljubomir Hristić, srpski etnolog i antropolog, u *Herojima Divljeg zapada*. Tri najčuvenije ikone američkog zapada bili su toponimi, američki gradovi, Dodž Siti (Dodge City), Tumstoun (Tombstone) i Dedvud (Deadwood). Tražeći u okvirima tih toponima, došlo se do heroja Zapada, do: Divljeg Bilija Hikoka (Wild Billy Hickok), Kalamiti Džejn (Calamity Jane), Vajata Erpa (Wyatt Earp) i Bata Mastersona (William Barclay *Bat Masterson*). Ovi likovi su dokazali svoju komercijalnu privlačnost i profilerski potencijal. Rijaliti šou, takođe, ima uporište u činjenici da su najviše uspeha imali likovi stvarani na temeljima činjenica (*based on the true story*). Književnost koja se bavila stvarnim figurama imala je put do američkih čitalaca. Dodž Siti nazivan je Sodomom, najzlokobnijim gradom u Americi. Hristić u svom tekstu citira *Washington Evening Star*: ”Dodž Siti je zli mali grad. Zaista, njegov karakter je tako jasno i pokvareno zao da čovek može zaključiti da dokazi sigurno upućuju da je obeležen za naročitu kaznu providenja. Ovde nomadi iz regiona udaljenih od ograničenja moralnog, građanskog, društvenog i zakonskog života, teksaški govedari, kao otelotvorenja zastranosti, razbludništva, završavaju put u svojim krdima koji ponekad mesecima lutaju, rasipaju i dele kupovne nežnosti lakih žena” [Hristić, 2002: 10]. Hristić navodi i *New York Times*: “Dopisnik NYT je stigao u ponoć u ovu bučnu stočnu pijacu, ubrzo se susreo sa noćnim životom Dodža: *Stanica je vrela od kauboj koji psuju, kočopere se, podmitljivih ljudi, punih samopouzdranja. Dodž Siti je u rukama desperada, a i životi i imovina građana nisu bezbedni*” [Hristić, 2002: 10]. Dodž Siti je, kako primećuje Hristić, nudio dobru osnovu za petparačke romane kao anarhistički, grešni i destruktivni portret grada, ali u manjoj meri nego što su to Dedvud i Tumstoun.

Petparački romani iz 1877. godine predstavljaju glavnog lika *Boba Divlju mačku* (*Wild Cat Bob*) u nizu pustolovina s bizonima, banditima i kockarima. Aura autentičnosti stvarana je kroz mit koji je sadržavao niz slika koje su bile podrazumevane. A da bi mit mogao da se održi morao je da sadrži: nasumično nasilje, salune, kockare, prostitutke, zgrade s lažnom fasadom, sumnjive likove. Izgled rijalitija, mit o rijalitiju i recept za njegov uspeh sadrži slične elemente, ali u okvirima studijskog snimanja jednog lokaliteta, stana, kuće, imanja i tome sličnog.

Proces stvaranja mita o Divljem zapadu koji navodi američka istoričarka En Fabijan (Ann Fabian), prema Hristiću, nastao je udruživanjem jeftine popularne štampe, kao što su petparački romani izdavača *Bil i Adams* (*Bill and Adams*), magazina, novina i popularnih istoričara, s jedne strane, i

šoumena tipa Bafala Bila Kodija, s druge strane. Kasnije je raspirivanju mita doprineo film, tj. filmska industrija. Mit se vrteo oko toponima već pomenutih gradova kao svetišta Divljeg zapada. Hristić navodi da su i pejzaž i događaj bili značajni u romanima, filmovima ili na sceni, ali da je ipak sve bilo usresređeno na herojske likove.

Heroji koji su bili izuzetno popularni bili su Kalamiti Džejn (Calamity Jane), Divlji Bil Hikok (Wild Billy Hickok), Vajat Erp (Wyatt Earp) i Bat Masterson (William Barclay *Bat* Masterson). U različitim formama, književnost koja se vrtela oko stvarnih figura nalazila je spremno tržište američkih čitalaca. Ovde možemo uočiti sličnosti s formatom rijalitija. Ono što najviše generiše pažnju gledalaca i u rijaliti šou programima jeste autentičnost likova odnosno činjenica da gledamo stvarne ljude od krvi i mesa, koji autentično reaguju na izazove koje pred njih stavljaju okolnosti.

5.2.2. Preklapanje glamurizacije i egzotizacije

Paradigma glamurizacije delimično se preklapa s egzotizacijom u onoj tački u kojoj se reflektuje uticaj Jevreja na holivudski glamur. U devetnaestom veku Jevreji iz Nemačke ili istočnoevropskih zemalja često su bili preprodavci, što je činilo deo njihove liminalnosti i povezanosti s misterioznim Istokom, kao i sa čarobnjaštvom i magijom. Baš kao preprodavci, filmski magnati nudili su zaslepljujuće slike koje su obećavale instant transformaciju ličnosti i davale bogat materijal za sanjarenje na javi. Glamur predstavlja medijski posredovan fenomen utelotvoren u zvezdama. Ričard Dajer, britanski teoretičar filma, razvija tekst zvezde i objašnjava zvezdu kao intertekstualnu konstrukciju koja se proizvodi upotrebom različitih medija i kulturnih praksi. Glavna osobina zvezde je harizma²⁰² ili primetna izuzetnost, koja i nije određena osobina pojedinca. Džoša Gamson (Joshua Gamson) primećuje da se slavne ličnosti proizvode kao tela za privlačenje pažnje. Da bismo bolje razumeli harizmatičnost među javnim ličnostima u okruženju, navešćemo nekoliko uporednih parova kako bismo napravili jasniju distinkciju koja javna ličnost jeste, a koja nije harizmatična.

Holivud tridesetih godina dvadesetog veka je razvio originalni modni identitet. Moda je bila od ključne važnosti za holivudski glamur i predstavljala je jedan od najvažnijih načina na koji je Amerika od Francuske preuzela vođstvo u oblasti glamura. Francuska je prednjačila časopisom *Parizjen* (*Le Parisien magazine*). Premda se Pariz nikada nije ugasio u svojoj referentnosti, filmske

²⁰ Harizma (iz starogrčkog *chárisma*: *χάρισμα*: *milost* ili *dar*) pojam je koji se izvorno uglavnom koristio u judaizmu i hrišćanstvu i označavao je milosti date od Boga. Uključuje opis *harizmatičnosti*, pozitivnog delovanja na druge ljude. U Novom zavetu harizma označava darove Duha Svetoga hrišćanima. Oni uključuju: mudrost, znanje, verovanje, proroštvo, isceljivanje bolesnih i čudnovata dela. Prema Ričardu Vajsmanu (Richard Wiseman), harizmatična osoba ima tri svojstva: oseća snažne emocije, uzrokuje kod drugih ljudi vrlo snažno osećanje emocija i otporan/otporna je na uticaje drugih harizmatičnih ljudi.

kompanije ipak su pronašle sopstvene načine za proizvodnju odeće i dodataka koji su bili efektni na filmskom platnu. Odeća je, pre svega, dizajnirana sinematično tj. na način koji je bio preteran, kao i korišćenjem tekstura, boja i efekata koji će postići najjači utisak na platnu. Moda se koristila u filmovima kao spektakl i luksuz po matrici koju je nudila modna revija. Neki od tih filmova ranog Holivuda bili su mjuzikli, a modna revija stapala se s humorističkim elementima i muzičkim numerama.

Sara Beri (Sarah Berry), američka spisateljica, smatra da ovi elementi filmskog glamura nisu bili eskapistički. Oni su više crpeli iz karnevalske tradicije narodnog pozorišta. Vodviljska atmosfera ukazuje na populizam holivudske mode. U filmovima o modi i visokoj modi populizam se javlja u želji da se glamur visoke mode učini dostupnim, a ne ekskluzivnim samo za kulturu elitne mode. Uloga odeljenja za marketing u proizvodnji zvezda bila je od presudnog značaja. Ta odeljenja manipulirala bi vestima, izmišljajući, potiskujući i dodajući priče o zvezdama. Na primer, Howard Strickling (Howard Strickling) bio je odgovoran za stvaranje i održavanje imidža zvezde. On je upravljao njihovim životima, govoreći glumicama da ne puše, ne piju, nemaju decu, imaju određene romanse i slično. Predstavljane su i fotografisane samo u idelanim prilikama. Radnicima u *Metrou* bilo je zabranjeno da govore o zaradama zvezda jer je to stavljalo trgovinu u prvi plan, a potiskivalo je elemente glamura.

Zvezde, za koje su čak i novinari verovali da su posebne, dobijale su mitska obličja i karakteristike. Zvezde su bile modne ikone, koristile su konotaciju visokog društva, evropskog ukusa i ekskluzivnosti. Glamur, na izvestan način, predstavlja demokratizaciju lepote zbog toga što pomoću kozmetike i odeće postaje sasvim moguće unaprediti život. Na taj način ljudi s manjim primanjima mimikrično se stapaju s okolišem u kome su ljudi s nešto većim, čak i velikim, primanjima.

5.2.3. Pank

Pank supkultura je animal print uvrstila u svoje estetsko obeležje i alternativne vizuelne pojave, čime je pervertirala značenje koje je animal print imao unutar glamur mejnstrim platforme. Od tada on nije više samo deo luksuza u visokoj modi, ili deo koncepta treša i jeftinog u popularnoj modi, nego je postao deo alternativnog miljea. Naš rad se, pre svega, bavi popularnom kultrom, ali s osvrtom na istorijske uporišne tačke koje se mogu nalaziti i izvan nje. Danas pank estetika jeste deo popularne kulture, dok u vreme kada je nastajala to nije bila. Ova poslednja konstatacija objašnjava se činjenicom da pank izgled imaju čak i oni predstavnici šire populacije koji nisu u ideološkom smislu vezani za pokret, ne slušaju pank muziku i, u nekim slučajevima, pank estetika je samo deo

estradnog izgleda pojedinih izvođača i pseudoestradnog izgleda sledbenika ili celetoida. Na taj način, pank postaje deo masovne kulture. Pank je paradigmatički primer kako alternativni pokret na nivou incidenta prerasta u popularnu kulturu, a zatim i u masovnu.

“Estetika panka je tumačena kao beli prevod crne etničnosti” [Hebdiđ, 1980: 56]. Bela etničnost, paralelna crnoj, bila je definisana kroz niz kontradikcija. Ona je govorila lokalnim akcentom (misli se na britanski, a posle se to prenosilo dalje, na lokalne sredine izvan britanskog ostrva), a zasnivala se na poricanju mesta (tzv. nemesta). Pank estetika je izražena kroz paradigmu krize: zihernadla, poderotina, bezumni i izgledni izgled, negde između siromaštva i elegancije.

“Pank vizuelna kultura konstituisala se nasuprot mejnstrim kulturi kao vid anarhijskog diskursa” [Jestratićević, 2011: 83]. Breton (André *Breton*) je u svom manifestu nadrealizma izneo hipotezu da se opšta revolucija predmeta uspostavlja tako što se predmetima promeni njihova primarna uloga. Prema istoj logici je u panku stvaranjem površinskog nereda, zapravo, sprovedena dublja, ideološka revolucija.

Pank se suprotstavljao hipi kulturi, “prirodnoj harmoniji i estetici povratka prirodi” [Polhemus, 1994: 90]. Kako smatra Ted Polhemus, negativna definicija panka odnosi se na stereotipno viđenje, koje veoma odudara od bogatstva originalne raznolikosti panka. Kako bi to objasnio, Polhemus se vratio u prošlost, u vreme, kako ga on naziva, iskonskog panka, u leto 1976. godine, u Poljsku ulicu u londonskom Sohou, u klub za lezbijke *Luiz*. Taj klub je postojao mnogo pre pojave panka, a u njemu su se okupljali homoseksualke i biseksualci. Luiz je bila elegantana Francuskinja koja je sa svojim prijateljem Fransisom Bejkonom (Francis Bacon) ispijala šampanjac za stolom naspram zadnjeg dela kluba. Tog leta 1976, navodi Polhemus, pankeri (koje sada znamo kao takve) dolazili su u klub izuzetno upadljivi zahvaljujući svojim stilovima koji su bili sve osim homogeni. Kod njih je prisutan fetišistički izgled u gumi ili PVC materijalima, bilo da su iz repertoara nastranosti ili glamura. Neki su nosili iznošene školske uniforme s opuštenim kravatama. Neki su nosili providne rupičaste prsluke i kombinacije vojničkog aksesoara i jeftinog donjeg veša. Bilo je mnogo kožnih jakni i eksperimenata s tribalnim frizurama i šminkom. Bilo je i onih koji su nosili *Dr. Martens* čizme, ogrlice za pse, zihernadle, uske pantalone, animal print, što je naposljetku dovelo do medijskog stereotipnog predstavljanja; iako su mnogi, zapravo, dolazili u odelima koje bismo pre mogli povezati s pripadnicima *novog romantizma*. Kod Luiz se moglo doći i u odelu od poliestera s ispisanim psokama. Bilo je monahinja, nadrealnih kriminalaca, prostitutki dvadeset prvog veka, besnih Marsovaca, zulu šefova u holivudskom stilu, nastavlja Polhemus. Svima njima je bila zajednička ideja da ne treba da liče na hipike – bez džinsa, brada, kose do ramena, etno odeće, sandala i tome sličnih stvari. Za samo nekoliko meseci medijima je pošlo za rukom da svedu ovu krojačku anarhiju na stereotip. Medijski pank širio se kao virus i mogli smo ga primetiti 1977. u

Britaniji, 1978. u Americi, dok se kasnije proširio na Zapadnu Evropu, a zatim na Istočnu Evropu, Rusiju i Japan. Polhemus zaključuje da je pank oblikovan dvema grupama – hipicima i medijima. Pank je bio najeklektičniji pokret, ako uzmemo u obzir činjenicu da je postojao pre postmodernizma. Pank je prisvajao sve što je upadljivo. Tako je bilo i s animal printom. Pank je visoko stilizovani i dizajnirani bes, a pripadnici ove orijentacije pokušavali su da pronađu formulu za izraz svoga besa. Tako gledano, tigrove šare možemo posmatrati kao ekvivalent posekotinama žileta. Posekotine i animal print su takozvani ikonogrami tela u panku.

U Jugoslaviji se pank prvo pojavio u Sloveniji. Za razliku od drugih republika, gde se prevashodno radilo o imitiranju trendova sa Zapada i *glumljenju nezadovoljstva* [Janjetović, 2011: 166], pank u Sloveniji je uspeo da zadrži svežinu nekoliko godina zbog veće industrijalizacije i blizine Zapada i oformio se u pravi pokret.²¹

Bilo da animal print posmatramo kao zamenu za narodnu nošnju kod pevača novokomponovane muzike ili celotoida koji nastupaju u rijaliti programima, kao posekotine u panku ili ikonogrami tela i- ako je pank vrisak, animal print je posekotina žiletom – estetike, ili da je odraz antiherojskog stila koji svoju genezu pronalazi među herojima Divljeg zapada, taj fenomen komunicira kulturu komercijalnog zavodjenja i obraća se svesnom delu ličnosti sa namerom da saopšti ideju potrošnje. Tako ideološki predstavlja subverziju ili komercijalnu ponudu- robu i postavlja sve na tržište. Tržište je u našem postjugoslovenskom diskursu sinonim za promenu paradigmi i prelaz iz socijalističkog u kapitalistički režim. Tako posmatrano, animal print pruža uvid u nove tokove novca. Emancipovani kontekst animal printa podrazumeva prevazilaženje uhodanih razmišljanja u medijskom prostoru i zalaženje u nov, fluidno kontekstualizovan medijski diskurs. Interpretativna zajednica animal print posmatra šire, kako se širi stepen informisanja, a što je paradoksalno-obrnuto postupku sužavanja prostora i uvođenju novih granica.

5.3. Egzotizacija

U filmu *Džimi: Sve je na mojoj strani* (*Jimi: All Is By My Side*, John Ridley, 2013) Linda, tadašnja devojka Kita Ričardsa (Keith Richards) i prva koja je prepoznala veliki talenat i ingenioznost Džimija Hendriksa (Jimi Hendrix), na samom početku njihovog poznanstva pita ga šta će uslediti kada izađe na scenu u svom tom animal printu, s bendom *Curtis Knight and the Squires*.

“Jesi li tu, Afriko, sa isturenim grudima i izduženim bedrima? Mrzovoljna Afriko, iskovana od gvožđa u vatri, Afriko miliona kraljevskih robova, proterana Afriko, lutajući kontinentu, jesi li tu?”

²¹ Nekoliko manjih skupina pojavilo se i u Kopru i u Rijeci.

Lagano iščezavaš, povlačiš se u prošlost, u priče o izgnanicima, kolonijalnim muzejima, radovima stručnjaka; ali ja te večeras prizivam da prisustvuješ tajnom veselju” [Hebđidž, 1980: 39].

Jedan od prvih izvora privlačnosti izmeštene kulture puke pojavnosti bila je egzotika [Gandl, Kasteli, 2007: 124]. Dominantni značaj egzotike je eskapističke prirode i predstavlja beg od dosadne svakodnevice i stvarnosti. Egzotiku su proizvodili dizajneri mešajući stilove u eklektičnu fuziju motiva iz dalekih krajeva. Egzotika je tu da podupre materijalnu kulturu glamura, ali i da sistemski samostalno funkcioniše. Narativ egzotike nudi narativ senzualnosti, perverzije raskalašnosti, žudnju – što je izraženo jakim bojama i upadljivim printovima, kao i ostalim asocijacijama na bogatstvo i sjaj. Egzotično je uvek bilo povezivano s erotskim. “Felski u Korelijevim romanima nalazi *da u provokativnom okruženju palmi, laguna i piramida, muškarci i žene vraćaju se u primitivno stanje, a magnetnom privlačnošću spajaju ih ekstemne strasti i žudnje u večnom nadmetanju dominacije i pokoravanja*” [Gandl, Kasteli, 2007: 136]. Ekvivalent *femme fatale* u ženskoj popularnoj prozi je lik dominantnog muškarca, čija je seksualna moć povezana s njegovim nezapadnjačkim poreklom.

Orijent odnosno mit o Orijentu, primećuju Gandl i Kasteli, kulturološki je postao jako važan zato što je nudio bekstvo, sanjarenje i želju za novim, sve ono čime su se hranili romantizam i sentimentalizam. Vrlo je bitna činjenica, koju ističu Gandl i Kasteli, da orijentalizam nikada nije bio ugledan, već je kao književnost, popularna zabava ili predmet trgovine nudio san o bekstvu iz stega zvaničnog i moralnog. Obilje i polimorfna erotičnost bile su glavne karakteristike egzotičnosti. Posmatrano kroz paradigmu egzotizacije, animal print ima upravo te dve glavne karakteristike: obilje i polimorfnu erotičnost.

Model popa i model tradicije se, naravno, razlikuju. Model tradicije deluje iznutra i prihvata se lično, dok model popa deluje spolja i prihvata se bezlično, preko ukusa, kroz estetski odabir, primećuje Goran Gocić u pomenutoj studiji. Identifikacija popa nije trajna već trendovska i konzumerska; zato je pojava zapadne mode na Istoku tako nezgrapna, na tako čudan način modifikovana, zapravo komična. Istok čita jedan privremeni zapadni kod kao tradiciju, (a u slučaju da ga prihvata) kao sopstvenu tradiciju koja nastavlja da se prenosi bez obzira na delovanje medija i reklame. Stoga su neki zapadni modni kodovi na Istoku zamrznuti u jedan beskrajni trend (s kojim se istočnjaci identifikuju trajno). I obrnuto: Zapad čita istočnjačke tradicije kao modu, te ih shodno tome konzumira. Između Zapada i Istoka vlada ne samo vavilonsko nerazumevanje, već i *strukturalna zabuna* [Gocić, 1996: 6:].

Egzotičnost je pokrenula niz dilema koje je izazvala pojava fotografije. Suština egzotičnosti sadržana je u činjenici da bi fotografije koje bi u zapadnoj metropoli bile smatrane egzotičnim, zapravo, mogle biti nečije porodične fotografije. Egzotizacija se naslanja na teoriju Homija Babe, koji razrađuje pojmove mimikrije i hibrida, gde je ključan njegov tekst *Stereotip, diskriminacija i diskurs kolonijalizma*, te na teoriju bugarske istoričarke Marije Todorove o imaginarnom Balkanu. Kada uspostavlja teoriju kolonijalnog diskursa, Baba u analizi koristi primere rasne diskriminacije. On navodi reči Franca Fanona (Franz Fanona), psihijatra, filozofa i revolucionara s Martinika: „(...) ma kud pošao, Crnac ostaje Crnac.“ Ovo je možda od značaja u okviru balkanskog diskursa i segmenta elaboracija Marije Todorove o odnosu Evrope prema Balkanu. Todorova zaključuje: „Pošto je geografski neodvojiv od Evrope, ali je kulturalno kontruisan kao *unutrašnja drugost*, Balkan je zgodno poslužio da apsorbuje mnoštvo eksternizovanih političkih, ideoloških i kulturnih frustracija koje potiču iz tenzija i protivrečnosti svojstvenih regionima i društvima izvan Balkana. Balkanizam je vremenom postao zgodna zamena za emocionalno pražnjenje koje je ranije pružao orijentalizam, pošto je oslobodio Zapad optužbi za rasizam, kolonijalizam, evrocentrizam i hrišćansku netrpeljivost prema islamu. Uostalom, Balkan se nalazi u Evropi, Balkanci su beli, uglavnom su hrišćani, pa se zato projektovanjem sopstvenih frustracija na njih mogu zaobići uobičajene rasno ili verski obojene insinuacije (...)“ Ako je Evropa stvorila ne samo rasizam nego i antirasizam, ne samo mizoginiju nego i feminizam, ne samo antisemitizam već i njegovu osudu, onda za takozvani balkanizam još uvek nije pronađen komplementaran i oplemenjujuć par [Todorova, 2006: 11]. Teorijske analize i razotkrivanje kolonijalnog diskursa u postkolonijalnom stanju doveli su do promene funkcionisanja strateških poteza.

Primeri animal printa iz regiona koji objedinjuju ove dve teorije su filmovi *Gori vatra* (Pjer Žalica, 2004) i *Crna mačka, beli mačor* (Emir Kusturica, 1998). Marija Todorova, bugarska istoričarka, najpoznatija po uticajnoj knjizi *Imaginarni Balkan*, opsežnu analizu imaginarnog Balkana započinje citatom:

Davanje imena mačkama teška je stvar,

Nije to tek jedna od onih dokonih igara;

Pomislićeš isprva, možda da sam sasvim sišao s uma

Kad ti kažem da mačka mora da ima

TRI RAZLIČITA IMENA.

T. S. Eliot, *Davanje imena mačkama*

"Da li zato što je jednostavna ili divlja, tek stranci posežu za bugarskom narodnom muzikom u sopstvenom traganju za harmonijom... Izvođenje naše narodne muzike (neko ju je nazvao bugarskom zvučnom ikonom) stranci ne doživljavaju kao anahrono obnavljanje balkanske egzotičnosti, već kao nove hronotope sopstvene vitalnosti, do kojih dolaze upravo kroz vitalnost naših bugarskih glasova. Iako oni te glasove možda i ne opažaju kao bugarske, značajno je to što za njima osećaju potrebu." Todorova navodi da su autori isticali prijem na koji je klarinetista Ivo Papazov (koji je Rom) naišao u engleskoj štampi, a kasnije i u štampi SAD-a, gde su ga poredili s Benijem Gudmenom (Benny Goodman) i Čarlijem Parkerom (Charlie Parker), ali su težište stavili na njegovu sirovu muškost. Zvuci njegovog klarineta okarakterisani su kao *depresivna silovitost duhova koji su stolicima živeli u boci*, a njegova muzika *zastrašuje, uveseljava i podstiče*. Po fizičkom izgledu, Papazov je opisan kao nešto između trećerazrednog boksera i krčmara, njegov orkestar je impresivan skup bradonja u ružnim košuljama, a publika pada na zemlju zbog *divljeg* prizora Papazova, koji desnom nozdrvom solira na fruli.

Todorova, dalje, u knjizi *Imaginarni Balkan*, objašnjava fenomen balkanizacije, koji parcelizuje velike i stabilne političke jedinice i postaje sinonim za povratak plemenskom, nazadnom, primitivnom, varvarskom. U svojoj poslednjoj hipostazi, nastavlja Todorova, posebno u američkoj akademskoj zajednici, ta reč je potpuno dekontekstualizovana i povezuje se s različitim problemima.

5.3.1. MULTIKULTURALIZAM ili *CROSSOVER* identiteti

Veoma bitna karakteristika animal printa, a posmatrano unutar egzotizacije, jeste multikulturalizam ili *crossover* identitet. Neophodno je napraviti širi uvod pre nego što dođemo do samog pojma *crossover* identiteta, koji je najuže povazan s našom temom. Multikulturalizam se objašnjava na nekoliko načina. Prvi je da se u savremenim liberalnim zapadnjačkim društvima pojam odnosi na doktrinu ili ideologiju priznavanja kolektivnih prava određenim rasnim, nacionalnim i etničkim skupinama kao izvornim narodima, koji ne čine homogenu belu strukturu. Drugo značenje pojma je stvaranje izvesnog modela kulturnog pluralizma, demokratizacije kulture i kulturnog priznavanja drugih identiteta u postnacionalnim državama Zapada. Poslednje značenje odnosi se na očuvanje kulturnog identiteta stranaca ili drugih u multirasnim i multinacionalnim državama. Multikulturalizam je postao sveta reč za dijalog kultura i kao liberalna kultura ideologija.

Crossover moda rezultat je ukrštanja različitih identiteta. Njena osnovna karakteristika je hibridnost. To je ideja pomoću koje se nastoji objasniti problem nebelačkog stanovništva u Americi, Kanadi, Evropi i Australiji. To je fenomen koji objašnjava vekovno ropstvo nebelačkih skupina naroda i rasa iz zemalja *trećeg sveta* i neprekinuti istorijski identitet robova. Oni su, kao i njihovi gospodari, izmešteni i danas su neko drugi, ali su u potrazi za korenima koji se teško pronalaze, osim u antropološkim muzejima istorije. Hibridnost je, zapravo, znak raskorenjenosti identiteta i uronjenosti u multikulturne svetove. Paić definiše *crossover* kao hibridizovanje novog postmodernog subjekta, koji je nužno transnacionalan drugi, bez fiksnog lokalnog prostora. Elementi egzotičnog romskog kiča, a to su ujedno i karakteristike životinjske šare, jesu: raspojasanost, eklektizam, hibridnost. Hibridnost proizilazi iz raskorenjenosti Roma. Rome možemo povezati sa *blax*-ima. Kod njih je dominantna *crossover* estetika. Karakteristike *crossover*-a su:

- eklektika
- *afro-look*, paradigmatički znak novog identiteta rasno-etničkog otpora vladajućoj kulturi

Iz prethodne konstatacije Paića proizilazi da *afro-look* podrazumeva subverziju. Karakteristike afro izgleda su, pored afro frizure: kovrdže, pletenice, obnažene grudi, mini suknje, animal print. Džimi Hendriks se sa svojim prvim bendom, *Curtis Night and Squares*, pojavljivao upravo u gepard printu.

Stereotipi i presrasude o narodima i državama naglašavaju se animal printom koji postaje neka vrsta univerzalnog znaka za stav koji upravo ismeva i ironizuje kolonijalni diskurs.

5.4. Kempizacija

“Dvoličnost kempa počiva u korišćenju samog sebe kao jezika – instrumenta koji je istovremeno i razotkrivajući i defanzivan” [Kor, 2003: 12].

Uvodna rečenica trebalo bi da nam pomogne u razumevanju ambivalentne prirode samog kempa, koja se podudara s dvojnošću i paradoksalnošću animal printa, kojim kemp obiluje. U knjizi Filipa Kora *Kemp – laž koja otkriva istinu* suočeni smo s nizom ličnosti koje su, po ovom autoru, okarakterisane kao kemp ličnosti. One pomažu da se objasne one nastranosti ukusa koje ne mogu biti okarakterisane kao kič, ali ni kao afektacija. Postoji više podvrsta kempa. U ovom delu teksta bavićemo se njegovim podvrstama, dok ćemo kasnije objasniti vezu teme rada i kempa.

5.4.1. Nekoliko mogućih definicija kempa:

- Laž koja govori istinu. To je, zapravo, naslov knjige Filipa Kora, koji elaborirano razjašnjava sva pitanja kempa, a izvorno ju je izrekao Žan Kokto (Jean Cocteau): "Kemp je udaljeniji, ironičniji, rafiniraniji od kiča. Za razliku od kiča, on nije sentimentaln, već podvojen. On koristi samosaznanje artificijelnosti i stilizacije; to je *laž koja govori istinu*.
- K.A.M.P. je akronim engleskih reči *Known As a Male Prostitute*.
- Reč kemp je izvedena iz francuskog glagola *camper* (istoimena marka obuće iz Španije), što znači pozirati, poziranje.

Suzan Zontag kaže da, ukoliko je kič loš ukus onda je kemp dobar ukus lošeg ukusa i odgovor na problem kako biti dendi u doba masovne kulture (*Dalas* je kič, *Dinastija* je kemp).

5.4.2. Podvrste kempa:

- visoki kemp
- homoseksualni kemp
- strejt kemp

Od Napoleonovog vremena, kada su leopardova i zebrina koža uključene u punu opremu egzotičnih uniformi koje je car dizajnirao kako bi reklamirao svoju vojsku, zebre su posedovale draž kempa. Ako sama priroda može da bude toliko artificijelna, toliko razmetljiva i toliko otmena onda težnja ka strogom šiku suštinski nije uzaludna. Iz tog razloga, a sada i zbog njenih asocijacija na kemp, za modernizam pedesetih zebrine pruge predstavljaju borbenu zastavu kempa.

Za pitanja animal printa od suštinske je važnosti pitanje stila. Stil je, kako kaže engleski kulturolog Dik Hebdidž (Dick Hebdige) u svojoj poznatoj teoriji potkulture, objavljenoj u knjizi *Potkultura: značenje stila*, ključni pojam. Stil potkulturne grupe sačinjavaju predmeti i takozvani imidž, tj. izgled protagonista: specifična frizura, šminka, delovi odeće, obuća, modni detalji – koji imaju svoja tajna značenja. Iz toga proizilazi da je u potkulturi stil bogat značenjima. Stil folk pevačica u ranoj fazi karijere okarakterisan je kao kafanski erotizam. Ovakav stil preovladava i kod celetoida u TV šou programima *Farma* i *Parovi*. Zajednički im je, takođe, pomodni glamur ili nekritična fascinacija svim modnim novitetima, kao i uticaji drugih potkulturnih stilova.

Manifest za Kiborge Done Haravej jeste jedan od ključeva za čitanje ove stilske paradigme, jednako kao feministička interpretacija teorije Džudit Batler. Teoretičarka Džudit Batler svoju feminističku interpretaciju zasniva na ideji *parodijske rodne performativnosti – transvestitskom izvođenju*, koja ima subverzivni potencijal u heteroseksualnom (patrijarhalnom) društvu, što je Batler razmatrala u svojoj knjizi *Nevolje s rodom: feminizam i subverzija identiteta*²² [Erić, 2010: 188]. Dona Haravej ističe da na kraju dvadesetog veka postajemo svedoci smenjivanja doba čvrstih i omeđenih kategorija dobom hibridnih kategorija. "Mi ih ne moramo voleti, pa čak ni kupovati, ali moramo", tvrdi Haravej, "biti svedokom njihovog značenja, sveta koji oni označavaju, sveta u kojem bismo i oni i mi mogli biti žrtve ili naslednici" [Haravej u Anđelković, 2002: 62]. Otelotvorenje hibridnih spojeva Dona Haravej je pronašla u figuri kiborga, koji je prvo označavao životinjsko-ljudske spojeve (o ovome više u odeljku o zoomorfizaciji), a zatim i mašinsko-ljudsko-životinjska sparivanja. Kao stvor postrodnog sveta, kiborg označava moćne spojeve koje prekoračuju dosadašnje ustaljene granice. "Kiborg ne čini problematičnim položaj samo muškarca ili žene, čoveka, već i artefakta, pripadnika rase, individualnog identiteta, ili tela" [Erić, 2010: 243]. "Iz jedne perspektive, svet kiborga tiče se konačnog prekrivanja čitave planete kontrolnom mrežom (*grid of control*); iz druge perspektive, svet kiborga mogao bi se ticati življenih društvenih i telesnih stvarnosti u kojima ljudi ne zaziru od svog srodstva sa životinjama i mašinama, od vazda parcijalnih identiteta i protivrečnih tačaka gledišta" [Haravej, 2004: 129].

Kritike upućene od strane onih koji sebe nisu identifikovali ni kao *žene* ni kao *muškarce* uticale su da feminizam pretrpi duboke promene. Tako je, prihvatanjem mišljenja koje se razlikuje od društveno utvrđenog heteroseksulnog načina razmišljanja, feminizam postao afirmativna politička praksa subverzije patrijarhalnog društva. I, dok jedna grupa feminističkih teoretičarki nalazi subverzivni potencijal u ženskom homoseksualnom rodnom povezivanju s heteroseksualnim ženama, a druga u savezu homoseksualki s homoseksualcima, Džudit Batler nalazi subverzivni potencijal u parodijskoj rodnoj performativnosti, tj. transvestitskom izvođenju. Naime, dok deo teoretičarki upućuju izazov heteroseksualnosti pomoću učvršćivanja kategorija roda, druge (među kojima je i Džudit Batler) upućuju izazov heteroseksualnosti pomoću destabilizovanja kategorija roda. Drugim rečima, subverzivni potencijal, koji je ranije rodno vezivan za homoseksualke, a zatim polno za homoseksualce, danas se vezuje za sve one koji pružaju otpor heteroseksualnom režimu normalnosti odnosno za sve one čija se seksualnost ne uklapa u propisane polne/rodne kulturne standarde heteroseksualnosti. Animal print je znak tog otpora u kemp paradigmi. Ukoliko su u pitanju heteroseksualne žene, pre naglašavanje te činjenice dovodi do paradoksalnosti, o kojoj je bilo reči na početku rada; a ukoliko su u pitanju homoseksualni muškarci, na primer, opet dolazi do narušavanja rodne određenosti i do nastanka subverzivnog potencijala.

²² Judith Butler, *Nevolje s rodom: feminizam i subverzija identiteta*, Zagreb, 2000.

Džudit Batler je svoje teorijske postavke razvila pozivajući se na teoriju francuske feminističke teoretičarke i spisateljice Monik Vitig (Monique Wittig), koja upućuje izazov heteroseksualnosti putem destabilizovanja kategorija roda. Shvatajući da rod nije uzrok, već posledica heteroseksualne opresije i da žena ima značenje samo u heteroseksualnom sistemu mišljenja, Monik Vitig postavlja žensku homoseksualnost izvan polnih/rodnih kategorija. Ona uvodi gej muškarce kao dualnu poziciju. Naime, gej muškarci su u teorijskim postavkama Monik Vitig viđeni kao *promenljiva varijabla*, jer istovremeno zauzimaju poziciju i ugnjetača i ugnjetenog, i nasilnika i žrtve, i subjekta i objekta. „Kao homoseksualci, oni su ugnjeteni; kao muškarci, oni su ugnjetači (opresori); kao homoseksualni muškarci, oni su *oba u jednom*. Zauzimajući dvostruku (dualnu) poziciju u društvu, čini se da muški homoseksualci imaju *istinsku* (pravu) subverzivnu moć u heteroseksualnoj kulturi, zato što ruše hijerarhiju sopstva i drugog, igrajući obe uloge istovremeno" [Fuss, 1989: 46].

Polazeći od Altiserovog (Louis Althusser) pojma *interpelacije* ili poziva koji zakon upućuje subjektu, Džudit Batler ukazuje da formiranje identiteta zavisi od tačnog ili pogrešnog odaziva subjekta na poziv društvenog zakona. "Identitet se formira kroz odazivanje na poziv zakona, kroz prihvatanje norme, kroz prepoznavanje sebe u normi, ali isto tako i u neprepoznavanju, u pogrešnom odgovoru na poziv, u neadekvatnom odazivu" [Jakovljević u Batler, 2001: 307]. Stoga su za Džudit Batler i polni i rodni identiteti subjekta diskurzivne konstrukcije društva i zakona, a ne prirodne (biološke) suštinske datosti. Drugim rečima, pol je idealna konstrukcija koja se vremenom prisilno materijalizuje. "To nije jednostavna činjenica niti statično stanje tela, već proces u kojem regulativne norme materijalizuju *pol* i dovršavaju tu materijalizaciju svojim prisilnim neprestanim ponavljanjem" [Batler, 2001: 14].

Naime, pol i rod su mišljeni kao kulturne fikcije, kao performativne posledice ponovljenih činova. "Rod je ponavljana stilizacija tela, niz ponavljanih činova unutar jednog veoma rigidnog, regulatornog okvira koji se tokom vremena kondenzuje, objavljujući se kao supstancija, kao prirodna vrsta bića" [Koen, 2003: 95]. Tako, performativno ponavljanje rodni normi čini da heteroseksualnost postane društveno naturalizovana, a homoseksualnost društveno marginalizovana (odbačena). Džudit Batler pronalazi primer subverzivne prakse u parodijskoj rodnoj performativnosti, tj. transvestitskom izvođenju. Britanska istoričarka kulture Tamsin Spargo (Tamsin Spargo) pojam transvestita objašnjava sledećim rečima: "Transvestit je osoba sklona preodevanju u suprotan pol/rod, pri čemu taj preobražaj ima erotsku važnost. Politički gledano, transvestit negira postojeći heteroseksualni diskurs koji nameće strogo određene uloge muškarca i žene u društvu. Neki su transvestiti homoseksualne, a neki (verovatno većina) heteroseksualne osobe. U zapadnim zemljama postoji razvijena transvestitska sub-kultura koja uključuje razna takmičenja, modne revije, disko večeri, specijalizovane butike, filmsku produkciju i sl. Muškarci odeveni u žene nazivaju se *drag queens*" [Spargo, 1999: 56].

5.4.3. LIMINALNOST I ANIMAL PRINT – pitanja roda i vrste

Liminalnost je antropološki termin i vezuje se za latinsku reč *limen*, koja znači *prag*. Odnosi se na *kvalitet dvosmislenosti dezorijentacije*, koja se javlja unutar rituala u trenutku dok učesnik još uvek nije prešao u sledeći stadijum, što će se dogoditi kada se ritual okonča. Prema antropološkom rečniku, tokom liminalne faze rituala učesnici stoje na pragu između svog prethodnog načina strukturisanja identiteta, vremena ili zajednice i novog načina koji uspostavlja ritual.

Koncept liminalnosti je američki antropolog Viktor Turner razvio na tekovinama ranog dvadesetog veka i teorije Arnolda van Genepa (Arnold van Gennep), francuskog etnologa. Tokom perioda liminalnosti svih vrsta društvene hijerarhije mogu da budu promenjene, a kontinuitet tradicije može da postane neizvestan. Tokom liminalnosti stvaraju se nove situacije, koje omogućavaju novim institucijama da budu ustanovljene.

Ako odevanje podvedemo pod kulturalni performans, a performans je svako izvođenje koje se sastoji od fokusiranih, jasno i društveno označenih, oblika ponašanja, koja su posebno pripremljena za pokazivanje (a znamo da se kulturalno izvođenje sastoji od niza ili velikog spektra obnovljenog, uvežbanog ili artificijelnog ponašanja, koje se odvija pred nekim drugim, od strane jedne osobe pred skupinom ljudi), mi možemo sa sigurnošću primeniti i karakteristike kulturalnog performansa na odevanje (koje podrazumeva određeni odabir, paradiranje kroz svakodnevicu). Nadovezujući se na rad Vana Genepa, Turner pravi razliku između liminalnog i liminoidnog. On vezuje liminalno za učešće u nekom ritualu, dok liminoidno karakterišu svesno proizvedene umetničke ili religiozne forme. Prema Turneru, ljudska bića se uče kroz bolno ili manje bolno iskustvo, a najdublje iskustvo stiže se preko drame koja prožima kulturalna izvođenja, televizijske forme i sve ostale žanrove kulturalnog performansa. Odevanje je jedna od ceremonija tela, koja opet pripada politici tela. Teatralno ponašanje ili teatralizacija prožima savremeni društveni život, gde ubrajamo i individualne pokušaje samopredstavljanja i samoobmanjivanja modnim i drugim signalima, koji u odnosu na neku grupu treba da svedoče o nekom, može biti pozajmljenom, modelu sopstva.

Pojam liminalnosti, onako kako ga je istraživala i objasnila Erika Fišer Lihte, ne potiče ni iz teorije umetnosti niti iz filozofske estetike, nego iz istraživanja rituala. Viktor Turner, koji je skovao ovaj pojam, usko je sarađivao sa Šehnerom (Schehner), koji je u svojoj studiji *Le rites de passage* (1909) opisivao iskustva prelaza u ritualu i raščlanio ih je u tri faze:

- Faza razdvajanja, u kojoj se onaj koji treba da se transformiše isključuje iz svakodnevnog života i biva otuđen iz svog socijalnog miljea

- Faza praga ili transformacije
- Faza inkorporacije, u kojoj oni koji su transformisani bivaju ponovo primljeni u društvo i prihvaćeni u svom novom statusu, u svom promenjenom identitetu

Najznačajniji oblici ukidanja graničnih linija pojavili su se krajem dvadesetog veka, kada je u američkoj naučnoj kulturi razgraničenje između životinjskog i ljudskog temeljno narušeno. Poslednja uporišta ljudske jedinstvenosti – društveno ponašanje, mentalni procesi – više ne određuju razgraničenje čoveka od životinje na istinski uverljiv način. Kod mnogih ljudi čak i ne postoji potreba za takvim razdvajanjem. Izvestan broj ogranaka feminističke kulture afirmiše zadovoljstvo u povezanosti čoveka s drugim živim bićima. Svet kiborga, onako kako ga vidi Dona Haravej, mogao bi se ticati življenih društvenih i telesnih stvarnosti u kojima ljudi ne zaziru od svog srodstva sa životinjama, od parcijalnih identiteta i protivrečnih tački gledišta. Nameće se pitanje: zašto bi se naša tela završavala kožom ili, u najboljem slučaju, obuhvatala druga bića koja se kriju u granicama kože?

Kentauri i amazonke antičke Grčke uspostavljali su granice polisa grčkog muškarca rušeći brak i tako narušavajući granice ratnika prema animalnosti i prema ženi. Ovosvetovna fikcija muškaraca i žena ostaje izvan fokusa ukoliko je posmatramo kroz paradigmu o kiborg telu, koje nije nevino i koje ne traži objedinjeni identitet. Takav identitet reflektuje neudomljenost, što nas vodi ka sledećoj teoriji tela i prelaznih identiteta – teorijskih postavki hibridnosti i mimikrije Homija Babe.

Homi Baba odbacuje jedinstvenost identiteta unutar geografske podeljenosti sever/jug ili istok/zapad i uvodi tzv. *treći prostor*, koji prošireno možemo posmatrati kao postkolonijalni identitet koji dovodi do mešanja. Hibridnost, zapravo, postaje mesto izražavanja otpora prema dominantnoj kulturi, koja pokušava da zatvori i uredi poredak prema određenim hegemonijskim nastojanjima. Hibridnost, u tom smislu, premešta moć, dovodi u pitanje nestalne vlasti, te ukazuje na to da kolonijalni diskurs nikada nije u potpunosti pod kontrolom kolonizatora. Hibridnost, koja teži da ospori ideju o zemljama *trećeg sveta* kao egzotičnim drugim, postaje ključni pojam u postkolonijalnoj teoriji i studijama kulture, koje žele da pokažu da se hibridnost javlja isto toliko u zemljama *prvog sveta* koliko i u nekadašnjim kolonijama. Baba uvodi i pojam *trećeg prostora* – kao hibridnog prostora, koji uspostavlja nove strukture autoriteta i političke inicijative.

Treći prostor, kako Homi Baba definiše, prostor je u kojem sistem značenja postaje ambivalentan, te artikuliše ideju cepanja sopstva i diskursa u odnosu između kolonizatora i kolonizovanog, a isto tako između dominantnih i potčinjenih rasa. U savremenoj modi prisutno je uvažavanje ove teorijske postavke i, tako, imamo dve razvojne karakteristike savremene modne proizvodnje: težnju ka neprekidnoj reinenciji kulturnog egzotizma i tendenciju stvaranja društveno-refleksivne mode.

Žan Bodrijar (*Jean Baudrillard*) tvrdi da se danas pod znakom mode sve kulture mešaju. U tom duhu, teoretičarka postkolonijalne mode Dženifer Krajc (Jennifer Craik) razlikuje tri forme proizvodnje kulturnog egzotizma. Prva forma podrazumeva uključivanje određenih tehnika odevanja i dekoracija karakterističnih za nezapadne kulture. Druga forma referiše na sve načine adaptacije tradicionalne odeće, koja se kombinuje s elementima pozajmljenim iz zapadnih modnih sistema u postkolonijalnim i iseljeničkim kulturama. Treća forma egzotizma podrazumeva ukazivanje na upotrebu egzotičnih elemenata koji se preuzimaju iz drugih modnih sistema. Na ovom mestu je smisleno uvesti i pojam *trećeg filma*. Kinematografija je do pojave *trećeg filma* bila podeljena na prvu i drugu. Prvu kinematografiju odlikuje optimističnost i afirmativni odnos prema pojedincu, “kada je reč o mogućnosti pojedinca da promeni uslove u kojima živi, druga kinematografija je pesimistična i obraća se pojedincu suočenom sa ograničenim psihološkim i društvenim sredstvima za promenu” [Lazarević Radak, 2016: 31]. *Treća kinematografija*, nasuprot prvim dvema, nastala je uporedo s borbama protiv kolonijalnih vlasti i, u estetskom i političkom smislu, vezuje se za klasične teorije, manifeste i ideologiju antikolonijalizma. Prvu kinematografiju karakteriše odgovaranje transnacionalnom monopolističkom kapitalu, drugu karakteriše pesimistički i nihilistički pogled srednje klase bez jasne poruke, a treća kinematografija, pre svega, odražava težnju za oslobođenjem i *rušenjem mitova koji podupiru buržoaziju i njene vrednosti* [Chanan, 1997: 6]. Shodno ovoj podeli, mogli bismo prokomentarisati animal print kao sredstvo trećeg egzotizma ili preuzimanja egzotičnih elemenata iz drugih modnih sistema a, kao i u slučaju trećeg filma -- odražavanje težnje za rušenjem tradicionalnih mitova koji podupiru postojeće vrednosti. Baš kao što Dženifer Krejk ukazuje na treći model egzotizma, a Homi Baba na treći prostor u postkolonijalnom diskursu, mi ukazujemo na integrišući medijski fenomen koji ima već pomenute karakteristike, a u mogućnosti je i ima potencijala da menja ideološke matrice.

Posmatran kao fenomen unutar stilske paradigme kempizacije, animal print je, pre svega, liminalnog karaktera. U narednih nekoliko tačaka pokušaćemo da objasnimo zašto:

- Kemp, ovde pre svega mislimo na homoseksualni kemp, transrodnog je karaktera, ima elemente travestije. Travestija je ritualni proces jer dolazi do presvlačenja, odevanja koje pruža mogućnost promene. Iz primera koje navodimo vidimo da je animal print prisutan u okvirima ove stilske paradigme i kao takvog možemo ga objašnjavati kao liminalnu kategoriju. Unutar ove tačke, pre svega, ćemo govoriti o primerima pevača Olivera Mandića, filma *Marble Ass* Želimira Žilnika i o liku inspektora u filmu *Davitelj protiv davitelja*.

- Erika Fišer Lihte u već pomenutoj studiji objašnjava pitanja estetskog iskustva, koje je od presudnog značaja za transformaciju. Ona istražuje u kojoj meri i kada su estetska iskustva prisutna.

U zapadnoj kulturi, već od grčke i antičke kulture, kao i u indijskoj od vremena između 1. i 3. veka, postoje tekstovi koji se iscrpno bave iskustvima koja gledaocima omogućavaju predstave. Premda je pojam estetskog iskustva, pre svega, vezan za okvir odnosno nastao je kao posledica proglašenja autonomnosti umetnosti, za to iskustvo pronađeni su različiti pojmovi, kao što je Aristotelov pojam *katarza* ili pojam *rasa* u indijskom teatarskom udžbeniku *Natyasastra*.

Dvosmislenost dezorijentacije unutar rituala u kojima učesnik još uvek nije prešao u sledeći stadijum okarakterisana je liminalnošću. Kako je tokom perioda liminalnosti izvesno da sve vrste društvenih hijerarhija mogu da budu promenjene, a kontinuitet tradicije može da postane neizvestan, a pod odevanjem podrazumevamo kulturalni performans, zaključujemo da unutar rituala odevanja postoje situacije koje dovode do uvođenja novih institucija. Shodno našem glavnom istraživačkom pitanju: da li animal print ima elemente subverzivnosti, a uzevši u obzir liminalnost koja je karakteristika dvosmislene dezorijentacije, možemo zaključiti da animal print ima taj potencijal.

VI STUDIJA SLUČAJA

U ovom delu rada biće navedeni, problematizovani i, kroz teorijski aparat četiri stilske paradigme, razmatrani primeri lokalnih, regionalnih medijskih prilika, koji podrazumevaju sledeće vizuelne sadržaje:

- Filmovi – razmatranje i problematizacija primera filmova iz regiona u kojima se izdvaja animal print kao dominirajuća estetska komponenta u jednom segmentu ili kroz celinu filma, i to na takav način da ona predstavlja dominantnu vizuelnu poruku, bilo da je deo estetske paradigme zoomorfizacije, glamurizacije, kempizacije ili egzotizacije.
- TV serije – problematizovanje animal printa kao narativnog prostora ili odevnog aspekta glumaca u serijama koje su obeležile epohu koju proučavamo u pogledu velike gledanosti. Primeri koje analiziramo su televizijske serije: *Bolji život*, *Smogovci*, *Smogovci u domovinskom ratu*, *Ljubav u zaleđu*, *Odmori se, zaslužio si* i *Vratiće se rode*.
- Pop-kultura – ova kategorija podrazumeva pripadnike pop i rok ex-Yu scene koji u svojim nastupima koriste animal print kao scenski rekvizit koji, ukoliko je reč o glamurizovanju, predstavlja komercijalnu kulturu zavođenja, dok je animal print znak pobune ili odevnim aspektom artikulisani vrisak kada je reč o pank izvođačima. U nekoliko slučajeva koji pripadaju kemp paradigmi govorimo o animal printu kao znaku transrodnosti, ukoliko je reč o homoseksualnom kempu, a ako govorimo o takozvanom visokom kempu onda je animal print znak *folk friendly* pristupa. I ovde dolazi do narušavanja važećih vrednosti.
- Masovna kultura (estrada) – problematizacija animal printa u odevnom i narativnom aspektu folk diva, celetoida, rijaliti programa. “Zbog emocionalnog naboja koji je u njenim proizvodima često prisutan, masovna kultura se vezuje za ženskost” [Dragičević Šešić, 1994: 158].

Ovakva podela doprinosi boljem razumevanju animal printa problematizovanjem kroz različite medijske oblike jer se naglašava jasna distinkcija animal printa kao izbora kostimografa ili scenografa u slučaju filma ili TV serije, dok u preostale dve kategorije animal print razmatramo kao lični odabir. U obema kategorijama, kao rezultat promišljanja stručnog tima ili kao pojedinačna odluka aktera koji nosi animal print, ova šara predstavlja znak koji u vizuelnom smislu šalje poruku podriivanja vrednosne matrice. Kroz sve primere proveravamo našu glavnu hipotezu i pomoćne hipoteze.

6.1. Filmovi i animal print

Film *W.R. misterije organizma*²³ (Dušan Makavejev, 1971) obiluje animal printom u kostimu glavne junakinje koju tumači Milena Dravić. Mlada jugoslovenska komunistkinja Milena, sledeći ideje psihoanalitičara, seksologa i bivšeg marksiste Vilhelma Rajha (Wilhelma Reich), pokušava da prosveti svoju okolinu objašnjavajući da klasna revolucija istovremeno mora biti i seksualna. Dok njena prijateljica Jagoda postavlja o slobodnoj ljubavi primenjuje u praksi, Milena se zaljubljuje u sovjetskog umetničkog klizača Vladimira Ilića. Prethodeći igranom delu filma, odnosno paralelno, odvijaju se dokumentarni segmenti o Vilhelmu Rajhu i savremenoj američkoj seksualnoj (i umetničkoj) praksi. U svom najpoznatijem ostvarenju Makavejev je do vrhunca doveo koncept kolažnog filma s esejističkim segmentima. U SFRJ petnaest godina zabranjen za javno prikazivanje, film je u svetu nagrađen nizom priznanja (nagrada *Interfilm*, nagrada međunarodne kritike u Berlinu, nagrada *Luis Buñuel* u Kanu) i ponajviše je pridoneo autorovom kulturnom statusu. Polazeći uglavnom od američkog razdoblja delovanja Vilhelma Rajha, Makavejev je razigrano-ironičnim, strukturalno anarhičnim i citatnim načinom prikaza tematizovao rigidnost komunističkog režima odnosno konzervativnost navodno progresivnih socijalističkih društava (povlačeći i paralelu između fašizma i komunizma), državne nasrtaje na individualne slobode, te militantnost, rasizam i konzumerizam kao bitne sastojke savremenog američkog društva, a ponajviše seks i seksualni užitak kao ključnu dimenziju življenja. Osim što slavi seks, film prikazuje i njegove bizarne izvedbe, te ga povezuje i s nasiljem. U liku Milene zastupljena su i feministička stanovišta povezana s psihoanalizom i marksizmom, dok se struktura u celini umnogome oslanja na iskustvo tzv. istorijske sovjetske avangarde, a sam film ulazi među najintrigantnija ostvarenja završnog razdoblja zvučno-filmskog modernizma [<http://film.lzmk.hr>].

Vilhelm Rajh ima dodatnu dimenziju u svetlu teme ovog rada, kao autor *Masovne psihologije fašizma*, kao neko ko je utemeljeno govorio o tome da je proučavanje ljudi potpuno tačno putem proučavanja njihovog odevanja. Film *W.R. misterije organizma* pripada paradigmi zoomorfizacije jer tematizuje i problematizuje pitanje ženske seksualnosti i telesnosti putem prezentacije nagog i odevenog tela, u ovom slučaju u pidžami s animal printom.

Sledeći filmski primer koji pripada paradigmi zoomorfizacije jeste film *Klip*. U filmu se animal printom problematizuje ženska seksualnost, koja je doživljena kao nasrtljiva, opasna, agresivna i lakoma unutar mejnstrima savremenog srpskog društva i jedna je od glavnih okosnica radnje u

²³ Jugoslavija/SR Nemačka, boja, c/b, 85 min, Neoplanta/Telepool, r. i sc: Dušan Makavejev, df: Pega Popović, Aleksandar Petković, muzika: Bojana Marijan, ul: Milena Dravić (Milena), Jagoda Kaloper (Jagoda), Ivica Vidović (Vladimir Ilić), Zoran Radmilović (Radmilović), Miodrag Andrić (vojnik JNA), Tuli Kupferberg (njujorški gerilac). U dokumentarnim delovima učestvuju Jackie Curtis, Betty Dodson, Nancy Godfrey

filmu. Devojka koja seksualno sazreva u procepu između nezainteresovanosti i nespremnosti roditelja za probleme odrastanja i porno vizuelne pop-kulture, kojoj vršnjački pripada, nosi odeću s animal printom. Ta odeća znak je onoga što stereotipno poistovećivanje ženskog tela sa životinjama znači, a o tome je bilo reči unutar *Feminističke kritike zoomorfizma u medijima*, ali predstavlja i mogućnost jednog novog čitanja.

Kao nastavljajući stavova koje je Mišel Fuko postavio u svojim delima *Istorija seksualnosti i Nadzirati i kažnjavati*, francuski filozof Žan-Lik Nansi (Jean-Luc Nancy) smatra da je ljudski identitet oličen u telesnom zato što ne postoji nijedan jasan i vidljiv dokaz nečijeg identiteta osim tela. Jedino je telo vidljivo, dok duša nije. S ovim stavom moglo bi se polemizirati s obzirom na činjenicu da je poznata mogućnost snimanja aure koja ima izvesne boje i energetske vrednosti. Još je Kirlijanovom forografijom postalo moguće beležiti auru, koja pripada energetskom polju čoveka a nije sastavni deo tela. Telo je istovremeno i oličenje duše i njen zatvor jer je ono neprestano ograničava i ugrožava. Fuko smatra da se telo konstruiše i nama se nameće pitanje koje su granice tog konstrukta tj. tela. Koža u tom vidljivom smislu predstavlja realno razgraničenje tela i spoljnog sveta, ali šta ukoliko ona nije po meri prave prirode čoveka koji teži animalnom. Neudomljena ljudska priroda, koja ima elemente animalnog, preuzima mimikrični animal print koji istovremeno i skriva i otkriva.

Teorije kože i hibridnost svakodnevnog (Sara Ahmed) stapaju se u hibridizovanu tvorevinu otelotvorenu u koži prekrivenoj animal printom. Hibrid, kao udruženo biološko i tehnološko, u savremenim tumačenjima postaje metafora za posthumani identitet, po Doni Haravej – teorija kiborga. Kiborg predstavlja organizam osnažen nekom tehnološkom supstancom, predmetom ili odećom.

Primer filma *Klip* poslužiće nam da objasnimo i animal print kao narativni prostor. Zebra print je glavni aspekt narativnog prostora devojačke sobe jedne od protagonistkinja filma. One su tinejdžerke i pre izlaska u grad okupljaju se u sobi s nameštajem sa zebra printom. Ukoliko posmatramo film iz perspektive feminističke interpretacije Done Haravej, žene su tretirane kao objekti, te su tako analogne delu nameštaja, one su komodifikovane i pretvorene u robu. Zebra print je veoma zastupljen u porno industriji i predstavlja deo estetike porno filmova. Predstavlja, takođe, i deo imaginarijuma kemp estetike. Telesna spektakularnost je glavna karakteristika porno žanra, piše američka profesorka filma Linda Vilijams (Linda Williams): “Telesni spektakl se očitava sa najviše senzacionalizma u pornografskom prikazu orgazma, u prikazivanju nasilja i užasa u hororu, i u melodramskom prikazu plakanja” [Vilijams u Kit Grant, 2003: 165]. Zoomorfizovane predstave narativnog prostora filma *Klip*, sofe sa zebrinim printom, predstavljaju pornografski milje

maloletnih devojaka. “Maja Miloš je bila prikriveno ironična, ali u površnom svetu generacijske percepcije *Klipa*, ova scena je dokaz da ljubav nikada ne umire i ultimativna regresija ženskih likova uopšte” [Janković, 2017: 49]. Ovde je neophodno da se osvrnemo na feminističku interpretaciju teorije Andree Dvorkin o ženi koja je izložena pornografskoj upotrebi radi zadovoljenja muških želja i prohteva. Svoju feminističku interpretaciju, zasnovanu na istraživanjima pornografskog predstavljanja žena u medijima, Andrea Dvorkin je opisala u knjizi *Pornografija: muškarci poseduju žene*.

Mnogi teoretičari tvrde da je pornografija najjasniji izraz patrijarhalno-kapitalističke eksploatacije i degradacije žena. Sredinom devedesetih godina dvadesetog veka najbogatiji čovek u Britaniji bio je Pol Rejmond (Paul Raymond), koji je kontrolisao pedeset odsto pornografskog tržišta i stekao bogatstvo od 1.700.000 funti. Danas pornografska industrija vredi više od 52.000.000 funti godišnje, a prodaja video kasete jeste polje *zabave* koje se najbrže razvija [Dejvid Mek Kvin, 2000: 192]. Nik Dejvis (Nick Davies), koji je 1994. godine istraživao ovaj problem za časopis *Gardijan* (*Guardian*), piše: "Pornografska industrija je u Britaniji u sve većem usponu, i kako Soho (londonski centar noćnog života, barova, droge i prostitucije) i ilegalni dileri trguju sve bizarnijim i žešćim materijalom, tako su se još više primakli i ilegalni trgovci kako bi zauzeli svoje pozicije. Sada oni, preko novinarnica i kolportera, prodaju materijal koji se nekada u Sohou nije mogao dobiti ni *ispod teže*. Daleko od toga da su to dva različita tržišta – ilegalno i legalno – naprotiv, tesno su povezana. I kako vreme odmiče, sve teže ih je razlikovati" [van Zonen, 2004: 120]. Dejvis dodaje i da legalni i *viđeniji* časopisi, kao što je *Penthaus* (*Penthouse*), sadrže reklame za tvrde video porniče: "...na primer, SFP Trejding iz Brajtona koristi ovaj časopis za rasturanje šezdeset pet video kasete na kojima se žene prebijaju" [van Zonen, 2004: 120]. Veoma je lak i kratak put od legalne do ilegalne pornografije, ponekad je to uvezen materijal s veoma brutalnim silovanjima, seksom koji uključuje decu ili životinje i najtvrdim filmovima gde žrtve pred kamerama zaista i ubijaju. Kako tvrde mnoge grupe za pružanje podrške žrtvama, pornografija ima ulogu reklame koja nosi poruku da to što ove žene rade ili dopuštaju da im se radi, spada u željenu normu. Još se ide i dalje u toj poruci, a to je da žene u svemu tome uživaju, bez obzira koliko je to grozno ili nasilno [van Zonen, 2004: 120].

Feministkinje ističu da pornografija predstavlja degradaciju žena kroz seksualno nasilje i prisilu, što je izraz institucionalizovane patrijarhalne seksualnosti. Stalni element pornografske kulture je predstavljanje i reprodukcija hijerarhijskih odnosa između muškaraca i žena, potčinjenog i nadređenog. „Forma i sadržina pornografskih produkata zajednički određuju i konstituišu žene kao objekte izložene upotrebi radi zadovoljenja muških želja i prohteva“ [Albulj, 1999: 111].

Mnoge feministkinje smatraju da pornografija, osim što postvaruje žene radi muškog užitka, doprinosi i erotizaciji moći i nasilja, što doprinosi konstrukciji onih formi muške seksualnosti koje traže zadovoljstvo kroz moć i nasilje. Shvatanje da pornografija podstiče i legitimise nasilje nad ženama izraženo je u feminističkom kredu: "Pornografija je teorija, silovanje je praksa" [van Zonen, 2004: 120]. Feministkinje, jednako kao i konzervativni moralisti, definišu pornografiju kao materijal seksualnog sadržaja kojim se predstavlja i ohrabruje nasilje, prinuda i polna degradacija žena. Ono u čemu se feministička analiza pornografije razlikuje od konzervativnog moralisanja jeste definisanje pornografije kao političkog fenomena pre nego problema moralnog karaktera [van Zonen, 2004: 120].

Posmatrano iz ugla Frojdove definicije perverzije, pornografski element kod zebra printa je izmešteno pre-zadovoljstvo izvan regija tela predviđenih za seksualni kontakt.

Erotska glamurizacija problematizovana je u filmu *Sok od šljiva* (Branko Baletić, 1983). Kod ovog primera uočavamo preklapanje dveju paradigmi, glamura i zoomorfizacije. Žensko telo posmatra se kao objekat, ali se i dodatno glamurizuje u lokalnim uslovima estradnog establišmenta. Film *Sok od šljiva* govori o momku po imenu Miki Rudinski (tumači ga Predrag Miki Manojlović)^{24 6}, koji je zaposlen kao lokalni provincijski di-džej i radi na radio stanici, a njegov način rada prkosi svim ustaljenim provincijskim normama. Miki Rudinski insistira na programu koji Ivan Čolović naziva izmišljenom prošlošću. U velikoj meri radi se o romantizaciji i pastoralizaciji tradicije koja je predstavljena lepim čobanicama, vodenicama, čistim izvorima.

Pastoralana idila bila je u velikoj meri izmišljena tradicija [Marković, 2007: 126].

U filmu koji se bavi urbanizacijom sela i prodorom lažnih vrednosti, Vesna Zmijanac peva numeru *Uveli mi rumeni obrazi*.^{25 7} Tom prilikom nosi haljinu bez rukava s jaguar printom. Vesna Zmijanac ima erotski-glamur izgled [Šešić, 1994: 47]. Narativ svečanosti i glamura i ovde se može shvatiti subverzivno jer je u to vreme Jugoslavija bila socijalistička zemlja, a ovakav izgled je direktno preuzet iz holivudskog glamura, što predstavlja pretnju tadašnjem režimu i prodor novih vrednosti, menjanje vrednosne matrice.

Kostimografkinja filma je bila Nadežda Petrović Baletić, koja na naše pitanje kako se odlučila za animal print u slučaju Vesne Zmijanac odgovara u *e-mail* intervjuu: "Ideja je bila priroda ovog dezena koji predstavlja paradigmu estetike, a istovremeno je dovoljno provokativno za pozornicu i

²⁴ Miki Rudinski odlučuje da napravi *hepening u prirodi*, koji je zaintrigirao *Šljivo-kombinat*, najveću radnu organizaciju u selu. Međutim, datum održavanja njegovog *hepeninga* poklopio se s danom proslave godišnjice osnivanja kombinata, koji je uložio veliki novac u organizaciju proslave. Nastaje borba za publiku, koja mora da odluči na čiju će proslavu da ide.

²⁵ Pesmu koju izvodi popularna pevačica napisala je Marina Tucaković, a komponovao je Zoran Simjanović.

funkcionalno da obeleži karakter kafanske pevačice.” Filmski glamur Vesne Zmijanac kanalisana je, distribuirana i transmedijski ovaploćena u privatnom životu pevačice koja živi kao folk diva. Ona učestvuje u gotovo svim rijaliti šou programima na ovim prostorima, od *Survajvera (Surviver)*, preko žiriranja u *Nikad nije kasno*, do učešća u rijalitiju *Farma*.

Etnomuzikološkinja Ana Hofman u tekstu *Muzički rad: profesionalno bavljenje muzikom, afektivni rad i rod u socijalističkoj Jugoslaviji* tretira profesionalno bavljenje muzikom kao opredmećeni rad i istražuje njegove specifičnosti, posebno u vezi s rodnim praksama. Ona proučava materijalne uslove na radu i subjektivnosti posla profesionalnih pevačica, a cilj teksta je da predstavi bavljenje muzikom kao materijalnu praksu i senzorno iskustvo koji su, kako kaže Hofman, u stalnom i heterogenom toku.

U ovom delu teksta izdvojili smo nekoliko folk pevačica koje su vremenom stekle i status folk dive. Diva je istaknuta pozorišna filmska ili pevačka umetnica, drugi izrazi za nju su zvezda ili vedeta. Aura dive temelji se na materijalnoj kulturi glamura, koja je proizvedena u kolevcima, ali je dodatno lokalizovana. Glokalni koncept glamura folk dive uključivao je animal print na odeći, što možemo videti i na primeru Vesne Zmijanac. Hofman daje definiciju muzičkog umetnika u okvirima socijalističke umetnosti, koji je bio koncipiran kao „direktni proizvođač određenih kulturnih dobara *umetničkog rada*.“ Glokalni elementi glamur estetike folk diva koje su nastupale u kafanama ticali su se somatskog aspekta. Najveći broj folk pevačica, a kasnije diva, poticao je iz seoskih sredina, iz porodica poljoprivrednika s niskim primanjima, dok su neke bile romskog porekla, navodi Hofman. Obično su počinjale da pevaju već sa šesnaest godina, po završetku osnovne ili nakon napuštanja srednje škole. O problemu stigme i stereotipa ovih pevačica unutar diskursa o nedostojnosti i nemoralnosti, Ana Hofman govori da su folk pevačice bile osuđivane zbog lake zarade u neregulisanoj sferi uslužnog rada koji je podrazumevan kao neprikladan. Kako bi posao bio uspešan, pevačice su morale da razvijaju socijalne veštine koje su uključivale komunikaciju s menadžerima, vlasnicima kafana i restorana, koji su, prema Ani Hofman, bili muškarci. Vesna Zmijanac je jedna od najpoznatijih zvezda novokomponovane narodne muzike tokom osamdesetih godina dvadesetog veka čija je biografija ipak najvećim delom obeležena pevanjem u kafani. Zmijanac je citirana u tekstu Ane Hofman: “Čak i tada, dok sam bila mlada i nisam baš mnogo razmišljala, znala sam jednu stvar: biti izvođačica, biti pevačica i biti uspešna (ne samo kroz zaradu), biti profesionalac, biti zvezda – moguće je na samo jedan način: raditi ono što radite s ljubavlju, voleti više od novca koji zarađuješ, više od slave koju stičeš ovim poslom, voleti isto onako snažno kao što voliš sebe, svoj život.” Citat svedoči o emocionalnoj investiranosti i ekonomiji osećanja. U toj ekonomiji, kako su žene ponuđivači, dok su korisnici usluga muškarci, glavno sredstvo za rad bila je ženstvenost, kojoj u prilog ide animal print.

Hofman predlaže teme vezane za seksualnost i telesne diskurse, a kada je reč o profesionalnim muzičarkama kao afektivnim radnicama, Hofman navodi istraživanje o pevačicama i igračicama u Egiptu, gde uzroke za stigmatizaciju treba tražiti u preovlađujućim rodnim ideologijama. Ova studija navodi da su žene primamljivije od muškaraca i na osnovu toga – moćnije. „Kafanske pevačice dokazuju da ovi aspekti ne funkcionišu odvojeno: moralni sudovi o kulturnoj ulozi zabavljačica ne izvode se samo iz diskursa o nemoralnosti koji su povezani sa slikom o profesionalnim zabavljačima, već i iz činjenice da su zabavljačice koristile posebne somatske i afektivne tehnike u svojim radnim praksama.“ Hofman objašnjava kako je zabavljanje gostiju u kafani uključivalo fizičku aktivnost izvođenja kao telesni rad, iz čega proizilazi da je radni režim bio visoko somatski, a to dalje znači da je telu morala biti posvećena posebna pažnja. Najuspešnije pevačice bile su upravo one, nastavlja Hofman, koje su mogle da ganu gosta senzualnošću. Kako je somatika bila osnovno sredstvo kojim se, idući od stola do stola, senzualnošću osvajala publika, animal print igra posebnu ulogu u tzv. somatskoj produktivnosti tj. doprinosi intenzivnom angažovanju čula u vizuelnom smislu i prati kvalitet glasa, vokalne izraze koji prenose emocionalno stanje i atmosferu. Tako posmatrano, animal print pripada somatskim i afektivnim tehnikama u radnim praksama folk pevačica. Afektivna komponenta podrazumeva posao čija je namena da proizvede ili modifikuje ljudska emotivna iskustva. Hofman navodi da su pevačice obično, ali ne i nužno, bile obučene provokativno.

Ukoliko se zvezda posmatra kao intertekstualna konstrukcija, ponašanje van scene je sastavni deo vancenskog alata za oglašavanje medijskog proizvoda koji zvezda nudi (gluma, pevanje, scenski nastupi drugog tipa). Vancensko ponašanje podrazumeva harizmu, seksipil, odnose s drugim ljudima. Slavne ličnosti se proizvode kao tela za privlačenje pažnje. U tom smislu, a posmatrajući ga kao optički fenomen, animal print ima primetnost, uočljivost, koja je i njegova glavna osobina i vezuje se za određene tipove vancenskog ponašanja, koje pre svega podrazumeva harizmatičnost, seksualnost, sklonost ka flertu i viši stepen mogućnosti komunikacije. Animal print na javnoj ličnosti u vancenskim okolnostima generiše narativ, tekst zvezde. Može predstavljati okidač za učitavanje tog narativa. Istovremeno je i privlačan i zanimljiv.

Turbo-folk dive tematizovane su posredstvom animal printa i u filmu *Rane* (1998, Srđan Dragojević). *Rane* su film o gangsterskim devedesetim godinama u Beogradu. Film se bavi usponom nove generacije uličnih kriminalaca. Branka Katić tumači lik Suzane, turbo folk pevačice koja nastupa pod umetničkim imenom Turbo Suki. U spotu za pesmu *Novčanice* ona nosi top s tigar printom. Upadljivi i vrlo precizni afro izgled Turbo Suki deo je kemp estetike autorskog tima filma jer, iako *treš*, stvara dopadljiv sadržaj koji je očigledno kritički intoniran. Tekst refrena pesme:

Novčanice, novčanice

Para vrti 'de burgija, 'de burgija, 'de burgija

Para struže 'de turpija neće

Para pali 'de rakija, 'de rakija 'de rakija

Para ljubi 'de bekrija neće...

Jurica Pavičić, hrvatski filmski kritičar i pisac, primećuje da se kič u *Ranama* može uočiti u gomilanju groteskne, često verske ili ideološke, bižuterije i rekvizitarija [Pavičić, 2011: 151]. U spotu se Turbo Suki pojavljuje ispred ekrana kolažiranog novčanicama. Na ovaj način Dragojević želi da ukaže na društvo preobilja, negujući stilsku figure hiperbole ili preuveličavanja. Animal print tako tretiran, u svojstvu ideološke ikonografije i bižuterije, zadobija još jače kemp značenje, ekvivalentno Dragojevićevoj hiperboli besmisla prekomernog trošenja. Karakteristično za Dragojevića da su njegovi junaci citatna bića, formirani od mitema pop-kulture i gangsterske mitologije [Pavičić, 2011: 151].

U filmu *Miris poljskog cveća* (Srđan Karanović, 1977) Mica Trofitaljka u haljini s tigrastom šarom peva pesmu na brodu. Milica Ostojić, poznatija kao Mica Trofitaljka, srpska je folk pevačica. Poznata je po šaljivim, erotskim folk pesmama, kao i po pojavljivanju u nekoliko srpskih filmova. Ona je, svesna svoje javne marginalne pozicije, postala kemp heroína. Film je realizovan u obliku kolaža sastavljenog od dokumentarnih i igranih delova, u kojima se prati poznati glumac od trenutka kada, bez valjanog razloga, napušta pozorište. Priča o postupku glumca koji živi na brodu širi se, pa njegovi prijatelji i poznanici u početku pokušavaju da ga nagovore da se vrati poslu i porodici. Kada u tome ne uspeju, privučeni *pobunom*, i sami ostaju da žive na reci u potrazi za *novim životom*. Na kraju ostaje otvoreno pitanje šta je ko stvarno našao. Priča je to, kako će jedna od protagonistkinja reći u filmu, *zasićenosti otuđenošću savremenog življenja*. Takođe, filmofilski je to osveščena studija o nemogućnosti bega od samog sebe.

Još jedan kemp primer je televizijski program *Dva sata kvalitetnog TV programa*.²⁶ Animal print prisutan je na bundi policajca Bambalice (igra ga Slobodan Boda Ninković), koji, prerusen, želi da uđe u diskoteku i napravi dosijee rokerima, dok on sam, kao i kolega Bambusica, pripada narodnjačkom miljeu. Ovde dolazi do travestije muškarca u ženu, folkera u rokeru. Paradoks leži u tome što se u filmu ispostavlja da glavni osumnjičeni ipak nisu pripadnici rok supkulture nego folk. Kao što ćemo videti u nekom od sledećih primera, Dragojević problematizuje odnos egzistencijalnog insajderstva i autsajderstva posredstvom animal printa kao dekora narativnog

²⁶ *Dva sata kvalitetnog TV programa* je srpski TV film iz 1994. koji je režirao Srđan Dragojević. Film prikazuje devedesete godine, najpre kroz odnos turbo-folka, *dizelaša* i rokenrola. Radnja se vrti oko diskoteke, u kojoj su uglavnom rokeri, u kojoj se priprema doček Nove godine. Na ulazu u diskoteku stoje Armani i Versace (Dragan Bjelogrić i Nikola Kojo), izbacivači od kojih zavisi ko će ući u diskoteku.

prostora. Ovde je pre reč o travestiji prigradskog u gradski milje kroz zamenu rodnog obeležja. Destabilizovanje vrednosti vidljivije je posredstvom animal printa.

Još jedan primer travestije, koji je na liniji lika Merlin/ke iz *Marble Ass* i travestiranog detektiva iz *Davitelja protiv davitelja*, možemo uočiti u liku Katarine u filmu *Ustav republike Hrvatske* Rajka Grlića. Katarina, u tumačenju Nebojše Glogovca, predstavlja travestiju odnosno transrodni identitet Vjeko Kralja, profesora istorije. Kralj je ekstremni desničar, sin ustaše, koji je detinjstvo uglavnom proveo posećujući oca po kaznionicama, zadojen mržnjom prema Srbima i drugim nacionalnim manjinama u Hrvatskoj. Na zidu sobe njegovog oca, gde leži nepokretan, jer su mu noge amputirane, nalazi se, pored ostalih, i fotografija Ante Pavelića. Vjeko Kralj je vrlo složena traumatizovana osoba, maltretirana od strane oca, koji ga prezire zbog homoseksualnosti. Jurica Pavičić predlaže čitanje ovog filma u *high concept* ključu.²⁷ Kemp je ovde težnja ka strogom šiku, u kojem se Kralj oseća udobno dok nosi haljine koje je dizajnirala i sašila njegova majka. Njegove noćne šetnje ambijenti su liminalnog narativa. Katarinu u filmu gledamo s naočarima s leopard printom, kao i s ešarpom s gepard printom.

Visoki kemp i homoseksualni kemp udruženi su u znak kritike društva. Animal print predstavlja znak revizije filmova visokog koncepta Tuđmanove Hrvatske, koja se po Pavičiću sastojala od tzv. svehrvatske pomirbe, u kojoj će ustaše oprostiti partizanima što su bili partizani. Kralj, kao složena, traumatizovana osoba, transrodnog homoseksualnog opredeljenja, zapravo je kemp ikona. Zagrebačka noć je ambijent afekta.

Neki to vole vruće (*Some Like It Hot*, Billy Wilder, 1959) je kemp film u kojem možemo potražiti uzore za današnje kemp heroine i heroje. Možemo ga posmatrati kao parakemp narativ, gde se odevno prerusavanje odnosi na potragu za identitetom i javlja se kao znak kritike društva. *Neki to vole vruće* je *dreg*²⁸⁰ komedija gde je *dreg* sleng izraz za transvestizam, a koristi se da se opiše oblačenje u odeću suprotnog pola koje upražnjavaju homoseksualci ili strejt ljudi, ali se koristi i zato da se ironično ukaže na kostim. Izvorno, kemp možemo posmatrati i kao neo-kič, koji je zasnovan na stečenom ukusu za upadljivo i napadno i kao takav predstavlja popularizaciju kemp

²⁷ Filmovi *high concept*-a odnosno filmovi visokog koncepta su oni čija je radnja visoko rangirana na lestvici *neverovatnoće* da se desi u stvarnom životu. To su *Veliki Diktator* (Čarli Čaplin, 1940) ili *Goodbye Lenin* (Wolfgang Becker, 2003) ili *Ničija zemlja* (Danis Tanović, 2001).

²⁸ Prema *Longman Dictionary of Contemporary English*, *drag* označava žensku odeću koju nosi muškarac ili mušku odeću koju nosi žena. U praksi, *drag* nije isto što i oblačenje odeće suprotnog pola jer ide u kompletu s *queen*, što označava femniziranog gej muškarca. Češće je odeća naglašenija, kao i šminka, pa tako popularne *dreg* kvinsice nose izrazito upadljive haljine, štikle od dvadeset cm, prenaglašene trepavice, a sve to kako bi se postigao viši stepen ironizujućeg efekta. Žene koje preuzimaju stil *dreg* kvinsica nazivaju se *fo kvin* (*faux queen*). Počeci *drega* na filmu ipak se vezuju za komične i parodijske sekvence. U eri nemog filma *dreg* je tipično bio farsa, koja je samo naglašavala komičnu razliku između glumčeve/glumičine *biologije* i njegovog/njenog kostima. Setimo se mladog Harolda Lloyda prerusenog u ženskog bacača u *Spitball Sadie* (1915) ili Čarlija Čaplina koji se ismevao preobučen u *A Busy Day* (1914), *The Masquerader* (1914) i u *The Perfect Lady* (1915). Malo odvažnije, u filmu *Rowdy Ann* (1919) pojavila se komičarka Fay

Tincher kao ultra-muškobanjasta kaubojka, jednaka muškarcima, sve dok nije bila *obuzdana* u civilizacijskoj instituciji zvanog brak. <http://www.gayecho.com/film.aspx?id=2461&grid=2051&page=149#.WhvithNzLIU>

senzibiliteta. “To je perspektiva iz koje ukazivanje pažnje *ružnom* daje posmatraču auru prefinjene dekadencije i ironično uživanje iz ugla prosvetljene superiornosti” [Olalkviaga, 1992: 45].

Transvestizam je pojam koji je skovao Magnus Hiršfeld (Magnus Hirschfeld), nemački lekar i seksolog, jedan od prvih zastupnika prava homoseksualaca. Termin potiče od dveju reči latinskog porekla, *trans* – promena i *vestere* – oblačiti, i odnosio se, pre svega, na homoseksualnu promenu odeće ili nošenje odeće suprotnog pola, dakle, na izražavanje transrodnih osećanja i fetiša. Fetiš nužno ne mora da bude vezan za ovaj pojam. U većini slučajeva, ukoliko nije u pitanju fetiš radi se o parodiranju roda.

Ismevanje ikonične muškarčine, u ovom slučaju animalnog Srbina, poigravanje sa stereotipnim predstavama etno pripadnika, susrećemo u filmu *U raljama života* (Rajko Grlić, 1984). Ovaj film Rajka Grlića, prema romanu Dubravke Ugrešić, ironično-komična je ženska potraga za Gospodinom Pravim. U filmu postoji priča u priči, TV serija koju režira glavna junakinja, koju tumači Gorica Popović. TV serija se zove *Štefica Cvek u raljama života*. Štefica, koju tumači Vitomira Lončar, mlada je, debeljuškasta daktilografkinja koja mašta o ljubavi. U ovoj potrazi upoznaje i Trokrilnog, kojeg tumači Velimir Bata Živojinović. U nekoliko scena on nosi gaće s animal printom i izgovara antologijske rečenice. Njegov izgled sugerise čistu seksualnost, seksualnu prirodu, dok je on jukstaponiran ambijentu s pastoralnim motivima tapiserije na zidu, miljeima na kauču na kojem leži gola Štefica Cvek u neizvesnosti. Scena je komična, ali i napeta.

Film prikazuje Zagreb osamdesetih i uzlet liberalne atmosfere koja je donela novi duh grada, preplavljen ljubavnim zapletima i pomodnim trouglovima. Trokrilni je Srbin, a to u jugoslovenskom i postjugoslovenskom diskursu za Hrvate znači podsvest, animalnu prirodu. Mogli bismo iscrtati mapu potiskivanja podsvesnog na prostoru Jugoslavije, gde bismo primetili da kako se spuštamo ka južnijim republikama i pokrajinama stepen prisutnosti animalnog je sve veći. O ovakvom promišljanju određenih naroda ili geografskih područja, kao o prostorima potiskivanja, svedoči i analiza slovenačkog filozofa Mladena Dolara koji “analizirajući mjesta na kojima Freud u svojim djelima spominje južnoslavenske krajeve i ljude, Mladen Dolar dolazi do slučaja nekog Slovenca kojeg u Trstu godine 1922. bezuspješno pokušava liječiti psihoanalitičar Edoard Weiss (Edoard Vajs). Weiss se požalio Freudu, a ovaj mu u svom pismu između ostalog poručuje: *Naše analitičko umijeće zatajuje pred takvim ljudima, naše oštroumlje još nije kadro prodrijeti do dinamičkih odnosa koji prevladavaju kod njih*. Na kraju svoje analize, Dolar zaključuje: “Jugoslavija je zemlja frojdovskog potiskivanja, mjesto gdje izlazi na svijetlo dana sve ono što normalni Evropljanin mora potisnuti. Sadržaj tog potisnutog međutim toliko je izgleda strašan da

pred njim ostaje nijem ne samo normalni Evropljanin, nego i sve njegovo znanje o nesvjesnom, psihoanaliza“ [Buden, 2001: 23].

U filmu postoji široki spektar subverzivnih elemenata, kao na primer stereotip o entitetima bivše Jugoslavije, pa je tako Srbin predstavljen kao snažni primitivac, šablonska ličnost, dok je Hrvat impotentni intelektualac, a Slovenac voli da planira. Tarzan kao alfa mužjak nosi gaće s leopard printom. Ovde možemo uočiti paralelu s Fazbinderovim pojavljivanjem u filmu *Kamikaze 1989* (Wolf Gremm, 1982). Dok uglavnom ismeva stereotip ikonične muškarčine iz sedamdesetih godina, s brkovima i preterano muževnim pokretima, poput Berta Rejnoldsa (Burt Reynolds), što su osnovni kodovi ponašanja dominantnog homoseksulanog tipa iz gej potkulture, u kasnijoj fazi Fazbinder se, pak, okreće grotesknijem izgledu, odevajući se u odelo s leopard printom kao u filmu *Kamikaze 1989*, što ujedno predstavlja njegovo poslednje pojavljivanje na filmu. Suzan Zontag (Susan Sontag) o kempu je pisala kao o depolitizovanom fenomenu koji je, pre svega, estetske prirode; dok su neki kritičari Fazbinderov kemp nazvali ozbiljnim kempom, govoreći o radikalizovanom politizovanom kempu kao preteči onoga što bismo mogli nazvati *queer kemp*.

Davitelj protiv davitelja, u liku tajnog agenta Rodoljuba Jovanovića (kojeg tumači Branislav Zeremski), nudi rodnu subverziju jer se junak, prerašavajući se u ženu, pojavljuje s velikom lepršavom ešarpom s leopard šarom. Kako je ovaj film okarakterisan kao postmodernistički, on predstavlja gest filmskog flerta s *Neki to vole vruće*. Tajni agent Jovanović prerašava se u ženu zbog nedostatka ženskih osoba u akciji. Glavni inspektor daje mu instrukcije da se, osim toga što se prerašio u ženu, mora i osećati kao žena i ponavljati u sebi: *ja sam žensko, ja sam žensko...*

Dreg, takođe, referiše na čitav jedan oblik zabave, koja ima svoje uporište u drevnoj totemskoj magiji, perverznoj privlačnosti dvopolnog Tiresije, uvrede za prirodu i prizivanje obeju njenih aktivnih sila – muške i ženske. To je, takođe, postalo i standardni stereotip homoseksualnosti. Animal print udružen s dregom predstavlja još jači homoseksualni stereotip. Dreg je u najvećoj meri kemp kada se, uz poznavanje njegovog homoseksualnog andergraund konteksta, koristi u strejt kontekstu da bi sveo pompeznost ili protivljenje na nivo apsurdna. Filip Kor navodi da je tajni agent Luja XV, Vitez d'Eon primer visokog kempa. Zbog okolnosti svog posla, bio je primoran da tokom tajnih zadataka nosi žensku odeću, te se vrlo vedro i duhovito poigravao tom dvosmislemošću.

U filmu Želimira Žilnika *Marble Ass* glavni/a junak/inja Merlin/ka nosi mini suknju s gepard printom. On/a je muškarac u ženskoj odeći. Imitator žene, muškarac koji svojim manirima i odećom, ponekad i glasom, oponaša ženu jeste najpoznatija ikonička slika kempa u kojoj se dve suprotnosti – muški i ženski rod – dovode u blisku vezu, s krajnjim ciljem da nas zabave i nasmeju,

pokazujući apsurdnost takvog poretka stvari. U kemp maniru, Merlin/ka preispituje vrednosti mačoizma na Balkanu, nudeći svoje usluge upravo muškarcima. Ovaj film pripada paradigmi rodne subverzije.

Merlin/kina radikalnost vidi se u emisiji *Stavovi* Tatjane Vojtehovski na TV NS Plus iz 1997. godine. Puno ime i prezime Merlin/ke je Vjeran Miladinović. On/a je transvestit. Petar Jončić, srpski teoretičar filma i medija, primećuje da napadni ženski glamur kod Merlin/ke i Sanele (druga junakinja istog filma, koja takođe tumači samu sebe tj. prostitutku transvestita) liči ili je gotovo identičan ikonografiji novokomponovanih estradnih zvezda, koje su, zahvaljujuću podršci državne televizije, postale simboli jednog vremena. Duhovna neuravnoteženost ljudi u kiču i militarizmu je predstavljena kroz popularizovanje telesne nadrealnosti (travestije) i njenim pretvaranjem u telesnu realnost (transvestit Sanela sklapa brak s bodibilderom) jer je ekonomska kriza u zemlji učinila da svi oblici društvene degeneracije (ubistva, pljačke, narkomanija) postanu opšte prihvatljivi: "Ideju za film dobio sam kada sam sreo Merlina koji mi je rekao kako je nekada bio najluđi u gradu, a danas je jedini ostao normalan, jer je oko njega sve postalo blesavo. On i Sanela odgovaraju na zov nove ideologije: izađimo na tržište, sve je na prodaju, sve je za kupovinu" objašnjava Žilnik.

Kako zapaža Zoran Janković, teoretičar pop-kulture, lik Merlin/ke predstavlja apsolut potpunog ženskog lika za kakvim traga balkanski film: "U njemu je postignuta retka sinergija filmičnosti, autentičnosti, pulsirajuće dobrote, toplote ženskog (materinskog) principa i gorko-slatkog podsmeha upućenog nametnutom životnom obrascu. Bilo da je reč o osmišljenom konceptu (uverenje kome je sklon potpisnik ovih redova) ili tek slučajno stečenoj dobiti, materinstvo u ovom slučaju bez vlastitog poroda, nikada u srpskom filmu nije delovalo tako upečatljivo kao u liku Merlinke u ovom Žilnikovom ostvarenju" [Žilnik, Burden, 2013: 220].

O stereotipnom prikazivanju mačo tipova s Balkana govori Želimir Žilnik u razgovoru s filmskim teoretičarem Miroљjubom Stojanovićem: "Leto je 1994. Balkanska klanica radi punom parom. Da bi ona funkcionisala, podmazuje je državna propagandna mašina koja nas zatrpava stereotipovima. Pravi Srbin ukršta redenike na grudima i nosi kamu u zubima. A uz to je mačo, opija se svinjski, trubači mu sviraju. A on siluje kelnerice po šankovima. (...) Televizijski dnevnik je takođe u duhu kafane u kojoj divljaju pijani vikend ratnici" [Žilnik, 2003: 80].

Ukoliko posmatramo celokupan filmski opus Želimira Žilnika, primetićemo da svi njegovi filmovi proizilaze iz treš estetike. "Džon Kasavetes (John Cassavetes) je snažno uticao na Žilnika, budući da je i on odbijao da angažuje profesionalne glumce i tako je postizao autentičnost i film približavao realnosti" [Jončić, 2002: 14]. Udruženi u zajedničkom poduhvatu kastinga među neprofesionalnim glumačkim kadrom, Pazolini i Žilnik demantuju Belu Balaša, koji je smatrao da

naturščici mogu samo da budu epizodisti. Animal print obeležje je epizodnog koje igra glavnu ulogu. Karakterističan je entuzijazam naturščika koji pred kamerom otkrivaju sebe i svet oko sebe [Jončić, 2002: 14].

Mardžori Garber (Marjorie Garber), profesorka s Harvarda, kaže da je transvestizam „remetilački element koji ne otkriva samo krizu kategorija muškosti i ženskosti nego i krizu samog kategorizovanja.“ Prisustvo transvestita označava krizu [Lazarević Radak, 2016: 168].

Žilnik destabilizuje kategorije koristeći lik transvestita u filmu, kako primećuje profesor slavistike Kevin Mos (Kevin Murphy Moss) u tekstu *Jugoslovenski transeksualni heroji „Virdžina“ i „Marble Ass“*. Mos daje prikaz Žilnikove heroine Merlin/ke kao znak radikalne kritike društva. Muški transvestizam se u tradicionalnim balkanskim zajednicama vidi kao devijantno ponašanje i sankcioniše se podsmehom i mržnjom. Taj redak fenomen je, ipak, bio prisutan čak i unutar tradicionalne balkanske zajednice u vidu pojma *mučuče*, koji je pronašao Vukanović, koji ističe da ih ljudi preziru, a koji se ne nalazi ni u jednom rečniku. Prisilno navlačenje ženske odeće i pojavljivanje u javnosti korišćeno je kao oblik kažnjavanja najčešće onih osoba koje su odbijale da idu u rat. *Marble Ass* je antiratni film i, na taj način, uzevši transvestita kao junaka/inju svog antiratnog filma, Žilnik invertuje ovu praksu. Po Vukanoviću, transvestizam narušava binarne opozicije. “Transvestiti su treći subjekti koji naseljavaju treći prostor” [Lazarević Rada, 2016: 168].

Kevin Mos objašnjava Žilnikov film kao užasavajući u onom segmentu u kojem se govori o ratu i nasilju.²⁹ Nasuprot tome, Merlin/kina travestija se ne preispituje i ne problematizuje u filmu. Ona je kao imaginarni lik u novom patrijarhalnom sistemu, koji je utemeljen na patrijarhalnim ruralnim vrednostima, koje su medijski posredovane. Srpska sociološkinja Marina Blagojević piše da su u Srbiji uspostavljeni odnosi mačo muškaraca koji su prirodni, dok su žene poistovećene s kulturom, i citira novinara Aleksandra Tijanića³⁰ kada kaže da je Srbija oaza falusoidne kulture u kojoj se preti gubitkom erekcije i oduzimanjem teritorija.

Budući da je nacionalna pripadnost konstruisana kao muška i heteroseksualna, kako piše Mos, onaj ko nije za rat – ili je homoseksualac ili nije pravi Srbin. Mos objašnjava da je balkanska konstrukcija seksualnosti delimično posredovana zapadnim diskursom o Balkanu. U daljem tekstu

²⁹ Mos, Kevin. 2002. *Yugoslav transgendered Heroes, Virginia and Marble Ass*. Beograd: Reč no. 67/13

³⁰ Aleksandar Tijanić (*Đakovica*, 1949 – Beograd, 2013), novinar, voditelj kultne JUTEL-ove emisije *Umijeće življenja* (1991), prvi direktor TV Politika (1993-1994), prvi direktor BK Televizije (1994-1996), generalni direktor Radio-televizije Srbije (2004 - 2013)

dokazuje da je percepcija nacionalnosti duboko prožeta seksualnošću i daje zanimljivu analizu različitog odnosa prema homoseksualnosti na prostoru bivše Jugoslavije. Ovaj deo teksta je interesantno čitati u diskursu filma *Štefica Cvek u raljama života*, jer uvodi pseudonacionalne okvire seksualnosti. Mos navodi da je Slovenija 1984. godine imala prvi homoseksualni festival u Istočnoj Evropi.

Žilnikov film funkcioniše unutar konteksta nacionalističke homofobije, jer je sniman u vreme rata u Bosni kao nezavisni niskobudžetni film. Merlin/kin bivši dečko Džoni vraća se iz rata u Beograd i, u maniru mačo antiheroja, planira da živi od prevara na bilijaru i iznuđivanja novca. Merlin/kine dominantne osobine, pouzdanost i miroljubivost, suprotstavljene su Džonijevoj mačo nepouzdanosti, nepredvidljivosti, ratničkom duhu i sklonosti ka nasilju. Ovde animal print, kao dominantni kostim Merlin/ke, dovodimo u vezu s destabilizovanjem najvažnije paradigme koju predstavlja Džoni.

Džudit Batler piše da transvestiti ukazuju na imitativni aspekt roda i to se obično dešava u prostoru između roda i pola. Ester Njutn (Ester Newton), američka kulturalna antropološkinja, analizira transvestitiju: “Moj spoljašnji izgled je ženski, ali je suština unutar mog tela – muška, istovremeno moj izgled izvan mog tela je muški, ali je suština – ženska.” Mos piše da Žilnikov film aktivira obe ove inverzije, jer Merlin/ka kaže Džoniju: ”Šta misliš da sam, budalo? Da ljudi ne znaju šta sam i ko sam? Svi znaju da sam muškarac. Ovo je šou biznis” [Batler, 2001: 137]. Kako ova izjava upućuje na performativni aspekt njegovog/njenog identiteta, možemo govoriti o liminalnosti kao prelasku praga u izvođenju – performansu, a kao znak prelaska ponovo se javlja animal print. Merlin/ka svoju transformaciju objašnjava Ruži: “Vratila sam se svojoj prirodi tj. svojoj ženskoj *suštini*.”

Mos piše da Vjeran Miladinović u ratno vreme u Beogradu narušava rodne identitete i vrlo je prilagodljiv/a. Žilnik tu subverziju transvestizma koristi kao urušavajući potencijal. On narušava stabilnost svih identiteta. Bahtinovska karnevalska satira ovde je u službi provokacije hegemonije. *Marbel Ass* je film o performativnoj prirodi roda, koji destabilišuće radi na tri fronta: rodnom, nacionalnom i etničkom, gde se animal print javlja kao znak destabilizacije. “Kriza nije samo jugoslovenska, jer transvestizam je disruptivni element koji ne interveniše samo kao kategorija krize muškog i ženskog već i kao kriza kategorije same po sebi” [Lazarević Radak, 2016: 168].

Vrlo slični motivi koji su nastali kao rezultat liberalizacije medija prema supkulturi, kako kaže Antonije Pušić, nalaze se i u okolnostima nastanka filma *Mi nismo anđeli 3* ili, popularno, *A3*. Film

je rađen prema scenariju Srđana Dragojevića i pun je animal printa. O *fashion* fanatizmu i umetničkom integritetu reditelj govori pomoću scenografije i kostimografije, opisujući situaciju u kojoj rokeri snimaju folk hitove koje, kako se kaže u filmu, “neki (to) zovu *world music*, neki *etno*, a neki antiglobalistička muzika.” Ovaj film se originalno zove *Rock’ n Roll uzvraća udarac* i parodični je osvrt na domaće folk izvođače i imaginarijum koji ovaj milje podrazumeva. U scenama u kojima se priprema za nastup, odlazi u solarijum, na depilaciju, manikir, pedikir i koristi ostale kozmetičke usluge, Dorijan, kojeg tumači Nikola Pejaković, odeven je u bokserice s leopard printom sa zlatnim obrubom. Ovako podseća na boksera koji se sprema za ring.

U Dorijanovom kućnom ambijentu preovlađuju tigraste šare na jastucima, kao i koža tigra na podu. Svi ovi detalji doprinose hiperkarikaturalnosti turbo-folka. Kućni ambijent rezervisan je za poslovne dogovore o nastupima u TV emisiji *Grand*, kao i za konzumaciju kokaina. Dorijan nosi košulju s tigar printom i u situacijama zamene identiteta. Glamur, koji je sastavni deo turbo-folk estetike kojoj Dorijan pripada, pronalazi uporište u holivudskom glamuru, koji animal print tretira kao narativ odnosno sam glamur je narativ tj. tekst, kako je to objasnio Edgar Moren. Ovaj film je komedija koja se podsmehuje blještavom kiču turbo-folk industrije, a producirala ga je, paradoksalno, televizija Pink, koja je tu supkulturu i stvorila. *Riba-na-suvom*³¹ komedija, u američkom izdanju mahom zasnovana na (ne)snalaženju u tuđoj koži zbog generacijskih razlika i zadatih društvenih uloga koje je junak prerastao, tj. nije im dorastao, u slučaju *Anđela 3* najviše se zasniva na razlici u muzičkim usmerenjima dvojice junaka i životnim stilovima koji prate turbo-folk naspram rokenrola.

U filmu *A3* Nikola se u određenim situacijama nalazi u okruženju kojem izvorno ne pripada, što je, zapravo, referenca na prvi deo ovog filma. Citat u popularnoj kulturi, a naročito kod Srđana Dragojevića, legitimno je filmsko sredstvo. Prvi deo su neki teoretičari zbog urnebesne neodgovornosti [Daković, 2008: 178] svrstali u takozvani *ružičasti talas*, dok se drugi deo prilagodio novom dobu, a ironija je svedena na razgovore između Anđela i Đavola i reference iz prvog dela. Citatnost je karakteristika diskursa popularne kulture. Nikola suštinski ne pripada ovom ambijentu i animal print znak je egzistencijalnog autsajderstva. Dragojević u filmovima problematizuje odnos prigradske i gradske kulture kroz odnos egzistencijalnog insajderstva i autsajderstva.

Gori vatra (Pjer Žalica, 2003) film je zavičajnog kolektivnog usuda. U vizulenom smislu, Pjer Žalica se naslanja na Altmanov (Robert Altman) film *Nešvil* (*Nashville*): “Bio je još jedan film koji sam gledao stalno i na koji sam se stilski oslanjao, Altmanov *Nashville* (...) *Nashville* je film čiji

³¹Filmovi komedije u kojima je primenjen mehanizam zamene mesta glavnih junaka, gde jedan biva izložen životnim okolnostima onog drugog i obrnuto.

ambijent na neobičan način korespondira s bojama plastičnog tranzicijskog kiča koji dominira našom stvarnosti, naročito u provinciji. U isto vrijeme Altman u svom filmu uspijeva taj ambijent osebnije ikonografije besmisla prikazati sa neobičnom toplinom i privrženosti. Odjednom *Nashville* gledamo kao jedan gotovo bajkovit, fantastičan svijet, pomalo izdvojen iz stvarnosti i bitno različit od naše pretpostavke o njemu. To mi je naročito bilo važno zbog težine problema kojim se film u stvari bavi jer ispod idilične, plastično koloritne stvarnosti valja se surova rijeka blata i nevolje. U tom smislu mi je *Nashville* pomogao u radu na *Gori vatra*, jer sam imao sličan problem. Moglo bi se reći da su *Nashville* i *Magnolija* bili inspirativni za mene, jedan u vizuelnom a drugi u dramaturškom smislu” [<http://www.sveske.ba/>].

Gori vatra je debitantski film Pjera Žalice. Jurica Pavičić svrstava ovaj film među filmove kolektiva, grada i generacije. “U svim filmovima ovog tipa pojedinac se pokazuje kao socijalno biće uslovljeno kolektivom gde je ta društvena uronjenost bezuslovna” [Pavičić, 2011: 103].

Radnja filma *Gori vatra* odvija se u malom bosanskom gradu Tešnju. Nakon rata, 1998. godine najavljena je poseta Bila Klintonu (Bill Clinton), američkog predsednika, “a kako bi međunarodna zajednica vidjela da je postignuta normalizacija (ta sveta riječ svakog postjugoslavena), dolazi do radikalnih promjena.” Preko noći treba izmiriti srpsko i muslimansko stanovništvo, koje je i dalje u dubokoj netrpeljivosti. Novonastala situacija je odraz nategnute prisilne kohabitacije. Dolazi do dekorativnih izmena gradića, koji se ukrašava velikom Klintonovom slikom, igra se takozvani multietnički tenis, a dolazi i do navodnog povratka srpskih izbeglica. Izbeglice su vraćene samo privremeno, dok je Klinton u poseti, a posle njegovog odlaska vraćaju se u mesta u kojima su se privremeno naselile i zauvek ostale.

Metafora tigrastog ćebeta ili filmova i medijskih sadržaja koji sadrže unutar svog tela animal print, tačnije šaru tigra ili leoparda na ćebetima kao delu enterijera, prisutna je u nekoliko primera. Društveni pejzaž imigracije ogleda se u filmu *Kajmak i marmelada* (Branko Đurić, 2003) bosanskog glumca i komičara Branka Đurića Đure. Film svedoči o odnosu Slovenke i Bosanca. Bosanac se nalazi u ambijentima toplog doma, što bi trebalo da simboliše upravo ćebe s animal printom. Topli dom podrazumeva malograđanski ukus koji treba da bude parodiran upravo ovim metaforama. Marginalnost i perifernost Bosanca u Sloveniji i svakog posleratnog migranta u nekoj sredini koja je ekonomski uređenija od onog prostora s kojeg migrant dolazi, ali istovremeno mentalitetski hladnija, obeležena je ćebetom sa šarom i slikom tigra. Takvo ćebe često je krasilo slične domove i služilo kao prekirivač za trosede i dvosede u dnevnim boravcima. Dominacija marginalnih likova svojevrsna je samoegzotizacija, gde umesto ambijenata koji su socijalno prihvatljivi dominiraju marginalni dnevni boravci sa ćebadima s animal printom.

Edvard Relf, predstavnik humanističke geografije, ističe važnost poistovećivanja osobe ili grupe s mestom u odnosu prema tome da li ga doživljavaju kao insajderi ili autsajderi. Animal print na ćebetu predstavlja znak, a sledeći Relfovu kategorizaciju, egzistencijalno autsajderstvo je suštinsko nepripadanje nekom mestu.

Rambo Amadeus u svom autorskom opusu često se bavi problematizovanjem razlike između gradske i prigradske kulture. Scenaristi filma *Slatko od snova* (Vladimir Živković, 1994) su Srđan Dragojević i Aleksandar Barišić. Ovo je film urbane estetike, u kojem glavnu ulogu tumači folk zvezda Dragana Mirković. Ona je skromna srpska devojka iz malog mesta, vesela je i srećna, talentovana i uspešna. U filmu Rambo Amadeus nosi svoju prepoznatljivu bundu s leopard printom. On je u ovom slučaju kemp pojava. Tumači lik Bruna X, estradnog umetnika s million prodatih ploča. Izvodi pesmu *Embargo* u bundi s leopard printom, koju baca u publiku u klubu. Bacanje predmeta u publiku je sam po sebi gest kojim umetnik želi nešto svoje da podeli s publikom. Refren pesme *Embargo*, koju izvodi Bruno X: */Priznaj priznaj da je tebi drago / kad Bruno noćas probija embargo/* referiše na period ekonomskih sankcija. Dok stihovi :

*Najzad sam ugasio svijetlo reče Bruno najn
Bruno du bist Balkaniše švajn
al kad je Bruno uvatio odozdo
stigla je reći samo a zo zo...*

sinhronizovani s Brunovom pojavom, ukazuju na proces autoegzotizacije, što dovodi do kemp pozicije i procesa kempizacije. Film je posvećen Raki Đokiću³², a obiluje *cameo* pojavljivanjima Ramba Aadeusa, koji u stvarnosti nosi bundu s leopard printom i najupečatljivija je pojava tog tipa u spotu za pesmu *Urbano, samo urbano*. U spotu za ovu pesmu Rambo izvodi niz radnji koje imaju kemp estetiku: on ulazi u bazen u mantilu-bundi, korača laganim tempom na trenažeru u belim frotirskim papučama za spa-velnes relaksaciju s vunenom kapom na glavi. On je u spotu, istovremeno, i lik s televizije i lik u koga je zagledan drugi lik, koga takođe tumači Rambo, u lamperijom obloženom potkrovlju. Pesma tekstom, kao i spot vizuelnim sredstvima, govori o sukobu seoske i gradske kulture, kao i hibridnoj formi skorojevića. Televizor je prekriven miljeom, na zidu su kalendari, lik s televizije u mantilu s leopard printom obraća se iz bazena, iz teretane, iz saune...

³² Radoslav Raka Đokić (Samokovo, 1951 – Beograd, 1993) bio je poznati jugoslovenski i srpski estradni menadžer i filmski producent. Poznat je po saradnji s Lepom Brenom i *Slatkim grehom*, kao i s Draganom Mirković na filmu *Slatko od snova*.

Da sam autor uvažava ovo estetsko određenje svedoči sledeći mini-intervju urađen *mail*-om:

-
- Čini mi se da je tvoje cameo pojavljivanje u filmu *Slatko od snova*, kao i spot *Urbano*, stilski motivisano iz kempa i pripada ovoj stilskoj paradigmi. Da li imaš da kažeš nešto o svojoj kemp poziciji? Poznat si po saradnji s muzičarima i umetnicima koji ne pripadaju tvom kulturološkom obrascu (rokenrol), već pripadaju narodnjacima, s Vesnom Zmijanac, Draganom Mirković i slično.
 - Pa, čitav projekt *Rambo Amadues* nastao je kao reakcija na liberalizaciju medija prema supkulturi. *Rambo Amadeus* kovan je kao gorostas supkulture, *trash-glamour* ikona. Na žalost, meni stvari brzo dosađuju, pa sam poslije nekoliko godina dozvolio da *Rambo Amadeus* postane nešto kompleksniji u izrazu.
 - U spotu za pesmu *Urbano* nosiš (bade-) mantil s leopard printom. On je, po svojoj filmičnosti i sinematičnosti, s pravom odabran, ali zanima me koje sve karakteristike i šta sve, po tebi, simboliše ova šara u spotu?
 - Pjesma secira prigradsku supkulturu, leopard print je njen simbol. Na selu se taj print ne nosi, kultuvisani centar grada nosi ga samo na maskenbalima. Međutim, *suburb* ukus bira baš ovaj print kao svoj izbor.
 - Da li je lik Bruna X u filmu *Slatko od snova* inspirisan tvojim likom i delom i da li se može reći da si to zapravo ti, naravno, distorziran treš filmskom poetikom? Da li je bunda s animal printom tvoja ili je u pitanju kostim? Kako tumačiš gest bacanja bunde u publiku s balkona kluba?
 - Svakako da je Bruno X vrh dna *trash-glamour* poetike. Bunda je bila moja, nosio sam je privatno, praveći od svog života total teatar, jedino se simuliranjem ludila u uslovima rata u okruženju mogla izboriti kakva-takva umjetnička sloboda. Bacanje bunde je omaž Đorđu Marjanoviću, prvoj balkanskoj pop ikoni, koji je u trenucima euforije bacao sako u publiku. *Tresh-glamour* estetika podrazumijeva da se izrazi i stilovi mešaju bez ikakvog reda i logike.

Narativ Kusturičinog film *Crna mačka, beli mačor* smešten je u romski mafijaški milje i prati priču o Romeu i Juliji. Sniman je u romskom ambijentu s naturščicima u glumačkoj podeli, na romskom jeziku. Možemo izvesti delimično poređenje *blaxploitation* filmova s ovim filmom Emira Kusturice, jer kao što u filmovima *blax* i filmovima o crncima iz osamdesetih, pa čak i devedesetih godina, imamo dominantnu ulogu odeće kao afektirajućeg znaka, to možemo uočiti i u filmovima o tzv. Ciganima ili u romskim filmovima. U nastavku teksta objasnićemo i kako.

U knjizi *Potkultura: značenje stila* Dika Hebdiža, britanskog teoretičara medija i sociologa, autor se poziva na značenje koje potkultura artikuliše i definiše kao razliku i drugost kroz recikliranje objekata, kao što je na primer pankerska zihernadla koja može, kada se prilagodi novijem sadržaju, da dobije simboličku dimenziju, koja je izostajala ranije u izvornom pojavljivanju. Na taj način, ukradeni potkulturni znak je otvoren za duplu promenu isto koliko i za to da legitimizuje upotrebu i tajno značenje koje se odnosi na otpor prema poretku. Znaci nisu uvek jasni, ali na nama je da ih artikulisano pročitamo i primenjujemo. U filmu *Crna mačka, beli mačor* približavamo se tzv. crnom identitetu, koji je "oduvek bio empatičnije izražavan od belog identiteta" [Bruzzi, 1997: 103].

Zoot odelo, na primer, bilo je agresivna tvrdnja različitosti, ali i seksualnosti. *Blaxploitation* kostimi, preterani i parodični, mogu biti viđeni i kao kompleksni označitelji, simptomatični u želji da iskažu politički stav kroz ekstremnu vidljivost ubedljivog, narcističkog izgleda [Bruzzi, 1997: 103]. *Zoot* su odela s dugim, često vrećastim, sakoom i pantalonama visokog struka i širokih nogavica koje su se sužavale iznad gležnjeva. Takva odela su obično rađena od skupih materijala, a često su predstavljala standardnu odeću džez muzičara. Zapravo je reč o odeći siromašnijih ljudi, koji su želeli da prikažu uspeh ili uspon na društvenoj lestvici. Uz *zoot* odelo nosio se niži mekani *fedora* šešir, često s perom, zatim kravata ili leptir mašna, bele ili crno-bele cipele. Ovaj stil uveli su crnci (u najvećem broju slučajeva džez muzičari u Harlemu i sličnim centrima), ali i Meksikanci koji su prelazili granicu i odlazili u Južnu Kaliforniju. Mladi crnci i hispano predstavnici, koji su se teško mogli poistovetiti s američkim snom, nosili su *zoot* kako bi istakli svoj identitet i ponos, smatran *ambledom supkulturnog ponosa i pobune* [Polhemus, 1994: 18]. Polhemus smatra da su *zooties* pokretači novog stilskog i potkulturnog identiteta. Poreklo reči *zoot* nije poznato, kao ni njeno značenje, ali izgleda da je u opticaju od 1942. godine, kada ga je upotrebio američki trgovac odećom i vođa džez orkestra Harold Foks (Harold Fox).

Identitet Roma, ili Cigana, Kusturica je vodviljski objasnio delimično i kroz odevanje junaka. Kostim kojim dominira šubara s animal printom incidentan je, afektirajući, narcistički, mačoištički, minira narativ i naglašava pitanje identiteta. Film, takođe, obiluje animal printom u sceni *Pitbull terijer u kolima*. Na taj način je podvučena etno-egzotika i magični realizam, koji je inače svojstven Kusturici [Daković, 2008: 111]. Matko Destanov, sitni švercer, u ovim scenama nosi šubaru s leopard printom, poznatiju kao *pill box hat*.³³ Šubara upućuje na niski *fedora* šešir, kakav se nosio

³³ *Pill Box Hat* je pesma Boba Dilana

uz *zoot* odelo. Ova scena je snimljena kao spot za pesmu *Pitbull terijer* i obiluje referencama iz popularne kulture. Citatnost³⁴ je glavna odlika diskursa popularne kulture.

“Veći deo filma je jedna raspojasana svetkovina” [Gocić, 2010: 202]. Gocić primećuje u svojoj monografiji o Kusturičinom filmskom opusu, *Kult margine*, da u filmu nema traga tugovanju. Romi su (mahom) imućni i gotovo uvek sami sebi dovoljni, razbarušeni u svojoj bezbrižnoj, anarhičnoj zajednici. Gocić, takođe, tvrdi da koncept kiča koji je demonstriran u filmu nema sentimentalnu notu, kao u prva dva Kusturičina filma. Nastavlja idejom da je kič predimenzioniran i grub, ali pre svega zabavan. Film obiluje nadrealističkim scenama pozajmljenim iz šokantne stvarnosti. Ovaj film pripada žanru slepстик komedije, urnebesne vodvilj komedije, ali i romske mitologije. Gocić je ovaj žanr nazavao *ciganskim novim talasom*. Pored *Crne mačke*, *belog mačora*, ovom žanru pripadaju i: *Dom za vešanje* Emira Kusturice (1988), *Ciganska magija* Stoleta Popova (1997), *Gađo Đilo* (1998) Tonija Gatlifa (Tony Gatlif), zatim dokumentarci *Skoro Srbi*³⁵ i *Američki Ciganin* (*American Gypsy: A Stranger in Everybody's Land*, Jasmine Dellal, 1999). Elementi egzotičnog romskog kiča, a to su ujedno i karakteristike životinjske šare, jesu: raspojasanost, eklekticizam, hibridnost. Hibridnost proizilazi iz raskorenjenosti Roma.

Polje balkanizma je osnovni okvir za tumačenje etno-egzotizovanih likova naše medijske scene. Egzotika ističe region kao različiti, neobičan, mističan u poređenju s uobičajenim slikama severnoatlantskog kulturnog prostora [Daković, 2008: 134]. Egzotično se tumači u lokalnim uslovima vrlo kontradiktornim kvalifikacijama, kao što su originalnost, primitivizam, varvarstvo, dionizijski duh, opsesija prošlošću, nerazvijenost, nacionalizam, romansa... Animal print je deo takozvane apsolutne elegancije, o kojoj Kusturica govori kada govori o naturščicima koji njegovim filmovima daju nadrealnu notu [Gocić, 2005: 126], posebno o Zabitu Memedovu koji igra Zarija u *Crnoj mački*, *belom mačoru*.

Vizuelni izgled koji možemo nazvati tipičnim prikazom makroa formira ključnu komponentu *bleksplotejšn* (*blaxploitation*) filmova – najpoznatiji, *Val* (1971) i *Superfly* (Gordon Parks Jr, 1972), koji evidentno uspeavaju da donesu svest o fanku van granica geta. Dok *bela* kultura žudi za prihvatanjem *crnila*, koje sa sobom donosi i fank seksualnost, u ovim filmovima je isti taj izgled

³⁴ Citat Hrvoja Turkovića (1986) govori o filmskom navodu ili citatu kao delu filma koji ponavlja delove ili aspekte nekog drugog iskaza ili upućuje na njega. Vrsta ponovljenog saopštenja, shodno tome, može biti doslovna ili perifrastrična (upućuje na nešto, ne ponavlja doslovce), a prema poreklu može biti autofilmski ili infofilmski (citira slikarstvo, književnost itd). U slučaju perifrastričnih citata često je delikatno razgraničiti ih u odnosu na pastiš, parodiju. Dubravka Oraić-Tolić (1990) u minucioznoj formalnoj analizi citatnosti govori o dva osnovna tipa. Ilustrativna citatnost, inače tipična za srednji vek, u kojoj je tuđi tekst uzor vlastitom tekstu, jeste citatna imitacija, vertikalna i zatvorena forma intertekstualnosti. Iluminativna citatnost – kojoj je motivacija očuđenje i predviđanje – u kojoj tuđi tekst nije uzor vlastitom, koordinirana je, horizontalna i otvorena i dominira megakulturama modernizma i avangarde kao velika citatna polemika i dijalog [Daković, 2008: 87].

³⁵ Više o filmu u studiji Gorana Gocića *Endi Vorhol i strategije popa*, Beograd, Službeni glasnik, 2012.

tipičnog geto makroa teško prihvaćen. Tendencija ka svemu što je nematerijalno, a predstavlja suštinu hipi kulture, teško se mirila sa glorifikacijom umeća duboko ukorenjenog u fanki kulturi. Ipak, fanku je bilo teško odoleti i samo su hipsteri prešli tu rasnu podelu na crnu i belu, te je bela kultura, i svi trendovi koji je prate, jednostavno prigrlila tzv. fanki šik.

Na primeru *dressing down*³⁶, američki novinar Tom Volf (Tom Volfe) ističe da srednja klasa belaca zadržava taj kežual (*casual*), zapušteni izgled, koji postaje svojevrsna uniforma ove kulture. „Možemo ga opisati kao: više Vudstok nego *Superflaj*, radije pohabani teksas nego zmijska koža, VW buba pre nego nabudženi automobil, fanki šik postaje sve više hir među belcima u Njujorku. Los Anđeles i San Francisko propuštaju sve ovo jer *nikoga nije zanimalo da obraća pažnju na to šta crni brat zapravo nosi na ulici*. [Polhemus, 1994: 92].

Verovatno je bilo manje mogućnosti da se ovo dogodi preko Atlantika, u Velikoj Britaniji, gde su, fuzijom postojećih psihodeličnih stilova, energične inovacije koje je doneo fank bile značajne samo kao osnova koja je pružala inspiraciju za novonastali glem³⁷ (*glam*) izgled. I možda, takođe, za intergalaktičko priviđenje zvano Zigi Stardast³⁸, koji je definitivno bio inspiracija američkim crnim fankstersima, s obzirom na činjenicu da su oni uvek u onom svakodnevnom otkrivali kosmičko. Lik Biserke, u tumačenju Hristine Popović, u filmu Srđana Dragojevića *Parada* (2011) stereotipizovani je lik žene s Balkana.

Stereotipi nastaju u procesu selekcije, preuveličavanja i redukcije: oni uzimaju jedan atribut sve dok on ne zaseni druge, a zatim ga isturaju sve dok zvanično ne počnu da simbolizuju tu grupu, sažimajući je u nekoj vrsti kulturne stenografije. Ideološke implikacije stereotipa su očigledne, pošto su grupe koje su najviše podložne stereotipima one sa manje društvene i kulturne moći. Stereotipi postaju ideološki onog momenta kada prestaju da budu prosto metod opisivanja i postaju sredstvo za prenošenje vrednosti. [<http://readgur.com>].

³⁶ Dva su ključna izraza za razumevanje osnovnog kriterijuma podela uličnih stilova XX veka, prema Polhemusu: *dressing up* i *dressing down*. *Dressing up* podrazumeva doterivanje, odevanje za posebnu priliku. Polhemus ovaj fenomen povezuje s uspinjanjem na društvenoj lestvici, odnosno težnjom ka tome. *Dressing down*, naprotiv, povezuje se s namernim smanjivanjem važnosti odeće. Pojedinci koji su tako odeveni svesni su važnosti izgleda vlastite odeće ali se namerno odevaju ispod svojih finansijskih mogućnosti.

³⁷ *Glem* je vrlo artifičijelan modni stil koji se suprotstavio hipi stilu i povratku prirodi, te zanemarivanju važnosti izgleda. Glavne figure u ovom pravcu su Dejvid Bouvi i Mark Bolan (Marc Bolan, vođa sastava *T. Rex*), koji su svojim svetlucavim i futurističkim izgledom dali najveći doprinos subvertiranju inhibirajuće definicije muškosti, te je stil kao takav zašao u sfere androginije. Karakteristike ovog stila su napadna šminka, bojena kosa, glomazne cipele visokih platformi. Zigi Stardast je alter ego Dejvida Bouvia (David Bowie). Postoji istoimena pesma s albuma iz 1972. godine *The Rise and*

³⁸ *Fall of Ziggy Stardust and Spiders from Mars*, kao i dokumentarni i koncertni film *Ziggy Stardust and Spiders from Mars* (1973, D. A. Pennebaker).

Za stereotip, koji se koleba između onoga što je poznato i što se stalno ponavlja, od važnosti je svojstvo ambivalentnosti i odlika fiksiranosti. Ambivalentnost je u funkciji psihičkih i diskurzivnih strategija diskriminacije preko stereotipa kao opštih, poznatih crta i, u isto vreme, empirijski nedokazivih. Stereotipi opstaju na temelju ambivalentnosti i ponovljivosti, ali i primenljivosti u različitim istorijskim okolnostima. Fiksiranost, s jedne strane, obezbeđuje stereotipu trajanje i nepromenljivost, dok, s druge strane, živi na račun nereda, opirući se dokazivanju.

Biserka je etno-egzotizovani ženski lik, mimikričan, jer se prilagođava varijetetima različitih situacija, što bi trebalo da predstavlja suštinu stereotipa balkanske žene. U filmu dominira LGBT diskurs, koji je suprotstavljen nacionalističkom diskursu, a ta dva diskursa dele Srbiju na *prvu* i *drugu*. Lik Biserke pripada trećem prostoru koji pokušava da pomiri suprotstavljene strane.

Filmski su amazonke tematizovane i problematizovane u ostvarenju Želimira Žilnika *Lijepa žene prolaze kroz grad* (1985). Radnja filma smeštena je u budućnost, u 2041. godinu, kada se obeležava sto godina od Narodnooslobodilačke borbe naroda Jugoslavije u Drugom svetskom ratu. U Beogradu žive uglavnom starija lica, vazduh i voda su zagađeni, a većina građana se preselila u okolna naselja. Devojke o kojima je u naslovu reč su amazonke iz svih republika i pokrajina bivše Jugoslavije, koje čekaju na oplodnju jer se to postavlja kao osnova produžetka vrste i opstanka beogradskog društva.

Primer etno-egzotizovanja ženskih likova posredstvom animal printa otkrivamo i u filmu *Gangster te voli*. Dokumentarna drama *Gangster te voli* Nebojše Slijepčevića iz 2013. godine je film o agenciji za sklapanje brakova i upoznavanje u Imotskom u Hrvatskoj. Maja, očajna udavača iz Bugarske, razvedena samohrana majka, zatražila je pomoć bračnog posrednika. Ona je žena koja preuzima stvar u svoje ruke, preduzimljiva, sklona avanturizmu. Uklopljena u narativ jake žene koja vlada situacijom, ne preza pred životnim nedaćama, uz to je šarmantna i egzotična, jer dolazi s drugog govornog područja. U ovoj dokumentarnoj tragikomediji o ljubavnim odnosima u dvadeset prvom veku, Maja kao samohrana majka trogodišnjeg deteta i strankinja, za Gangstera, vlasnika agencije za bračno posredovanje, predstavlja nemoguću misiju u želji da je poveže s hrvatskim neženjama. Hrvatski momci ne žele strankinju i ne žele ženu s detetom. Njen slučaj razotkriva tragičnu apsurdnost patrijarhalnih muškaraca u modernom društvu: jako su usamljeni, a vlastite predrasude onemogućavaju im da se promene i ostvare ono što najviše žele.

U okvirima stilske paradigme egzotizacije i sagledavanja fenomena animal printa kroz diskurse egzotike razmatramo i fenomen *blaxploitation clothes* ili odeće crne eksploatacije. Termin *blaxploitation* pripada etničkom podžanru *filma eksploatacije*. On se pojavio u SAD početkom sedamdesetih godina dvadesetog veka. *Blaxploitation* filmovi su izvorno napravljeni posebno za urbanu crnu publiku, ali i žanr i publika ubrzo su se proširili i po rasnoj i po nacionalnoj osnovi.

Glava losanđeleskog udruženja NAACP³⁹¹ i bivši filmski publicista Junius Griffin skovao je pojam, koji predstavlja kovanicu od reči *crno* i *eksploatacija*. *Blaxploitation* filmovi su bili prvi koji su obavezno imali *soundtrack* s fank i soul muzikom iz svih crnih izvora. Među glavnim filmovima ovog žanra su *Shaft* i *Superfly*. Sledeće pojavljivanje crnog filma smešteno je u kasne osamdesete, kada je Spajk Li (Spike Lee) u većem stepenu uticao sa svojim debitantskim ostvarenjem, *She's Gotta Have It*. Novi filmski talas bio je realističniji, analitičniji i političniji, čak i samokritičniji nego što su to bili *blax* filmovi. Slavljenje crnog mačizma i mnogo prisutnije tenzije unutar zajednice još su neke od bitnih karakteristika filmova o *crncima*.

Ako se na trenutak vratimo filmu Rajka Grlića, Štefica Cvek je mlada daktilografkinja koja živi s tetkom iz Bosanske Krupe. Ona se u jednom životnom trenutku, u slobodno vreme čitajući *Gospođu Bovari* Gistava Flobera (Gustav Flaubert), intenzivno bavi pronalaženjem Gospodina Pravog. Likovi koje na tom putu romanse i flerta susreće su karikaturalni, jednodimenzionalni tipovi: Šofer, Trokrilni i Intelektualac. Šofer je šablonska ličnost, a tumači ga Predrag Miki Manojlović. Intelektualca tumači Rade Šerbedžija i takođe je stereotipno prikazan kao ljubavnik koji recituje Matoša. Stereotip ljubavnog romana, trivije, osnova je za postmodernističko građenje narativa. Kroz paradigmu egzotike razmatramo lik Trokrilnog, koji se po svim kriterijumima uklapa u okvire ovog pojma. Tako, animal print nudi zamišljeno prelaženje prepreka etničkih i rasnih razlika. Otvara se široko polje zamagljivanja seksualnih granica, a takva mogućnost koju nam nudi upravo egzotika, odnosno etno-egzotika, utemeljena je u realnosti, pa se animal print javlja kao svedočanstvo ovakvih situacija. Bata Živojinović u Grličevom filmu kroz lik Trokrilnog, u gaćama s leopard printom, nudi pogled u egzotiku koja je povezana s njegovim etnosom i izgovara legendarnu rečenicu: *Karaću te, karaću te dva sata! Ma kakvi! Karaću te celu noć, takvi smo mi Srbi*.

Likovi u trivijalnim romanima teže nekoj vrsti junaštva. U potrazi su za idealnim brakom, bogatstvom, mrze dosadu svakodnevnog života, te možemo reći da je roman trivije, kao i film trivije, zapravo, utopijski tekst. "Štefica u filmu čita *Madam Bovari* i na taj način mi posmatramo lik Eme Bovari koja je u svetskoj književnosti najpoznatiji lik egzistencijalne potrage za ljubavlju" [Svetec, 2006: 3].

Interesantna je činjenica da na filmskom plakatu Grličevog filma vidimo samo Trokrilnog, koji, iako stereotipiziran i iskarikiran, predstavlja dominaciju nad preostalom dvojicom likova u trci za

³⁹ *National Association for the Advancement of Colored People* (*Nacionalna asocijacija za unapređenje ljudi druge boje kože*) osnovana je 1909.godine. Misija asocijacije je obezbeđivanje političke, obrazovne, društvene i ekonomske jednakosti u pravima svih osoba kako bi se eliminisala rasno zasnovana diskriminacija. Broji više od pola miliona članova u SAD-u.

osvajanjem Štefičinog srca. Tome doprinosi i činjenica da je Bata Živojinović bio jedan od najpopularnijih glumaca bivše Jugoslavije i da je predstavljao stereotip mačo Srbina. Intertekstualni stereotipni narativ prelazi u sferu realnog i tako komunicira s kanalima distribucije: roman – film, film – publika, lik – ličnost, pop-kultura – folk. “Bilo je važno, a kako ćemo posle videti, i danas je, ponuditi potrošačima nešto egzotično, senzualno i grešno, nešto što bi se dopalo njihovoj tamnoj strani ličnosti” [Gandl, Kasteli, 2007: 128].

Bojan Žikić u *Novoj srpskoj antropologiji* ističe, govoreći o filmu *Srpski film* (Srđan Spasojević, 2010), sklonosti ka etno-kulturnom preterivanju i mitu o obdarenim, uvek spremnim, velikim ljubavnicima, kao posebnosti među elementima etno-kulturne mitomanije. Srpska posebnost podrazumeva sociokulturnu i biofizičku predodređenost za jedinstvenost o kojoj govorimo. Etno-kulturno preterivanje zasniva se na neobjektivnosti, nekritičnosti, nereálnosti, koje se ogledaju u nemogućnosti sagledavanja sopstvene sociokulturne pozicije u svetu, a nekritičnost u odsustvu procene sopstvenih vrednosti. Šara leoparda na gaćama Trokrilnog znak je etno-kulturnog preterivanja, simbol mita o velikim ljubavnicima, uvek spremnim, i znak je posebnosti etno-kulturne mitomanije u okvirima paradigme egzotizacije.

Nikola Kojo u ulozi Nikole u filmu *Mi nismo anđeli 1*, gde tumači upravo lik antijunaka koji je veliki zavodnik, nosi jaknu sa *bull* printom. Sličan narativ pokušavao je da ponudi i Milić Vukašinović. Lik kauboja je antijunak, buntovnik, koji se suprotstavlja vladajućim vrednostima, brutalan i ciničan. Učesnik rijalitija Gogo Base, Milić Vukašinović i fiktivni junak filma *Mi nismo anđeli 1*, Nikola imaju sve ove osobine.

6.2. TV Serije i animal print

Hrvatski filmski kritičar, scenarista i reditelj, Vicko Raspor je rekao da “danas film u mnogo većim razmerama vrši onu ulogu koju su nekada imala antička pozorišta, srednjovekovne katedrale i narodne pesme” [Raspor u Đerić, 2009: 83]. TV serije predstavljaju još sugestivnije audio-vizuelno sredstvo izražavanja i distribucije popularnog sadržaja od filmova.

Žan-Pjer Eskenazi (Jean-Pierre Esquenazi), francuski profesor Estetike filma, u knjizi *Televizijske serije* piše da je terminologija kojom bi se moglo raspravljati o serijama manjkava i da njemu uvek nedostaju reči kada o njima piše, ali da postoji izraz *télé-spectature* (čitanje televizijskog teksta), koji je preuzeo od pojedinih kanadskih autora, kao i engleska reč *mediacy* (medijska pismenost). Eskenazi kao glavnu odliku TV serija navodi usredsređenost na intimno. Intimno definiše, preuzimajući Eliasa, kao “stalni rad na usaglašavanju javne slike i doslednosti sebi” [Elias, 1991:

61]. Još jedna bitna odrednica koju Ekenazi navodi jeste da serije svoje uporište nalaze u popularnoj književnosti.

U *Smogovcima u domovinskom ratu*, nastavku kultne TV serije (za decu) *Smogovci* na zagrebačkoj televiziji, u uvodnoj špici, u kojoj se junaci kreću u uniformama po dubini kadra, u ritmu prepoznatljive numere slavnog vesterna *Sedmorica veličanstvenih* Džona Stardžesa (*The Magnificent Seven*, John Sturges, 1960), Ksenija Pajić u ulozi Nine nosi jaknu-mantil s leopard printom visokog sjaja. Ona je supruga Džeka, lokalnog lopova, koji za vreme rata postaje ratni profiter. Nina, iz dobrostojeće zagrebačke porodice, iako poseduje kuću s bazenom i velepnim pogledom, kao i luksuzni automobil, odmah na početku rata odlazi s majkom u udruženje *Karitas* (*Caritas*) da traži odeću. Službenica *Karitasa*, inače njena poznanica, kaže da ta odeća nije za njih već za prognanike, a Nina odgovara: “Mene fur proganja kaj bum sutra oblekla.“ Animal print se ovde nalazi u svojstvu subverzivnog klizećeg signala, znaka, koji treba da nas osvesti da je rat – pljačka; a Nina, njena porodica i Džek većinski su predstavnici ratno-profiterskog mentaliteta koji hara. Tome u prilog ide i epizoda iz istog serijala pod nazivom *Vlasta na potezu*, u kojoj Džek⁴⁰ ima krzneni okovratnik s leopard printom i po povratku s ratišta ljutito relativizuje nacionalni interes, izjednačujući porodicu Vravec sa četnicima, jer su im i jedni i drugi uzeli sve.

U epizodi pod nazivom *Povratak Flek Old Boj* objašnjava članovima porodice suštinu finansijskog inženjeringa. Nina tom prilikom obaveštava ostale da više nemaju perja i da se novac koji su zaradili na prodaji oružja istopio, a kostim joj je u tom trenutku prsluk s leopard printom. Džek je teši, govoreći da će doći UNPROFOR s kojim će sarađivati. U epizodi *Uzbuna* subverzivnom narativu doprinosi i prepoznatljiva melodija iz popularne serije *Dinastija*⁴¹ u scenama u kojima Crni Džek, Nina i Flek trguju oružjem i sušenim mesom. U epizodi se preispituju tržišni potencijali rata, kao i mogućnost manipulacije humanitarnom pomoći u odeći. Ovde odeća, kao roba koja ima svoju nominalnu i materijalnu, ali i simboličku, vrednost menja status, prelazeći iz *druge ruke* u status *vintidža* (*vintage*), što je karakteristično za modni mehanizam gde se nešto što je novo odmah pretvara u staro, a staro je unapred novo u *vintidž* maniru.

Avanture *Smogovaca* u pet knjiga je opisao književnik Hrvoje Hitrec, koji je i autor scenarija za seriju. Na ideju da se napravi serija prema njegovoj knjizi došao je 1981. godine tadašnji urednik *Programa za djecu i mlade* Pajo Kanižaj. Ukupno je, u razmacima od nekoliko godina, snimljeno trideset osam epizoda u šest sezona. Epizode od prve do trideset prve snimljene su između 1981.

⁴⁰Crni Džek po zanimanju je lopov, a najviše voli da nosi crne kožne jakne, koje su u početku bile pankerske i rokerske, a kasnije zadobijaju umereniju formu. Njegov san je mafijaška karijera. Život mu se pomalo menja kad upozna Ninu i njenu mamu, međutim i one imaju slične interese.

⁴¹ U knjizi *Prozreti devedesete* Džej Fojer navodi da je TV serija *Dinastija* bila za pojedine pripadnike homoseksualne zajednice apoteoza *kemp* estetike travestije do te mere da je za urbane gej supkulture imala funkciju rituala, a ne teksta (Eskenazi, 2013: 30).

i1991. godine, dok je posljednjih sedam, napravljenih takođe prema Hitrecovoj knjizi *Smogovci u Domovinskom ratu*, snimano do sredine devedesetih godina.

U hrvatskoj seriji *Odmori se, zaslužio si* (prema ideji Snježane i Gorana Tribusona) pratimo život porodice Kosmički, koja ima pet članova, tu su roditelji i troje dece. Među decom je i Neno Kosmički, koji je studirao glumu i voditelj je dečjih emisija na TV programu. Hipohondar je i u jednoj od epizoda pomoć mu nudi medicinska sestra, koja mašta i o razvijanju romanse s Nenom. Ustaljeni ritam Nene Kosmičkog uzdrman je i medicinska sestra u svom prepoznatljivom mantilu sa zebra printom biva metamorfozirana, pa od stereotipa o medicinskim sestrama dolazimo do suštine medicinskog radnika – brige o drugome, jer za hipohondriju nema leka osim ljubavi i strpljenja. Animal print je znak za nešto čega nema, a moglo bi da ponudi potpuno novi zaplet.

Postoje brojni stereotipi o medicinskim sestrama. Dženet Maf (Janet Muff), autorka knjige *Socialization, Sexism and Stereotyping: Women's Issues in Nursing* (1982) ističe šest glavnih stereotipa o medicinskim sestrama: anđeo milosrđa, lekareva služavka, duh u belom, seks simbol, goropadnica i mučiteljica. "Ukoliko medicinske sestre misle da su medijski izveštaji i priče o sestrinstvu netačne ili neprikladne tada medijima treba da ponude alternativu" [Darbyshire & Gordon, 2005: 65]. Ovde se smenjuje zoomorfozirana predstava o zebrama koje, prema posmatranju zebrinih šara doktora Haua, predstavljaju optički fenomen zavaravanja protivnika, koji gledajući u šare ne može da predvidi kretanje zebre i tako joj ne predstavlja pretnju, što utiče na shvatanje simbolike zebrine šare kao kempa. Na taj način, medicinska sestra postaje destabilizujuća figura koja narušava postojeći poredak nepredvidljivošću svoje simbolike.

Već u prvoj epizodi TV serije *Bolji život*⁴² susrećemo se s animal printom u scenama prvog ročišta brakorazvodne parnice između Dragiše Popadića (Gige Moravca) i Emilije Konstantinović, udate Popadić. Ona tom prilikom nosi haljinu s animal printom, na kopčanje, s pojasom. Ovakva njena pojava, kao i rečenice koje pritom izgovara, predstavljaju paradigmu cele serije, jednako koliko i života u tadašnjoj Jugoslaviji. Ona odgovara na pitanje sudije zašto je nezadovoljna i šta je očekivala od partnera: "Očekivala sam malo bolji život." Emilija (u tumačenju Svetlane Bojković) ovde predstavlja heroinu narativa glamura, onako kako je doživljen u američkom holivudskom filmu, adaptiran na real-socijalizam, preveden u realitet svakodnevnog života tadašnje

⁴² *Bolji život* je jugoslovenska televizijska serija ogromne gledanosti, snimljena u produkciji Televizije Beograd. Serija ima 82 epizode, kao i novogodišnji specijal. Premijerno je emitovana od 1987. do 1991, a kasnije je doživela brojne reprize. Scenario je napisao Siniša Pavić. U prvom ciklusu (1987-1988) snimljeno je 47 epizoda. Režiju su potpisala trojica reditelja. U radu na prvih 25 epizoda saradivali su Aleksandar Đorđević i Mihailo Vukobratović, a na 22 ostale epizode Vukobratović i Andrija Đukić. Drugi ciklus počeo je istoimenim celovečernjim filmom snimljenim 1989, koji je, kao i svih 35 epizoda drugog ciklusa (snimanog 1990), režirao Vukobratović. U glavnoj ulozi je petočlana beogradska porodica Popadić (muž, žena, dva sina i kćerka). Oni se suočavaju sa svakodnevnim problemima u društvu. U ulozi glavnog junaka, Dragiše Popadića, glave porodice Popadić, je Marko Nikolić. Njegovu suprugu Emiliju glumi Svetlana Bojković, starijeg sina Šašu Boris Komnenić, mlađeg Bobu Dragan Bjelogrić, a kćerku Violetu Lidija Vukićević.

Jugoslovenke. Dajerov glamur, obogaćen seksipilom, nudi mogućnost rušenja temelja društva, pa i porodice, ukoliko u njoj, kako kaže sudija ove brakorazvodne parnice, nema topline doma. *Animal print* nam nudi višestruka čitanja. Emilija na sudijino pitanje - Šta vi podrazumevate pod terminom *bolji život?*, odgovara - Ako ni sud više ne zna šta je bolje, a šta gore, onda ja ni pod ovim krovom nemam šta da tražim.

Kako smo vremenom uvideli, ova serija je našla svoje mesto između saponice i sitkoma. Istu haljinu kakvu je imala u sudu Emilija nosi u susretu s razrednim starešinom i profesorom matematike svog mlađeg sina Slobodana. Oni se susreću u kafiću. Ovaj susret obeležava njihov prvi u nizu susreta koji se odvijaju pod maskom brige za Slobodana, a predstavljajući dinamiku njihovog odnosa kroz niz epizoda. U scenama Trifoovog filma *Nežna koža (La peau douce, 1964, François Truffaut)* ljubavnici se sastaju u kafe-restoranu, gde ljubavnica objašnjava da su žene koje nose ovakvu životinjsku šaru one koje vole ljubav. Scena u kojoj se Emilija Popadić susreće s profesorom matematike referenca je na Trifoov film, koji govori o emocionalnoj anksioznosti i mahinacijama neverstva, kao i o preispitivanjima vrednosti braka.

Sledeći primer je serija *Vratiće se rode*⁴³. Unutrašnjost automobila jednog od junaka, Duleta Pacova, zapravo je dnevni boravak, dnevna soba, prostor u kojem Dule provodi dan, prima goste i poslovne klijente. Njegov automobil koji ima presvlake s gepard printom referenca je na nekoliko tipskih junaka sličnog narativa. Pre svega, na *Lice s ožiljkom (Scarface, Brian de Palma, 1983)*, koji prati uspon kubanskog migranta Tonija Montane, koji dolazi na Floridu kako bi radio na narko-tržištu. Dule Pacov (kojeg igra Srđan Žika Todorović) lokalni je diler droge i umetnina, koji učestvuje i u građevinskim malverzacijama. On je nomad, raskorenjenih moralnih uporišta, poput Tonija Montane, migranta s Kube. Dule Pacov je bivši štićenik Doma za nezbrinutu decu. Automobil je njegov dom, a presvlake s animal printom simbolišu toplinu tog doma.

Mark Ože je definisao pojam nemesta, između ostalog, kao prolazni prostor kojim se krećemo u saobraćaju, a tako definiše i sama saobraćajna sredstva. Nemesta su sva ona mesta koja su, pre svega, prolazna i proizvod su nadmodernog doba, a obeležavaju prostore stvorene radi određenih ciljeva i odnos ljudi prema njima. Nemesta su i automobili Duleta Pacova i Tonija Montane, a animal print je znak pripadanja i, prema Relfu, znak insajderstva. Kategorizacija na egzistencijalno insajderstvo podrazumeva nekoliko potkategorija: egzistencijalno, indirektno, bihevioralno, empatijsko. "Bihevioralno insajderstvo je bivanje u mestu i njegovo percipiranje kao skupa objekata i ponašanja" [Dinić Miljković, 2016: 22].

⁴³ *Vratiće se rode* je srpska televizijska serija, snimljena 2007. u koprodukciji *Kobrafilma, Adrenalina* i televizije B92. Scenario su napisali Nikola Pejaković i Ranko Božić, a režirao je Goran Gajić. Serija ima 25 epizoda u trajanju od po 45 minuta, koje su premijerno emitovane u periodu od 9. 11. 2007. do 6. 6. 2008. U odnosu na dotadašnje srpske serije, drugačija je po obimu, broju glumaca i tehnicima snimanja. Serija je snimana na lokacijama u Beogradu i u banatskom selu Baranda.

Egzistencijalno insajderstvo je najdublje suštinsko pripadanje mestu i identifikacija s njim, gde mesto postaje neodvojivi deo identiteta pojedinca. U slučaju Duleta Pacova animal print je znak suštinskog, najdubljeg pripadanja nemestu njegovog automobila kao jedinog suštinskog mesta kome pripada vozeći se nemestima. Ukoliko posmatramo ambijent automobila kao narativni prostor, animal print je znak egzistencijalnog insajderstva u nemestu. Ukoliko, pak, automobil posmatramo kao sastavni deo kibernetičkog organizma, gde je Dule Pacov srastao s automobilom, a presvlaka sedišta spada u okvire koncepta druge kože, možemo tumačiti ovde prisutan animal print i teorijom o kiborgu. U tom slučaju presvlake s leopard printom su u okvirima telesnog i reprezentacije telesnosti, kao što smo imali priliku da vidimo u filmu *Sudar* (*Crash*, David Cronenberg, 1996) ili u filmu *Savetnik* (*The Counselor*, Ridley Scott, 2013).

Mark Ože piše o paradoksu nemesta koji podrazumeva da i pored toga što se može nalaziti na nepoznatom terenu, korisnik nemesta prepoznaje funkciju koju mu nemesto dodeljuje i oseća se sigurno [Dinić Miljković, 2016: 24]. Paradoksalno, Dule Pacov u TV seriji *Vratiće se rode*, iako egzistencijalno nepripadajući igde, suštinski je insajder prevoznog sredstva koje mu pruža utočište. Nemesto je, prema Ožeu, sudbina sveta. Dule Pacov od nemesta pravi dom uvodeći u njega presvlake s animal printom. On deli sudbinu sveta koja je beskućnička, obezdomljena, u ćebet (s animal printom). Ćebe je jasna asocijacija na deo asortimana prve pomoći koju pružaju organizacije koje brinu o migrantima. Pored paketa hrane, vode i sredstava za higijenu, dobija se i ćebe. Mark Ože opisuje antropološko mesto kao “prostor ili mesto gde domoroci žive i rade, mesto koje brane i utvrđuju, mesto čije granice nadziru i na čijoj teritoriji otkrivaju tragove podzemnih ili nebeskih sila, tragove predaka ili duhova što nastanjuju i animiraju datu geografiju” [Ože, 2005: 43]. Narativni prostor Duleta Pacova u automobilu je antropološko mesto – nemesto. Antropološko mesto označava granicu između divlje i kultivisane prirode. Dule Pacov uvodi inverziju, izvrće raspodelu uvodeći animal print u kultivisani deo, pri čemu kultivisano postaje divlje, a divlje kultivisano.

Prema Marku Ožeu, sva antropološka mesta imaju tri svojstva: identitetsko, istorijsko i relaciono. Francuski filozof Luj Maren (Louis Marin) pozajmljuje aristotelovsku definiciju mesta: “Osnovna i nepokretna površina jednog tela koje okružuje neko drugo; jasnije rečeno, prostor u kojem se nalazi neko drugo telo” [Ože, 2005: 53]. Ovde se nadovezujemo na teorije reprezentacije tela i telesnosti jer teorija prostora zapravo je teorija tela u proširenom smislu, predstavlja okvire tela. Iskustveni intenzitet Duleta Pacova oličen je u velikim performativnim sposobnostima. Znak tog iskustvenog intenziteta je animal print. Mark Ože piše da iskustva nemesta danas predstavljaju glavnu komponentu društvenog života.

Ćebe kao metafora javlja se i u seriji *Smogovci*. U epizodi *Kviskoteka* jedan od likova, Nosonja učestvuje u popularnom jugoslovenskom kvizu, koji je vodio Oliver Mlakar, tadašnji sinonim za učtivost, šarm, jasnu dikciju i elokvenciju. U ambijentu toplog doma, kviz prate i navijaju Nosonjina supruga, Mira (Mira Furlan) i sin Dado, koji je tom prilikom pokriven ćebetom sa šarom leoparda. Nosonju je Oliver Mlakar najavio kao Nosonju iz Naselka.⁴⁴ To je, ujedno, i priča o većini sličnih perifernih naselja u većim gradovima. Ta perifernost, marginalost, prikazana je, između ostalog, dizajnom unutrašnjosti domova kako porodice Vravec, koja je centralna u seriji, tako i pratećih porodica, kao što je porodica Nosonje. Za Edvarda Relfa, kao što je već bilo reči ranije, termini insajderstva i autsajderstva su ključni kada govorimo o odnosu pojedinca i mesta. Pogled spolja govori o distanciranom pogledu putnika [Dinić Miljković, 2016: 23]. Autsajderstvo se može posmatrati kao egzistencijalna pozicija koja podrazumeva nepripadanje mestu, “površne karakteristike koje ga čine pukim dekorom u okviru kog se određena aktivnost odvija” [Dinić Miljković, 2016: 23]. Ovde animal print na ćebet u stanu na periferiji Zagreba možemo posmatrati kao znak egzistencijalnog autsajderstva. Animal print kao puki dekor znak je i jedne od preostalih kategorija Relfovog autsajderstva u pogledu odnosa pojedinca prema mestu, a to je objektivno autsajderstvo koje podrazumeva svesno zauzimanje stava koji je distanciran prema mestu i njegovo konstatovanje kao lokacije za koju se određena aktivnost vezuje. Objektivno autsajderstvo u slučaju *Smogovaca* podrazumevalo bi Hrvoja Hitreca, koji je objektivno distanciran kao scenarista, a egzistencijalno autsajderstvo bi bilo autsajderstvo likova porodice Nosonje.

Iako izvorno pripada kategoriji filma, *Ustav Republike Hrvatske* već smo razmatrali u okvirima kemp estetske paradigme, kada smo govorili o liku Vjeke Kralja, transvestita. Ovde želimo da naglasimo aspekt koji se tiče narativnog prostora i ćebeta s animal printom u sobi bračnog para policajca i medicinske sestre, Kraljevih komšija. Oni žive skromno i jednostavno i pripadaju izvesnom hrvatskom pastoralnom miljeu. O tome svedoči njihova dnevna soba, koja je po potrebi i spavaća, a prekrivena je ćebetom sa slikom srna i jelena u šumi. Na zidu je reprodukcija prepoznatljive slike makova, čestog motiva u prigradskim stanovima ovog tipa. *Flower print* pojačava životinjski element, stapajući se u rajski sindrom i želju za miroljubivom koegzistencijom sa životinjama i biljkama, a metaforički – sa svim nacijama i narodima. Ćebe s animal printom ovde predstavlja znak egzistencijalnog autsajderstva, kao i u prethodnim primerima. Policajac je Srbin, nacionalna manjina u Hrvatskoj, a medicinska sestra je u bračnoj zajednici s pripadnikom nacionalne manjine, s kojim deli egzistencijalno autsajderstvo i suštinsko nepripadanje. Srbin u policiji Republike Hrvatske površna je i puka dekoracija, što je, po mišljenju Relfa, ekvivalentno definiciji egzistencijalnog autsajderstva.

⁴⁶ ⁴⁴ Naselak je periferija Zagreba, tako nazvana u knjizi Hrvoja Hitreca, po kojoj je i nastala istoimena serija. Stvarno ime naselja je Peščenica, a ona je puna krivudavih puteljaka i kuća koje nisu u skladu s urbanističkim planovima.
Postoji i jedan soliet koji se naziva Neboder i ima devet spratova.

Hrvatska produkcijska kuća *Ava* snimila je prvu hrvatsku telenovelu⁴⁵ *Villa Maria (Villa Maria)*, koju su, uz meksičku rediteljku, režirali Stanko Crnobrnja, Roman Majetić i Robert Naprta. Pored ove telenovele, ista produkcija snimila je i *Ljubav u zaleđu* i *Obične ljude*. Ova produkcijska kuća okupila je prvi put nakon raspada Jugoslavije multinacionalnu autorsku ekipu i snimala telenovele za ex-Yu tržište. Srpska TV Pink, iako nije bila producent, postala je vlasnik celokupnog snimljenog materijala.

Villa Maria scenografski obiluje animal printom u ambijentima društvenih delatnosti i provođenja slobodnog vremena, što upućuje na mimikričnost, promiskuitet i ostale oblike emocionalne anksioznosti, nasuprot ambijentima porodičnih domova i poslovnog okruženja koji su u pastelnim tonovima, jednoličnije scenografski prikazani.

Telenovela *Ljubav u zaleđu* je porodična saga koja se odvija u prepoznatljivoj urbanoj sredini grada Zagreba. Hrvatska telenovela, snimana tokom 2005. i 2006. godine, obiluje animal printom u scenama ambijenta narativa. Na fotografiji ćemo videti dom porodice Cukić, Vlade i Gordane Goge Cukić. Vlado Cukić je bivši fudbaler i sadašnji fudbalski trener. Njihov sin Ognjen je fudbaler. Pratimo porodične priče četvorice mladića iz predgrađa koji su odrasli uz fudbal; dvojica od njih napravili su profesionalne karijere, jedan je završio kao uspešan trener, a četvrti je u menadžerskim vodama. U mladosti, na vrhuncu karijere, dogodila se tragedija u kojoj je jedan od mladića izgubio život, a ostali su potom otišli na različite strane. Narativ serije, zapravo, započinje dvadeset pet godina kasnije, kada su svi ponovo u Zagrebu. Glavna priča se odvija između dvoje mladih, fudbalera Marka Marušića i slikarke Nine Radić, čiji je prvi susret rezultirao svađom. Nina Radić dolazi iz imućnije porodice, ćerka je preduzetnika i glavne urednice tabloidnog časopisa *Stars*. Distancirana od svoje porodice, živi u malom stanu sa svojim dečkom, DJ-em, Teom. Marko Marušić je poznati fudbaler zagrebačkog fudbalskog kluba, čija je devojka manekenka i trendsetterka, umišljena Maja Župan.

Animal print u ambijentima narativa je scenografski dodatak karakterizaciji likova, analogno kostimu koji predstavlja *vrstu objektivnog korelativa* [Tomas Stern Eliot u Daković, 1994: 164]. Čebe je zamenjeno jastucima. Daković u knjizi *Melodrama nije žanr: (holivudska melodrama 1940-1960)* piše o nasleđu nemog filma i odstupanju od realnosti tako što se kroz kodifikaciju u

⁴⁵ Telenovela (šp. *telenovela* znači *teleroman*, port. *novela*, u pojedinim državama i *teleseria*) specijalizovana je forma televizijske serije koja potiče iz Latinske Amerike. Od sedamdesetih godina XX veka postala je popularna i u drugim delovima sveta – posebno u Istočnoj Evropi, na Balkanu, u Severnoj Africi, Kini i Americi. Često se mešaju termini *telenovela* i *sapunica*, iako se zapravo radi o dvama različitim žanrovima. Kod telenovela se, kao i kod sapunica, dnevno emituje jedna epizoda. Takođe se koristi koncept *kliffhenger* (cliffhanger), po kome se epizode obično završavaju dramatičnim događajem, čiji ishod ostaje nejasan, što služi tome da se gledaoci motivišu da i sledećeg dana gledaju. Za razliku od sapunice, telenovela ima definisan kraj, obično traje između četiri meseca i godinu dana (80-250 epizoda), zavisno od radnje i uspeha kod publike.

službi karakterizacije poštuje stilsko jedinstvo. Daković ističe činjenicu da je načelo *odeća čini čoveka* [Daković, 1994: 164], u ovom radu primenjeno i na ambijent narativa, prisutnije nego u literaturi jer detalji kostimografije i scenografije precizno smeštaju likove u psihološke i društvene okvire. U slučaju porodice Cukić, animal print smešta ovu porodicu u kontekst uspona u društvu, u ambijent *novog novca*⁴⁶ (stečenog u fudbalskim transferima), pomodnog preljubništva i emocionalne anksioznosti Goge Cukić.

Hrvatska TV serija *Novine*, kroz lik Kardumove supruge, koji tumači Sandra Tankosić Lončarić, problematizuje feministički osvrt na položaj žena u svetu visoke politike i biznisa. Animal print na njenoj bundi feministička je interpretacija teorija Andree Dvorkin, o ženi kao objektu, kao i Done Harave o kiborgu. Ona je objekat muške eksploatacije u igri žrtva – progonitelj. Animal print istovremeno svedoči i o prostituciji *na visokoj nozi*, budući da je ona prethodno bila u vezi s političarem koji se kandiduje za predsednika države.

⁴⁶ Termin objašnjen tekstem Mihe Colnera, istoričara umetnosti, koji govori o radu Mihaila Vasiljevića povodom istoimene izložbe. Link s tekstem <http://mihailovasiljevic.com/raslojavanje-miha-colner/>

6.3. Popularna kultura i animal print

Posredstvom ove kategorije problematizujemo primere animal printa unutar određenih supkulturnih pravaca: pop i *world* muzike, *surf* muzike, rok muzike, neoromantizma, pank a i ostalih supkulturnih pravaca.

Pripadajući paradigmi egzotizacije, Olivera Katarina Vučo na omotu za singl ploču *Himna čoveku* u haljini s tigar printom stoji bosa na zemlji na nekom sporednom putu, usred nekakvog prirodnog okruženja, a sve treba da podseća na scenografiju površine Meseca, budući da je singl i snimljen u čast iskrcavanja na Mesec. Dominira njen zagonetni pogled i egzotični izgled. Ona je i pojavom i glasom, ali i opusom, izvodeći numere *world* muzike, trebalo da predstavlja otelotvorenje egzotičnih diva muzičke scene s ovih prostora, što je ona svakako i bila. Olivera Vučo, animalizovana i naturalizovana, simboliše izvozni proizvod. Ovde možemo da uočimo dijalog s odnosom Holivuda prema Avi Gardner, koju su nazivali najlepšom životinjom unutar filmske produkcije.

U okvirima stilske paradigme egzotizacije i sagledavanja fenomena animal printa kroz diskurse egzotike, razmatramo fenomen *surfa*. Sledeći primer pripada surf muzici ili surf-roku (*surf rock*), podžanru rok muzike koji je povezan s kulturom surfa⁴⁷⁹. Kultura surfera, jahača talasa, začeta je na američkoj Zapadnoj obali i na Havajima u ranim pedesetim godinama dvadesetog veka. Ova kultura u sebi sukobljava dva protivrečna životna stila: kulturu slobodnog vremena ili duh doba slobodnog vremena (*leisure age*), a s druge strane - pretvaranje sporta u način života i napuštanje redovnog posla da bi se surfovalo na talasima. "Reč je o svesnom i namernom udaljavanju od matice društva i život uz moto *Life is a Beach* [Polhemus, 1994. 49]. Potraga za autentičnim stilom života u ovoj grupi se izražavala željom za životom u saglasnosti s prirodom, što je generisano karakterističnim čekanjem prvog talasa i opštom ležernošću. Odevanje je opuštено, ležerno, široko, živih boja i dezena, uz preplanulost od sunca, bosc noge ili minimalne sandale. Uz ovakvo odevanje karakteristična je i iskrena borba i zainteresovanost ovih ljudi za probleme životne sredine. Ekološka svest je kod ove grupe ljudi visoka. Na kulturni životni stil surfera širokoj američkoj javnosti pažnju su skrenuli pop muzičari i filmovi s kraja pedesetih i iz ranih šesdesetih godina, ističe Polhemus. Lada Furlan Zaborac, bas gitaristkinja surf benda *Bambi Molesters* iz Siska, karakteristična je po čestoju upotrebi jaguar, gepard i tigar printa na kaišu gitare, ali i po nastupima

⁴⁷⁹ Poreklo surfa možemo potražiti u Južnoj Kaliforniji. Surf je bio posebno popularan od 1962. do 1964. u dva glavna oblika [Bler, 2015: 14]. Prvi je instrumentalni surf, koji odlikuju električne gitare čiji je zadatak da dočaraju zvuk udaranja talasa, koji su uglavnom razvili Dik Dejl (Dick Dale) i Del Tons (Del-Tones). Drugi je vokalni surf, koji je izvorni surf zvuk s dodatkom vokalne harmonije, potpomognute osnovnim ritmovima Čaka Berija (Chuck Berry), pokret na čijem je čelu s bendom *Bič Bojz* (*Beach Boys*) Dik Dejl razvio surf zvuk iz instrumentalnog roka, čemu je dodao uticaje Bliskog Istoka i meksičke muzike. Njegov regionalni hit *Let's Go Trippin* (1961) pokrenuo je surf muziku.

koji u vizuelnom smislu obiluju animal printom, o čemu svedoči plakat Igora Hofbauera na kojem vidimo devojkicu ogrnutu kaputom s leopard printom, koja se udaljava s mesta nesreće na kojem je u plamenu zahvaćen automobil, a ona se kreće po nekakvom zemljištu, podu, podijumu koji je ukrašen tigrastom šarom. Slične vizualije uočavamo i u spotu za numeru *Bikini Machines*, koji je režirao Vjeran Pavlica. Spot je omaž celokupnom imaganarijumu grupe *Kremps*⁴⁸ (*The Cramps*) i nalazi se u vizuelnom smislu na preseku između spotova za pesmu *Bikini Girls With Machine Guns* i *Like A Bad Girl Should*. Pojzon Ajvi (Poison Ivy) u ovom bendu je svirala električnu i bas gitaru i u nastupima je gotovo uvek imala odevne predmete s animal printom, a bila je prepoznatljiva i po kaišu za gitaru s tom šarom. Pored nje, animal print na kaišu gitare često su nosily Prince (Prince), Džimi Hendriks (Jimi Hendrix) i Džo Stramer (Joe Strummer).

Imaganarijum rokabili-pank sastava, a melodijski surf zvuk, govori u prilog poroznosti granica među supkulturnim determinantama i razmatranju animal printa kao fluidnog konteksta svih glamur estetika prošlog veka, jer je za *Bambi Molesters*, zapravo, katakterističan futuristički osvrt na glamur pedesetih, šezdesetih i sedamdesetih godina dvadesetog veka. Gandl i Kasteli naglašavaju seksualizaciju robe kao jednu od glavnih karakteristika potrošačke kulture, koja se uobličavala još u devetnaestom veku. Ako posmatramo spot za *Bikini Machines* uočavamo razne erotizovane predmete, bilo da su odevni ili deo dekora narativa. Sam narativ je erotizovan jer su devojkice u bikinijima od gume i nadmeću se u meču slobodnog stila s mnogo udaraca nogom u stomak. Spektakularizovana ženstvenost dodatno je naglašena podijumom s animal printom jer, kako Gandl i Kasteli kažu, animal print je povezan s kraljicama medijske džungle, kojima “životinjski printovi nisu bili potrebni kao kamuflaža, a magnetski su privlačili paparace” [Gandl, Kasteli, 2007: 142].

Let 3 je riječki alternativni rok sastav izuzetne sceničnosti. Njihova sceničnost se u velikoj meri naslanja na korišćenje rekvizita i kostima u kojima dominira animal print. Animal print scenski imaganarijum grupe *Let 3* vidljiv je na omotu albuma *Jebem te u dupe*, kao i na kostimima prilikom otvaranja spomenika *Angela Merkel sere*, koji je dizajnirao Juraj Zigman, hrvatski dizajner. Zigman je bio kostimograf u predstavama *Carmina Burana*, *Aida*, *Šuma Striborova*. Na izradi kostima za *Let 3* (na kojijima se, pored stilizovanog lepopard printa, na stražnjicama nalaze dva oka, novčanice dolara i evra) Zigman je radio po uputstvima samih članova benda, koji su bili inspirisani, kako kaže Aleksandar Martinović Mrle, bas gitarista i pevač, neoliberalnim kapitalizmom.

Korene kemp imaganarijuma grupe *Let 3* možemo pronaći u karnevalskom nasleđu Kvarnera i Rijeke, okruženju u kojem članovi grupe žive i rade. Rijeka je poznata po karnevalskoj tradiciji. *Let*

⁴⁸ *Kremps* je američki pank-rokabili bend koji je, s *Ramonsima* (*Ramones*), *Tokin Hedsima* (*Talking Heads*) i *Blondi* (*Blondie*) u kulturnom njujorškom klubu *CBGB* utemeljio pank scenu.

3 poseduje dozu humora, koja je bliska Bahtinovom shvatanju karnevalskog i grotesknog. Njihov visoki kemp blizak je karnevalskom po svom „konkretno-čulnom karakteru i po prisustvu snažnog elementa igre“ [Bahtin, 1987: 13]. Karneval⁴⁹ je izvorno predstavljao period neposredno pre Uskrsa, tokom uskršnjeg posta, i vezivao se za odsustvo mesa s trpeze. Smehovni karakter i karnevalska kultura odražavaju se u odevnom aspektu, gde je maskiranje u povorci ili u plesu u službi parodiranja svakodnevnog teskobe. Odeća koja izmiče profanom poimanju predstavlja otklon od svakodnevnog, ali u paradnom i parodirajućem aspektu, i kao takva predstavlja ventil. Među scenskim kostimima grupe *Let 3 animal print* je prisutan u nekoliko navrata, a u kombinaciji s dizajnom samog CD-a, dobija dodatnu funkciju – kemp estetizacija svega što je u audio-vizuelnoj ponudi ili totalni kemp događaj. U slučaju *kavera*⁵⁰ za album *J.T.U D*, leopard print je dominantan, dok su članovi benda potpuno goli s nakurnjacima⁵¹ na polnim organima, ukazujući tako na porno kulturu koja uzima primat u medijski posredovanoj stvarnosti.

Apokaliptična estetika vidljiva je u spotu za singl *Mazi*, koji je snimljen na poznatom riječkom otpadu. Režiju potpisuje Boris Sekulić, a u izradi spota učestvovali su i Filip Tot kao direktor fotografije, Maida Srabović u montaži, za maske je zaslužna Bianka Žugelj, a glumili su Saša i Siniša Brezovac, te Goran Zelić. Pored ekološke apokalipse, u estetskom smislu najdojmljivija je kemp estetska paradigma kroz zebra print na bokerskim rukavicama boksera blizanaca koji imaju meč na đubrištu. Dok prilaze ringu ogrnuti su peškirimama sa zebra printom, dok se dve plastične zebre na baterije suprotstavljaju jedna drugoj. Ring je napravljen od paleta od recikliranog kartona i ceo ambijent odlagališta krupnog otpada trebalo bi da provocira ekološku svest. Zebra print je, prema Filipu Koru, ultimativni kemp znak. Pevač je travestiran u hibridni lik sveštenika u suknji i na štiklama. Travestija dodatno upućuje na kemp, ali i asocira na smehovni karnevalski duh riječkog ambijenta. U bokerskom sportu poznati su primeri Konora MekGregora (Conor McGregor), koji često u svakodnevnoj odeći nosi animal print kao zaštitni znak, ali pre svih, Princa Nasima (Naseem Hamed), boksera iz Jemena, koji predstavlja referentni okvir kada su animal print i boks u pitanju. Princ Nasim je poznat kao lakrdijaš, zabavljač, šoumen, bokser koji je neretko na bokerskom športsu imao gepard, leopard ili zebra print. Blizanačka estetika je, takođe, podatna spektakularizaciji.

⁴⁹ Karneval (lat. *caro*: meso + *levare*: dignuti) potiče iz Italije. Svetkovine karnevalskog tipa bile su, po Bahtinu, veoma bitne za čoveka srednjeg veka. Karnevali traju od nekoliko dana do nekoliko nedelja. Prvi oblici mogu se naći u vreme Starog Rima u vidu saturnalija i bahanalija. Hrvatski publicista i političar Imbro Tkalac (1824-1912) u svojim *Uspomenama iz Hrvatske 1749-1843*. zapisao je: „Te maškarade su došle u Karlovac iz Italije preko Rijeke; u Zagrebu i u drugim hrvatskim gradovima nije toga bilo.“ I danas je najpoznatiji hrvatski karneval upravo riječki. Glavna karakteristika maskara, karnevala ili poklada jesu maskirani ili kostimirani plesovi i povorke.

⁵⁰ Omot gramofonske ploče, kompakt diska, knjige; naslovna strana

⁵¹ Platneni zaštitnik od hladnoće za muški polni organ. (prema Rečniku srpskih govora Vojvodine, izmenjeno i dopunjeno izdanje u 4 toma, priredili mr Dejan Miloradov, Katarina Sunajko, mr Ivana Čelić i dr Dragoljub Petrović, Matica srpska, Novi Sad)

Nastupi benda *Let 3* su u mnogim recenzijama opisivani kao kontroverzni. Višeznačni su i kreću se u rasponu od porno događaja, preko homoerotskog audio-vizuelnog ugođaja do ekološki osvešćujućih video i scenskih eseja. Njihovi scenski rekviziti često sadrže goleme faluse iz kojih izleću golubice, zatvorske uniforme, kožne kapute i kape, odela od PVC-a, nošnje naroda i narodnosti bivše Jugoslavije, te brkove. Rijeka je bila najveća jugoslovenska luka ali, kako nije bila u čvorištu distribucije kulturnog, ekonomskog i simboličkog, ostala je marginalizovana. Ovaj grad je multikulturalan i tolerantan. Kemp postulat o estetizovanju života i „scenski dadaizam vuče poreklo iz Mrletove faze sa *Termitima*“ [www.zarez.hr]. Animal print pripada i pank estetici, a kod *Let 3* je pankerska pobuna protiv sistema simpatična, ritualna i, verovatno, uzaludna, a vizualije benda upućuju na širi supkulturni kontekst.

Smehovni karakter i karnevalski duh udružen je s glamurizovanim pank pojavljivanjem kod člana, takođe riječkog, benda *Krešo i kisele kiše*. Kao i u slučaju *Leta 3*, kod *KKK* animal print je artikulisani vrisak u odevnom aspektu.

Među nekoliko najistaknutijih antimodnih pojava na ex-Yu sceni jeste Slađana Milošević. Već na omotima ploča *Sexy dama* iz 1979. i *Neutral Design* iz 1983. uočavamo vezu pop dive s animal printom. Generalno, njen stil možemo okarakterisati kao pank supkulturni stil, o čemu svedoče i naslovne strane novina i magazina iz osamdestih godina dvadesetog veka. Ted Polhemus u studiji o uličnim stilovima antimode daje polazište po kojem treba učiniti radikalni konceptualni rez između dvaju supkulturnih stilova: plemenskog i uličnog. Plemenski je modni supkulturni stil, istovremeno konzervativan i tradicionalan, izbor je životnog ciklusa, odražava nastojanja da se sistem održi stabilnim razlikovanjem grupe u odnosu na *njih*. Ulični stil je, naprotiv, vulgaran, šokantan, progresivan i ultramoderan. Ulični stil je stepen razvoja plemena pod uticajima popularne kulture. Popularna kultura potpomognuta je dizajnom i rok muzikom i menja navike, ukuse i običaje u kulturnom sklopu vrednosti. Ulični stil slavi individualni izbor i ličnu slobodu, nezavistan je od nacionalnih društvenih grupa, religije i lokalne regionalne ukorenjenosti [Paić, 2007: 203]. Ukorenjenost, prema tome, podrazumeva tradicionalno i konzervativno, a raskorenjeno je moderno.

Ponovo se vraćamo na tezu o raskorenjenom *crossover* estetskom određenju. *Crossover* Slađane Milošević, sveden na animal print, pruža uvid u odgovor plemenskom u društvu ondašnje Jugoslavije. Ona delimično, u supkulturološkom smislu, podseća na taj prvi eklektični pank, ali u višem stepenu pripada, kao i Oliver Mandić, novim romantičarima. U kreiranju za tadašnje vreme krajnje neobičnog izgleda pop zvezde kada je u pitanju Oliver Mandić ključnu ulogu odigrao je

umetnik Kosta Buneševac⁵². Ovde je, takođe, važno da objasnimo fenomen Dejvida Bouvija, koji izvorno ne pripada ni neoromantičarima niti panku, ali je u glem maniru dopirineo svemu tome tako što je izazvao inhibirajuće definicije muškosti, zašao u androginiju i prvi put porušio sve na polnim ulogama zasnovane prepreke u odevanju i ponašanju [Polhemus, 2002: 346]. Dejvid Bouvi je često u svojim nastupima bio obučen u odeću s animal printom, što nas dovodi u oblast odnosa rodne reprezentativnosti i animal printa, a o tome je bilo više reči u delu rada posvećenom kemp estetici i transvestitskom izvođenju roda.

Polhemus kaže da je većina osoba koje su učestvovala u stvaranju panku u Londonu, zapravo, bila iz srednje klase, a samo su neki dolazili iz bogatih predgrađa. Filozofija novog romantizma uglavnom je smišljena naknadno, kao i sam naziv. Neko vreme su bili poznati i kao *kult bez imena* (*Cult With No Name*). Polhemus navodi da je pank uhvatio medije nespemne, dok je pažnja bila usmerena na nešto drugo. Novinari, u svojoj nespemnosti da uhvate bes i frustracije koje su nastale među ljudima sredinom sedamdesetih godina, propustili su bitnije promene. U Londonu je postojao *Blic Kids* (*Blitz Kids*) klub, po kojem je i čitav stil dobio ime. Naziv je smatran nepodesnim, pa setražilo novo ime. Mediji su odjednom počeli da favorizuju nove romantičare, ističe Polhemus. Novi romantičari dočaravaju živopisne slike mekih ekstravagantnih tkanina, eleganciju i ukrase. Ono što ih je odvajalo od panku jeste zavisnost od glamura. Glamuroznost Olivera Mandića u stilu novog romantičara vidljiva je na omotu njegovog albuma iz 1981. godine, koji je izdao PGP RTS, *Probaj me*. Na fotografiji vidimo pevača u plavoj bluzi s tigrastom šarom. Često je bilo poigravanje Mandića s travestijom (preklapanje s kempizacijom) i zavođenje kroz glamurozni izgled.

Uprkos činjenici da su novi romantičari, kako ističe Polhemus, bili mnogo više od dece koja su pala pod, širom rasprostranjenu, pank dominaciju, oni se sad pojavljuju kao antipankeri, zamenjujući vulgarno – elegantnim, nagrđivanje – doterivanjem i slično. Takav preokret je veoma jedinstven u istoriji uličnog stila, ali ono što je zapanjujuće jeste da je postignut za samo nekoliko godina. To se dešavalo u etapama jer su originalni pozeri bili ultimativni umetnici brze promene, ali možda i više od toga, jer je pojava panku pobudila medijski apetit za identifikacijom i promocijom novih brzo-menjajućih uličnih stilova. Klub *Blitz Kids* zabavljao se doterujući se i, zapravo, medijski transformisao u punopravnu međunarodnu potkulturu definisanu filozofijom *novog romantizma*. Ovom supkulturnom miljeu značaj je dat u časopisima *i-D* i *The Face*.

⁵² Kada se u januaru 1981. u TV šou-programu *Beograd noću* Oliver Mandić pojavio u mini suknji, mrežastim čarapama, na štiklama od dvanaest centimetara, zalizan i našminkan kao kol-gerla, televiziji je pisalo hiljade gledalaca u znak protesta i u nameri da otkazu TV pretplatu. "To je bila atomska bomba", kaže Kosta Buneševac, tvorac kompletnog imidža, i Mandićevog i emisije, "scenografiju i kostimografiju za taj šou, koji je režirao Stanko Crnobrnja, preneo sam sa svojih slika. To je bio čisti art, ali su reakcije bile prava katastrofa. Nije to moglo onda biti shvaćeno, jer je travestija na televiziji bila revolucionarna i za svetske okvire. Oliver, kako je izgledao u emisiji, bio je preteča Bouvija, Boj Džordža... Bili smo prethodnici mnogih neverovatnih događanja u Evropi."

Pank estetika s primenom animal printa vidljiva je i u filmu *Pank nije mrtav*⁵³⁵ (*Pankot ne e mrtov*, Vladimir Blaževski, 2013). Ovaj film, prilično svedene estetike, nije raskošan u ikonografiji panka, ali junakinja ga diskretno nosi na majici bez rukava u scenama u kupatilu. Animal print primenjen u ovom filmu svedoči o prilikama u supkulturnom miljeu Makedonije 2011. godine. Film problematizuje granice nacionalnog i klasnog identiteta. Animal print se može čitati i kao kiborg element novih hibridnih formi nastalih na balkanskom području posle rata.

Iako je beogradska grupa *Zana* važila za pop sastav, pevačica Zana Nimani pripadala je supkulturnoj pank estetici i slala je feminističke poruke. To je naročito prisutno na albumu *Dodirni mi kolena* iz 1982. godine u izdanju zagrebačkog *Jugotona*. Tekst je pisala Marina Tucaković, koja je tada bila i članica benda, a posle napuštanja grupe ostaje tekstospisateljica većine pesama. Na omotu ovog albuma vidimo žensko telo (struk i noge) s kolenima u prvom planu. Osoba je odevena u haljinu na kojoj je kaiš s gepard printom. Pesma *Dodirni mi kolena* je svojevrsni manifest *sponzoruje*, onoga što se na engleskom govornom području zove *gold digger*.

Stil i pojava Zane Nimani, koja je bila glavni vokal grupe *Zana* punih pet godina, uključivao je upotrebu animal printa ne u meri većoj od stila uobičajenog za osamdesete godine. Za bend je bila karakteristična komercijalizovana nju vejev (*new wave*)⁵⁴ estetika, koja je odskakala od standardnog popa, ali nije bila ni pank.

U tekstu *Glamurozna lutka* Tatjana Rosić apostrofira Isidoru Bjelicu kao zagovornicu glamurozne koncepcije ženskog stvaralaštva srpske scene devedesetih. Koncepcija je zasnovana na reinterpretaciji i sintezi mnogobrojnih mitova o ženi-autoru, u ovom slučaju ženi-piscu, kao i na retro opsesiji idejom glamura u oskudnim vremenima. Ratnih devedesetih, u vreme najveće inflacije dinara u istoriji, Isidora Bjelica se oblači u svilu i nosi bisere. Na priloženoj fotografiji mi vidimo Bjelicu u nešto skorijem izdanju, nakon objavljivanja knjige *Spas*, u okolnostima intervjua za časopis *Lisa*. Ona se u knjizi bavi svojim izlečenjem od raka i prihvatanjem alternativne medicine i zdravog načina ishrane.

Primeri koji slede pripadaju stilskoj paradigmi glamurizacije. Glamur Isidore Bjelice ima elemente nostalgične retro interpretacije ženskih likova iz dvadesetih i tridesetih godina XX veka. Sklonost ka izazivanju pažnje sama je suština glamur ličnosti. Tatjana Rosić u *Ogledalu glamura* [Arsić,

⁵³ Mirsa je 40-ogodišnji panker iz Skoplja. Živi u radničkom naselju, zadržao je izvesne zavisničke navike, a dostavljač narkotika mu je 30-ogodišnji Albanac Gzim, koji ponudi Mirsi da ponovo okupi bend, za potrebe lokalne svečanosti u jednom *albanskom* gradiću u Makedoniji. Organizator manifestacije je nevladina organizacija, čiji je zadatak da širi *međuetničke veze i prijateljstva*. Mirsin bend im je potreban zbog toga što niko drugi *neće da svira s Albancima u Makedoniji*.

⁵⁴ Novi talas je u Jugoslaviji započeo 1977. godine. Prve grupe koje su ga obeležile bile su: *Pankrti*, *Paraf*, *Prljavo kazalište*, *Haustor*, *Azra*, *Film*, *Pekinska patka*, *Šarlo Akrobata*, *Električni orgazam* i *Idoli*. Kasnije ga smenjuju pokreti kao što je novi primitivizam u Sarajevu i novi romantizam, o kojem je bilo reči.

2000: 233] ističe da Isidora Bjelica pripada retro-avangardnoj umetnosti skandala. Još jedna bitna karakteristika glamur estetike, a u vezi s privlačenjem pažnje, jeste skandaloznost. Tatjana Rosić piše:

Tako, u skladu sa Politart pozivom na retroavangardu, novo žensko autorstvo devedesetih preuzima čas lik i kostim visokog modernizma gospođe Isidore Sekulić, ili nešto radikalniji sifražetski stil, ili konačno, neumerenu sklonost ka luksuzu opšte umetnice ljubavnog trača svetske scene, kakva je bila futuristička i pronacistička slikarka Tamara Lempicka. Zajedničko svim ovim travestijama jeste dekadentna privrženost luksuzu po svaku cenu; odanost razotkrivanju skandala kao privilegije elite koja se, populističkom flertu sa revolucijama uprkos, ne želi odreći mita o sopstvenoj lepoti. Tradicionalni materijali, poput svile i čipke, takođe upućuju na tajnu, zabranjenu istoriju luksuza, sasvim drugačiju od one ozvaničene u poslednjoj fazi liberalnog komunizma druge Jugoslavije. Otuda se nostalgična odeća koju je Bjelica od početka propagirala kao trend novih vrednosti ženstvenosti mogla, dakako u kemp verziji, tumačiti i kao dosledni podsmech komunističkoj kritici đilasovskog tipa usmerenoj protiv građanske buržoazije, kao i apel za novim vrednovanjem tradicije ženskog autorstva u ksenofobičnom komunističkom svetu sklonom da se lakomisleno odrekne kapitala kako građanske tako i sopstvene revolucionarne tradicije. Ono što je, međutim, važno za ovaj odevni izbor jeste njegova ideološka uslovljenost: više manifestni nego estetski i erotski izbor, odeća je u prvoj fazi kostim, a u drugoj neka vrsta uniforme kojom se sugerije, uprkos neprekidnim metamorfozama travestije, supstancijalnost stila kao privilegija umetničkog statusa. Odeća je ovde vrlo važan konstitutivni znak statusa i identiteta, ne samo u javnom nastupu, već i manifestno-autopoetički [Arsić, 2000: 233].

Bjelica, prema Rosić, prihvata izazov holivudskog glamura, koji se manifestuje u potrebi za tajanstvenim, a odevanje u toj šifri ima cilj da pruži nagoveštaj tela i njegovih moći (kao što naočare upućuju na lice). Ne sme se preći izvesna granica u tom nagoveštaju jer se mora naznačiti skandal na pomolu – skandal samoproizvođenja ličnosti posredstvom samoproizvođenja lica i tela. Bjelica je čak i promovisala glamur pod parolama *Glamur pod svaku cenu* i *Glamur uprkos svemu!*, koji je, zapravo, više bio ideološkog tipa, protiv opšteg političkog i ekonomskog poniženja. Međutim, holivudski uslovi su bili nedostižni.

U *Sekspistolarnom romanu* Isidora Bjelica piše: "Ona je Suzana Vladislava Zlatanović, Luna Lu⁵⁵, TAXI, ona je blondina, rejev barbika i princeza beogradskog undergrounda (u koju je tajno

⁵⁵ Suzana Zlatanović aka Luna Lu, saradnica časopisa *DAMA* i *Profil*, kasnije u dnevnom listu *Blic* uređuje rubriku *Selebrejšn šik*. U dve hiljaditit uređivala je i vodila emisiju na radiju B92.

zaljubljen celi establišment). Jedna od vedeta kultnog beogradskog radija B-92 i zvezda XZ magazina. Ona je uzor stotinama tinejdžerki koje u dnevnicima Lune Lu tragaju šta je *in* a šta *out*. Ona je mezimče beogradske tehno scene, esid vojvotkinja demokratije. Ona je trendseter i san svih mladih muškaraca koji misle ružičasto i žuto.” Bjeličinom estetikom bavićemo se i u delu rada posvećenom *cow* printu, povodom njene TV emisije *Klot frket*.

Laboratorija zvuka je novosadska pop grupa koju su osnovali i vodili braća Predrag i Mladen Vranešević. Bili su prepoznatljivi po svojim atraktivnim i ekscentričnim nastupima, koji su zapravo performansi s elementima cirkuske atrakcije. Sami autori navode da su bili inspirisani upravo cirkuskim predstavama. Na fotografiji broj 52 vidimo čuvenog naturščika Vilmoša Kauboja u pantalonama s tigar printom, koji je bio maskota grupe i u takvom izdanju je često nastupao. On je opevan u njihovom hitu *Skakavac joj zaš'o u rukavac*, pesmi s erotskim tekstom u ska ritmu. *Laboratorija zvuka*, pored Olivera Mandića i Slađane Milošević, pripada potkulturi novih romantičara, kojima je element glamura bio od najveće važnosti u nastupima i u vizuelnom aspektu performativnosti.

Cirkuski glamur koji je *Laboratorija* negovala zanovan je na autentičnom i divljem prisustvu naturščika, koji nisu podlegali pravilima estradnog ponašanja nego su, zadržavajući sopstveni model ponašanja i na sceni, doprinosili da bend deluje subverzivnije. Saradnja *Laboratorije zvuka* s rediteljem Želimirom Žilnikom uticala je i na njihov kasting saradnika. Cirkuski glamur benda ogledao se, pored ostalog, u velikom broju nemuzičara koji su zajedno s muzičarima nastupali na sceni.

Laboratorija zvuka nastupa u slovenačkom Novom Mestu; na plakatu za koncert je fotografija Vilmoša Kauboja, maskote i pridruženog člana grupe. Neki od meštana smatraju da on predstavlja karikaturu Josipa Broza Tita jer delimično telesnom konstitucijom podseća na njega, pa događaj prijavljuju policiji, uz obrazloženje da plakati predstavljaju „uvredu socijalističkog morala i povredu patriotskih osećanja“. Protiv Predraga Vraneševića je poveljen sudski postupak. On prvobitno biva osuđen na četrdeset dana zatvora, ali iz viših krugova ubrzo stiže odluka da se presuda preinači i slučaj zataška kao besmislen.

U okvirima kastinga, u koji se uključuju glumci amateri i nemuzičari u muzičkim nastupima, poetiku benda *Laboratorija zvuka* moguće je povezati s filmskim poetikama Želimira Žilnika i Pjera Paola Pazolinija. Pazolini i Žilnik koriste krupne planove da bi istakli fizičke nedostatke glumaca amatera, kao što su: zrikavost, naboranost, pokvareni zubi. Oni su amaterima dozvoljavali da ispolje naivnu ekspresivnost [Jončić, 2002: 13]. Isto je i s kostimom, naturščici su često igrali –

nastupali u sopstvenoj odeći, koja je postala deo njihovog karaktera. U slučaju Vilmoša Kauboja, on je u pantalonama s tigar printom nastupao isto onako kako je viđan u sopstvenoj dnevnoj rutini dok se kreće ulicom, ide u nabavku, pije u kafani i u sličnim radnjama koje su kod njega uobičajene.

Vilmoš Kauboj u pantalonama s tigar printom pripada, kako smo već konstatovali, paradigmi glamurizacije, ali svojim pojavljivanjem s grupom *Laboratorija zvuka* dolazi do preklapanja s kempizacijom, jer je za kemp karakteristična upravo upotreba naturščika.

Vilmoš Kauboj je autentični junak s aurom posebnosti. Kauboj u njegovom umetničkom imenu i stilu (kaubojski šešir i pantalone s tigrastom šarom) upućuju na strategije raspirivanja mita o Divljem zapadu kroz petparački roman, scenu i film, do srca i pažnje široke publike. Vilmoš Kauboj je naturščik cirkuskog profila i parodični primer širenja mita o antiheroju. On je metafora mita o antiheroju i kao takav – kemp ikona koja doprinosi imidžu Novog Sada kao toponima gde se okupljaju čudni likovi posebne energije, poput svih onih okupljenih oko Žilnikovih filmova, kakav je, na primer, Kareli, gutač stakla, gvožđa i metala.

6.4. Masovna kultura (estrada)

Više nego u drugim kategorijama, animal print postaje ornamentalan detalj i poprima populistički karakter na estradi. Čak i dekorativan i bezazlen, upućuje na delikatnu vezu s prirodom. Prvobitno je bio povezivan s luksuzom i moći, jer su kože bile skupocene, a tokom razvoja društva simulacije i simulakruma postaje populistički jer nastaju sintetički materijali koji su dostupni široj populaciji. Đilo Dorfles smatra da ne postoji *ono bolje* kada govorimo o modi, budući da je *najbolji ukus* ili *bolji funkcionalni sistem* u slučaju mode nemoguće potvrditi [Dorfles, 1997: 77]. Naime, Dorfles veruje, a mi posmatramo iz ugla modne smenjivosti trendova, da forme, stilovi i trendovi iz davne ili skorašnje prošlosti mogu ponovo postati deo mode, ukoliko tako odluči elita.

U većini slučajeva analiziraćemo primere celetoida, ali i folk umetnika. Problematizovaćemo kemp immaginarijum Dejana Milićevića⁵⁶⁸, folk fotografa koji je vizuelni kreator estradne scene jednog dužeg perioda u Srbiji i regionu.

⁵⁶ Dejan Milićević, modni i estradni fotograf i snimatelj, kao i reditelj estradnih muzičkih video spotova. Aktivan u celom regionu.

Lik Milića Vukašinića pripada glamur estetskoj paradigmi, ali kako je reč o autoglamurizovanju sopstvene ličnosti, lika i dela, a uzevši u obzir njegovu rokenrol prošlost, delimično je reč i o kempizaciji, o kojoj će kasnije biti više reči.

Sva tri primera kauboja antijunaka pripadaju vestern stilu: Milić Vukašinić, Nikola Kojo u filmu *MNAI* i Gogo Base u rijaliti šou-programu *Veliki brat* 2015. Ovaj stil je nastao tridesetih i četrdesetih godina dvadesetog veka, u trenutku kada, zbog migracija u velike gradove, mnogi stanovnici postaju nostalglični za seoskim načinom života u preriji. Glavna karakteristika ovog stila i ono što ga posebno određuje, kako primećuje Ted Polhemus u knjizi *Ulični stil (Street Style)*, jeste *trijumf nad nedaćama* [Polhemus, 1994: 23], koji su svi Amerikanci zdušno prihvatili i nastavili da neguju. Da kauboji nisu postojali trebalo bi ih izmisliti, nastavlja Polhemus, jer upravo *B* filmovi iz tridesetih i četrdesetih godina mnogo su se više ticali pravljenja mita nego istorijskih tačnosti. To se posebno odnosilo na odevni stil. Pravi kauboji radili su dugo, bili slabo plaćeni i obavljali prljave poslove. Malo je verovatno da bi izgledali onako kako ih je Holivud ponudio. “Ali kako je Americi bila potrebna vizija nje same, Holivud je to radosno ponudio“ [Polhemus, 1994: 24].

Patrik Kar (Patric Carr) primećuje u *The Changing Image of Country Music* da je veza kantri – kauboj potpuno izveštačena. Nema stvarnog razloga zbog kojeg bi američki seljaci bilo gde, osim u pravoj *kravarskoj (cow/bull)* zemlji, trebalo da se *frajerišu* subotom uveče. Kao primer navodi Henka Vilijamsa (Hank Williams), koji obično nastupa u vestern stilizovanom odelu, često u kreacijama Nudija Kona⁵⁷⁹ (Nudie Cohn), i u kaubojskim čizmama. Ali Henk ne peva o malim psima ili usamljenim noćima u preriji. Zapravo, ti elementi gotovo potpuno izostaju iz Henkovog opusa.

U ovom smislu, ovoj podparadigmi vesternizacije najviše pripada Milić Vukašinić, koji je pravi plemić kantri stila pop-kulture kod nas. Još kao muzičar *Vatrenog poljupca* i kao bubnjar *Bijelog dugmeta* uživao je popularnost širokih narodnih masa bivše Jugoslavije. Sarađivao je s folk divom Hankom Paldum, za koju je komponovao pesme *Tražio si sve* i *Voljela sam, voljela*. Ovo iskustvo svedoči o njegovim folk afinitetima i ambicijama u okvirima kantri stila. U potonjoj fazi Vukašinić se bavi nastupima u rijaliti programima, gde u većini slučajeva promovise svoj kantri vestern stil odevanja (kaubojski šeširi, sakoi ili jakne s animal printom, kaubojske). Vrednosti koje želi da istakne su odmetničke, usamljeničke, ali, pre svega, pobedničke – *trijumf nad nedaćama*, što smo prepoznali kao motočitavog stila koji je nastao tridesetih u Sjedinjenim Američkim Državama.

⁵⁷ Nudi Kon, krojač, bivši bokser, Jevrejin i Njujorčanin, kreirao je gotovo svo plemstvo popularne kulture, od Henka Vilijamsa, preko Elvisa Prisljija, Kita Ričardsa, Eltona Džona do Doli Parton. Nadimak je dobio tako što je počeo kao kreator za stripere.

Zoot odelo, koje je karakteristično za *blax-e*, služilo je svrsi propagiranja individualnog uspeha, ističe Polhemus, dok je *western* odeća više izražavala ideal jedne zajednice, veće grupe ljudi u kojoj sve povezuje američki san. Taj stil je generisan iz nekoliko različitih razloga, ali jedan od dominantnijih svakako je potreba Juga za identitetom. Stanovnici žele da se izbore za pozitivan identitet i tu pronalaze najzdraviji generator – stočarsku kulturu. Postoje dve struje kauboja *western* stila. Prvu je oformila supkultura koja se rasprostrla i izvan izvornog područja stila i odnosi se, pre svega, na *dressing down*, prvi i najpoznatiji pomak od formalne ka ležernoj odeći, gde dominiraju farmerke, kaubojke, šeširi. Druga struja obeležena je izrazom *rhinestone cowboys*, a odnosi se na dekorisanost ukrasima od stakla koji se zovu *rhinestones*, što u bukvalnom prevodu znači rajnski kamen ili kamen iz reke Rajne. Karakteristično za ovaj stil je kamenje visokog sjaja, animal print, vezeno cveće i slično.

U klasičnom *westernu*, zlatnom dobu *westerna* i periodu od četrdesetih do šesdesetih, neguje se mit o junaku. Tu je paradigmatički primer Džon Vejn (John Wayne). Krajem šesdesetih godina dvadesetog veka nastupa kriza, dolazi do revizionizma u *westernu*, usred *hipi* ere, i do obaranja mitova iz klasičnog perioda. U tom periodu stvara se antijunak, bilo kroz parodiju ili prikazivanje mračnih strana nekadašnjih heroja. Tako, na primer, u filmu *Mali veliki čovek* (*Little Big Man*, Arthur Penn, 1970) gledamo junaka Kastera, nekadašnju ikonu borbe protiv Indijanaca, kao ludaka i psihopatu. Taj revizionizam u *westernu* traje sve od *hipi* ere do danas. U filmu *Neoprostivo* (*Unforgiven*, Clint Eastwood, 1992) susrećemo se s novijim primerom revizionizma u *westernu* i s antijunakom. Antijunak je simbol krize *westerna* i znak kritike društva. Antijunak nije više naivan, on čini film zrelim, znak je progresivnosti, te dolazimo do zaključka da je postao simbol zrelosti koji dovodi do buđenja iz mitova klasičnog *westerna*, kao i do uozbiljenja žanra zbog rata u Vijetnamu. Antijunak se pojavljuje uporedo sa scenama nasilja i prelaženjem tabua.

U studijama žanra filmovi koji menjaju tradicionalne elemente žanra nazivaju se *revizionistički*. U tom smislu, animal print predstavlja revizionistički znak kritike i menjanja društva i pomaže proveriti naše hipoteze o animal printu kao promeni vrednosne matrice. Džonatan Rozenbaum (Johnatan Rosenbaum), teoretičar *westerna*, govori o promeni žanra od klasičnih do takozvanih *acid westerna*. Možemo da proverimo ekstravaganciju junaka *acid westerna* na primeru glavnog junaka Krtice (*El Topo*, 1970) Alehandra Hodorovskog (Alejandro Jodorowsky), koji je obučen u crno, nasilan je i revolveraš u misiji prosvetavanja. Ekstravaganca i glamur ovih *anderground*, kulturnih, *acid western* antijunaka upućuje na razumevanje animal printa kod antijunaka u našim primerima kao znaka kritike kapitalističkog društva. Rozenbaum opisuje *acid vesterne* kao "formulisanje hladne, primitivne poezije koja opravdava njezin halucinirajući sadržaj." Konačno, *acid western* izražava

senzibilitet kontrakture izražen u potrebi da kritikuje i zameni kapitalizam alternativnim verzijama.

Nikola Milošević u svojoj studiji *Negativni junak* govori o antijunacima ili antiherojima i karakteriše ih kao junake čije nam moralne karakteristike ne imponuju, ali koji inače mogu imati izvesna pozitivna intelektualna i psihološka obeležja. Drugim rečima, to su likovi koji imaju moralne nedostatke koji nas inače u stvarnosti odbijaju, a koji nam na intelektualnom planu mogu čak i imponovati. U svojoj studiji Milošević nadalje govori o paradoksalnosti junaka koje naziva antijunacima. On objašnjava da kada u štampi pročitamo izveštaj sa suđenja nekom čoveku koji je ubio svoju trudnu devojkicu da bi sebi omogućio karijeru u tzv. višim krugovima, mi prema takvom čoveku osećamo gnušanje i odvratnost. Ali kad jedan pisac izgradi celu strukturu romana na ovakvom junaku, kao na primer Teodor Drajzer (Theodore Dreiser) u knjizi *Američka tragedija*, odnos prema tzv. literarnom prestupniku nije isti. Mi smo prema junaku Klajdu ponekad i zaštitnički nastrojeni. On izvan literature zaslužuje kaznu koju bismo voleli da izbegne dok čitamo o njemu u književnom tekstu. Ovaj fenomen Milošević naziva *paradoksom negativnog junaka*, a odnosi se na ono nešto što sputava i iz osnova menja naše praktičke i moralne stavove. Brojni su načini neutralisanja negativnog efekta junak, između ostalih:

1. nemoralnost zločinca iskupljuje se nemoralnošću žrtve
2. kajanje literarnog prestupnika
3. kombinacija prva dva, tj. situacija kada se literarni prestupnik kaje zbog onoga što je učinio, dok je istovremeno žrtva njegovog prestupa nemoralna

Ova etička kalkulacija je osnova tolerancije prema književnom prestupniku. Takozvani literarni prestupnici oblikovani su tako da u čitaocu izazivaju utisak izuzetne duhovne složenosti i rafiniranosti.

Ono što nas privlači kod negativnih junaka je intelektualna i vitalna superiornost. Stav prema negativnom književnom junaku nas ne obavezuje ni izdaleka onoliko koliko nas obavezuje moralni stav prema realnim prestupnicima. Po Miloševiću, mi realne prestupnike osuđujemo delimično iz straha od zakonskih i etičkih sankcija, a delimično iz zavisti, jer sami nismo u stanju da se odvažimo na takav podvig. Kada se susretnemo s takvim likom u fiktivnom ambijentu dobijamo mogućnost da damo oduška skrivenom divljenju vitalnoj sposobnosti lika da prekorači granice koje mi nećemo prekoračiti. Mi smo, zapravo, po Miloševiću, impresionirani vitalnom superiornošću negativnog junaka.

Oko paradoksa negativnog junaka suprotstavljaju se dve koncepcije: jedna da je čovek zao i intimno ogrezao u porok, a druga da je dobar i čist. S druge strane, problem opčinjenosti negativnim junakom moguće je tumačiti i u okvirima umetničke iluzije, jer smo mi svesni da se krećemo u sferi jedne fikcije i automatski prihvatamo pravila koja ne važe u ovom svetu neposredne koristi i praktičnih ciljeva.

Kada uđemo u svet umetničke fikcije mi se oslobađamo svih praktičnih interesa i ciljeva, opštih ili individualnih, Nikola Milošević ovo piše 1990. godine, kada kod nas još uvek nema rijaliti programa. U međuvremenu, paradigma se menja i fikcija može biti u službi stvarnosti u rijalitetu. Naši junaci to znaju i koriste ovu okolnost u trci za nagradu. Trka podseća na varijacije na temu lovaca na glave i sličnih revolveraških takmičenja u vesternu.

Nikola Milošević u okvirima falsifikovanja prvobitnih i izvornih utisaka što ih na nas ostavljaju negativni književni junaci govori o tome da mi naknadno, veštački analizirajući likove, zapravo, dolazimo do formulacije *moralno negativni junak* i stvaramo paradoks koji ne možemo sebi da objasnimo. Istovremeno nam se ti likovi i sviđaju i odbijaju nas. Popustljivost prema književnim prestupnicima možemo tražiti, nastavlja Milošević, u najvećoj meri u lepoti njihovog umetničkog oblikovanja. U rijalitetu sam junak oblikuje svoj lik u interakciji s drugim ukućanima, a na osnovu rejtinga koje dobija na nedeljnim glasanjima za ostanak u kući. Opčinjenost lepotom umetničkog oblikovanja pravi je razlog onoga što Milošević naziva paradoksom negativnog književnog junaka. Zadovoljstvo koje osećamo kada u nekoj umetničkoj strukturi nađemo nešto što bi u realnim okvirima delovalo odbojno, prema Miloševiću, jeste zadovoljstvo od prepoznavanja ili od saznavanja.⁵⁸

Pored etičke kalkulacije i divljenja vitalnoj snazi, kao i zadovoljstva od prepoznavanja i saznavanja, po Miloševiću je od presudnog značaja humani aspekt u odanosti negativnom junaku. To je prisutno u vesternu, gde se, iako znamo da su kauboji zli momci koji progone Indijance, opredeljujemo za divljenje antiherojima jer ih dosledno pratimo u njihovim nedaćama.

Gogo Base, kao celetoid, samostalno i u saradnji sa svojim timom, kreira lik kauboja, usamljenika, odvojenog od većine, zavodnika, koji veruje u kodeks časti, a ne u zakon. Likovi u vesternu okupljeni su oko kodeksa časti, a ne oko zakona. Lik lutalice, kauboja, ne vezuje se ni za kakvu društvenu strukturu – odatle potiče Goranova odbojnost prema klanovima. Celetoidi ovog tipa s margine su izravno pretvoreni u ličnosti koje promovišu komercijalni mediji. Margina Gorana

⁵⁸ “Moguće je poći od pretpostavke da ono što važi za ružnoću jednog predmeta i njegovu umetničku reprodukciju važi i za odnos između moralno ružnih predmeta i njihove umetničke reprodukcije. Ista dijalektika umetničkog stvaralaštva koja preobražava jedan fizički odbojan predmet u nešto umetnički privlačno, preobražava i jedan moralno odbojan predmet u nešto što ima prevashodno umetničku ili, bolje rečeno, izvesnu gnoseološku draž“ (Milošević, 1990: 25).

Todića ogleda se u nizu činjenica koje saznajemo kako *Veliki brat* napreduje; delimično i iz njegovog profila, a nešto i na osnovu napisa iz štampe. Iako školovani glumac, opredeljuje se za nešto drugačiji životni put i završava Akademiju za telohranitelje, te radi u timovima raznih političara. Između ostalog, bio je u obezbeđenju supruge Silvija Berlusconi.

Gogo Base je lik koji ide putem kojim se ređe ide i u rijalitiju želi to da pokaže. Iz ove vizure posmatrano, postoji posebna vrsta celetoida, tzv. celetoid – antijunak, koji predstavlja potkategoriju koja precezno reflektuje afinitete većine građana u našem društvu [Vukadinović, 2013: 115]. Gogo Base, ili Goran Todić, učesnik je rijaliti programa *Veliki brat* koji se emitovao tokom 2015, gde je vrlo uspešno stigao do finala. U finalnoj večeri, kao i ostali učesnici, vizuelno je bitno odudarao od uobičajenog pojavljivanja u dotadašnjem programu. Bio je glamurizovan, nosio je pantalone s tzv. *cow* printom ili šarom krave ili bika. Asocijacije koje prosečan gledalac može imati konzumirajući ovakve vizuelne sadržaje mogu biti, između ostalog: bik, kauboj, kaubojština. Njegov glamurizovani i estetizovani stil na finalnoj večeri nije slučajna, ako se uzme u obzir da je lik antijunaka svesno gradio i posedovao osobine koje generišu afinitete većine. Goran Todić u velikoj meri prihvata ovu analizu, o čemu svedoči *e-mail* intervju:

U finalnoj večeri, kao superfinalista, bili ste vrlo upečatljive pojavnosti. Naime, nosili ste *cow/bull* print pantalone. Da li je to bio Vaš lični izbor i, ukoliko jeste, šta simbolizuje ova šara, da li šalje neku poruku?

Pantalone sam napravio (ručni rad) u jednoj privatnoj radionici u Milanu. I od prirodnog su materijala. Po mojoj želji, snu. Kroj sam skinuo sa jednih mojih starih, najdražih pantalona jer su mi način štepa na pantalonama, kroj i *cow* stil bili od suštinske važnosti. Napravljene su prije 8 godina. Interesantno je što ih nikad prije nisam stavio. Nego onu završnu noć. Kao da su čekale svoj trenutak da profunkcionišu. I gle zaista se to desilo!!! Mislim da te zanima upravo to. Zašto *cow* print? Evo zašto, 83, 84 g. ja sam istraživao sve što se zove scenski pokret i tražio sam prilike preko raznih kurseva da dođem u kontakt sa materijom *scenski pokret*. Te godine u Sarajevo gdje sam ja počeo studirati Akademiju za pozorište i film došao je jedan slikar (crnogorskog porijekla) iz Pariza, Radovan Kragulj i radio je izložbu sa motivom krava. U okviru izložbe uradili smo performans krave na livadi, gdje smo imali kostime *cow* print. Taj prikaz je evidentno uticao na moje dalje razmišljanje. A u stvari sam performans je probudio nešto što je već bilo tu u meni ili svim nama. Taj odnos krave i tek rođenog djeteta preko mljeka je od našeg ljudskog prvog najbitnijeg kontakta sa životinjom. Ovaj odnos između djeteta i životinje je više od komunikacije jer je od životne važnosti kao što je

hrana. E zašto onda ne sljediti tu liniju odnosa??? Tako da pored sveg što si ti već primjetila i navela, sve to može da stoji, ali kao pojava i kao estetska paradigma: glamurizacija, kempizacija, egzotizacija i animalizacija. U funkciji stvaranja.

U izvesnoj meri, Gogo Base predstavlja savremeni oblik takozvanog *rainstone* kauboja. To je kauboj koji je svestan estetske snage efekata koje nudi pojavnost i koji je dobro procenio kakve efekte na emocije posmatrača ima njegovo prikazivanje. Ne koristi stakla visokog sjaja, ali odevna kombinacija na finalnoj večeri svedoči o svesti i, u ovom smislu, generisanog stila.

Performativnim prostorom emisije Isidore Bjelice na BK televiziji *Klot frket* dominirao je *cow print*. Ova šara slala je poruku egzistencijalnog insajderstva ili dobrodošlice, suštinskog pripadanja, narodskog raspoloženja, *folk friendly* atmosfere. Urbana i intelektualna glamur estetika, ipak, upućivala je na izvestan kemp odmak autorke i autsjaderski pogled putnika.

Marina Balgojević u tekstu *Nevidljivo telo i moćna bestelesnost – mediji u Srbiji devedesetih*, u okviru izdanja Centra za ženske studije *Žene, slike, izmišljaji*, govori o Lepoj Breni kao o pevačici prave ex-Yu orijentacije, muslimanskog porekla, koja je predstavljala „oličenje zdrave, otresite provincijalke (iz malog grada u Bosni), koja brzo uči i brzo se snalazi” [Blagojević, 2000: 195]. Blagojević nastavlja s opisom Breninog uspeha, koji je počivao na pozitivnoj energiji i zdravom erosu, kao i dobrodušnosti, afirmicaji nove ženske moći, koja kao argument nije imala samo izgled, već i preduzimljivost i pozitivnu energiju. Lepa Brena je poznata i po brojnim fizičkim transformacijama, pa tako i po tome što je među prvima bila podvrgnuta plastičnoj operaciji grudi, što je u to vreme bio skandal i zataškavalo se. Dejan Milićević, fotograf i reditelj muzičkih spotova folk muzičara, režirao je spot *Luda za tobom* (1996), u kojem se Brena vidi u portretnom planu, okreće se i menja fizički, transformiše se u damu, devojčicu, fitnes divu. Jedna od tih transformacija je animal print na koži. Lepa Brena je obeležila takozvani *prvi* talas neo-folka na prostorima bivše Jugoslavije.

Zlatan Dedić, autor knjige *Turbo folk zvijezda*, analizira turbo-folk fenomen kroz prikaz ženskih subjekata, kroz koji se podržava, kako on smatra, hetreonormativni model i uočavaju se prekoračenja zadatih okvira određenim pomakom ka emancipatorskim politikama. On Lepu Brenu svrstava među najreprezentativnije figure ili ženske subjekte turbo-folk muzike i kulture. Ona je konstrukt jugoslovenske heroine i jugoslovenska Barbika koja je, kako se njena karijera razvijala, postajala sve artikulisanija. U filmu Stanka Crnobrnje *Hajde da se volimo 3* Brena dobija epitet *nacionale*. U jednom u nizu spotova, čiji je cilj promovisanje lepote nacionalne folk dive, *Tamba*

Lamba, mi vidimo Brenu kao safari turistkinju u Africi, gde se životinjske šare smenjuju s prisustvom pravih životinja u safariju.

Spot za pesmu *Luda za tobom* je 2009. godine recikliran u spotu za pesmu *Izaberi* pevačkog dua sestara Karić, *D&D*. Spot se u tom smislu može smatrati i autocitatnošću, jer referiše na sopstveni kemp imaginarijum Dejana Milićevića. Lepa Brena je danas uspešna preduzetkinja i Žarana Papić u knjizi *Dvostruka prisutnost žena – snaga i slabost žena u masovnim medijima* navodi je kao uspešan i autentičan primer žene koja “koristi strategiju i pristup sopstvenoj ženstvenosti i svesno koristi proverene, komercijalno uspešne elemente i njima se poigrava zarad lične zarade i koristi i čak je okružuje tim muškaraca koji rade na uvećanju njenog bogatstva“ [Nikolić, 2016: 41].

Dugi talas neo-folka obeležila je Svetlana Ražnatović Ceca. Taj talas, kako dalje primećuje Blagojević, nastaje ne s pevačicama koje su provincijalke iz malih gradova nego sa sela, što odgovara opštem toku tadašnje retradicionalizacije i ruralizacije Srbije. Ceca dolazi iz sela na jugu Srbije i, kako Blagojević navodi, odgovara trendu pojužnjenja Srbije, koje je u neformalnom mnjenju Beograda bilo označeno iskazom – *što južnije to tužnije*.

Ceca je doživela brojne transformacije. U početnoj fazi slave, a nakon perioda detinjstva i rane mladosti, bila je udata za Željka Ražnatovića Arkana⁵⁹. Javno se pojavljivala u medijima u drugom stanju, što je bio prvi slučaj skidanja tabua s trudne žene u medijima. Blagojević dodaje da je ovo bilo moguće samo zato što je u pitanju, još nerođeno, ali važno srpsko dete.

Treći talas neo-folka obeležen je Jelenom Karleušom. Ona je, kako navodi Marina Blagojević, potpuna konstrukcija. Ona je konstruisana kao sex-simbol Srbije. U 1998. godini izdala je album na čijem se omotu nalazi njen portret s animal print pozadinom, pri čemu je i ona obučena u animal print haljinu. To je njen peti album po redu, za koji je tekstove svih osam pesama napisala Marina Tucaković.

Sledeći primer je celetoid, folk zvezda rijalitija, uklopljena u paradigmu glamurizacije i zoomorfizacije. Zorica Marković je učesnica rijaliti programa *Veliki brat* iz 2015. Ona je bivša pevačica i ugostiteljka, a fizički je vrlo slična Bet Gilroj (Beth Gilroy) u britanskoj sapunici *Ulica Koronejšn* (*Coronation Street*, 1960-). Ova *do it yourself* zvezda/celetoid veoma često nosi leopard šare, koje su postale redovni deo garderobe vlasnice paba Bet Gilroj u britanskoj sapunici.

Ona je, pre svega, iskusna radna žena [Gandl, Kasteli, 2007: 141]. Tokom rijalitija ona želi da pošalje poruku emancipovane, iskusne, ali, pre svega, jako vredne i radne žene. Analiziraćemo

⁵⁹ Željko Ražnatović - Arkan (Brežice, 1952 - Beograd, 2000) bio je osnivač i glavni komandant Srpske dobrovoljačke garde, koja je tokom ratova u Jugoslaviji stekla reputaciju ratnog profiterstva, kriminala i ratnih zločina. Takođe je bio osnivač i prvi predsednik Stranke srpskog jedinstva (1993-2000).

nekoliko situacija u kojima se Marković ponaša po pravilima ovog narativa. Ona se samoglamurizuje, ali i otkriva pravu prirodu, kako sama kaže, lava: “Ja sam jako fina, dobra i mirna. I ne diram nikoga. Ali mogu da budem razjareni lav. A kada se razjarim i razgoropadim u lava, onda me neće zaustaviti niko živ.“ Ona se u procesu samoglamurizacije, i donekle zoomorfizacije, u takozvanom profilnom predstavljanju učesnika, pojavljuje u zebra printu želeći da naglasi svoju krotku prirodu. Kako takmičenje napreduje, ona doživljava metamorfozu.

Bitna karakteristika glamura je spektakularnost. Neke od karakteristika spektakla su sledeće: "neposredno dejstvo na čula putem hipertrofiranih simbola veličanstvenosti i začaravanja" [Đorđević, 1997: 187]. Veruje se da privlačnost spektakla proističe iz njegove vizuelne ubedljivosti i nesposobnosti da zadrži pogled posmatrača. Gi Debor (Guy Debord), francuski marksistički teoretičar i filozof, u *Društvu spektakla* kaže da spektakl predstavlja društvene odnose posredovane slikama. Karakteristika animal printa kroz glamur gledano jesu: pojavnost, sinematičnost, filmičnost.

Dajer ističe u svojoj poznatoj studiji *Stars* da su zvezde reprezentacije ličnosti koje pojačavaju, legitimizuju ili povremeno menjaju rasprostranjene predrasude o tome šta znači biti osoba u ovom društvu [Dyer, 2003: 65]. Dajer o zvezdama govori kao o istaknutim harizmatičnim figurama koje imaju privilegovanu poziciju u definisanju društvenih uloga i tipova. Zbog toga publika ulazi u proces identifikacije sa zvezdama.

Vesna Zmijanac učestvovala je u rijaliti programu *VIP Survivor 2012*, koji je bio svojevrsni rasadnik amazonki, žena-ratnica. U sledećem poglavlju objasnićemo fenomen amazonki kroz primere Mije Begović i Stanije Dobrojević.

Survajvor Srbija VIP: Kostarika je srpsko-hrvatska takmičarsko-avanturistička TV emisija utemeljena na međunarodnoj TV franšizi *Survivor*. Rijaliti *Survivor* odvija se na nekoj egzotičnoj lokaciji. Svi učesnici podeljeni su u dva plemena. Svako pleme ima svoje ime, zastavu i određenu boju, a početni zadatak je da izgrade sklonište od materijala koje nađu u okruženju u kojem se nalaze, ali i od sredstava koja dobijaju kao nagradu tokom takmičenja. Postoje dve vrste izazova: nagrada i imunitet. U nagradnom izazovu takmičari se bore u osvajanju *luksuznih* stvari koje im nisu neophodne za osnovni život, ali olakšavaju boravak i čine ga ugodnijim, poput šibica, kremena, kraćih putovanja dalje od kampa.

Godine 2012. učesnice su, pored ostalih, bile Mia Begović, glumica iz Zagreba, i Stanija Dobrojević, celetoid zvezda iz Rume. “Na mnogim forumima izabrana je za najlepšu Srпкиnju, ali

joj je najdraža i najznačajnija titula *Najlepša Playboy golf devojka*” [www.novosti.rs]. Mia Begović je hrvatska glumica koja je bila popularna i u Jugoslaviji, kao vrlo mlada, uz sestru, takođe glumicu, Enu Begović. Ona je u kostarikanskom *Survajvoru* bila značajno starija od većine učesnika. “Sebe opisuje kao ženu borca i dobronamernu osobu koja zna da cilj ne opravdava sredstva. Granice koje se ne prelaze i obziri su nešto što ona podrazumeva” [<http://www.novosti.rs>]. Animal print deo je imaginarijuma koji služi za raspirivanje mita o amazonkama, ženama-ratnicama koje su se borile za jednakost polova. Edrijen Mejdžor (Adrienne Mayor), istoričarka i klasična folkloristkinja, piše da su na antičkim vazama prikazivane uvek kao izuzetno lepe, vatrene i hrabre. Mejdžor navodi činjenicu da su među antičkim vazama česte slike bile borbe *jedan na jedan*, gde neko od učesnika moli za milost. U slučaju amazonki ima hiljadu trista takvih slika i na samo nekoliko jedna od učesnica moli za milost, što upućuje na hrabrost amazonki. Kada je reč o savremenim amazonkama, one su kao realnost i kao san o jednakosti, uvek bile sa nama, izjavljuje Edrijen. Samo je ponekad taj vatreni amazonski duh sakriven od pogleda ili je čak potisnut. Upravo sada bukti još više u popularnoj kulturi [Mejdžor, 2014: 50].

Popularna kultura je generator mita o amazonkama. Kraljice džungle, strip junakinje crtane su u velikom broju slučajeva u kupaćim kostimima s animal printom, kratkim pantalonama i top majici s istim dezenom. Među likovima amazonki, devojaka iz džungle, strip junakinja su: Lorna – devojka iz džungle, *Cave Girl*, *Pantera Bionda*, *Tegra*, *Zegra*, *Shana the she-devil*, *Jungle Lil...*

U tezu o glamurizaciji svakodnevice, stvaranju celetoida, uklapa se i tekst rijaliti programa *Veliki brat*. *Veliki brat (Big brother)* je rijaliti program koji se u toj vrsti televizijskog programa prvi pojavio u svetu. Razvila ga je kompanija *Endemol Entertainment* u Holandiji, a u formi licence pojavljuje se u mnogim zemljama. "Program se zasniva na ideji da nikakav poseban talenat, umeće ili rad nisu potrebni da bi osoba postala medijski poznata. Konkretno, vreme koje učesnici – takmičari provode u kući jasno je organizovano oko viška dokolice u kojoj se svakodnevne aktivnosti poput spavanja ili pripreme hrane ponavljaju pred kamerama, uz povremeno organizovanje igara i ispunjavanje zadataka koje imaju za cilj zabavljanje gledalaca, stvaranje konflikata ili zbližavanje učesnika" [Vukadinović, 2013: 112]. Popularnost učesnika izgleda da potvrđuje da je poznatost radi poznatosti trijumfovala nad konceptima talenta i teškog rada. Prema mišljenju Maje Vukadinović, sticanje statusa poznate ličnosti na jednostavan način jedan je od glavnih motiva za učešće u tom programu. Profesorka statistike sa Stanforda Suzan Holms (Susan Holmes) na primeru britanskih talenat programa, u kojima se pojavljuju potencijalne muzičke zvezde, objašnjava da se proces transformacije običnih ljudi u slavne ličnosti u potpunosti odvija pred očima publike koja pristaje na koncept konstruisanja imidža.

Unutar objašnjenja rijaliti kulture neophodno je da objasnimo pojam selebritizacije. To je fenomen izazvan ubrzanim tehnološkim napretkom i obiljem medijskih platformi koje su nam na

raspolaganju. U središtu ovog fenomena, koji predstavlja koncept slave, nalaze se sami građani ili obični ljudi. Celetoidi su osobe koje su samo trenutno popularne, često jedino usled učešća u nekom rijaliti programu.

Celetoidi, odnosno obični slavni ljudi, postaju popularni učešćem u nekim TV formatima. O ovome je govorio pop-art umetnik Endi Vorhol (Andy Warhol) daleke 1968. godine, u okviru svog koncepta o *petnaest minuta slave*. Tobi Jang (Toby Young) uvodi pojam *celebritarijat* kao novu klasu koja se stalno obnavlja. Prema Jangu, odlika celebritarijata jeste da se stari članovi menjaju novima kroz organizovana nacionalna takmičenja u formi rijaliti programa u kojima se otkrivaju kandidati koji zaslužuju da budu promovisani u klasu slavni ličnosti. Status slavni ličnosti je fluidan i promenljiv i u velikoj meri zavisi od potreba i zahteva industrije medija. Celetoidi koje bismo opisali u ovom kontekstu su: Stefani Banić⁶⁰, učesnica *Velikog brata 2015*, i Stanija Dobrojević, učesnica rijaliti formata *Survajvor i Farma*. "U ovim emisijama poželjno je da se potencira seksualizovani imidž, a interesovanje medija dodatno se podstiče ulaskom u emotivnu vezu koja se odvija pred kamerama koju tabloidi i tabloidizovani mediji mesecima prate" [Vukadinović, 2013: 102].

Stefani Banić u serijalu rijalitija *Veliki brat* iz 2015. u većini situacija nosi helanke s leopard printom. Donji deo tela – noge za arhaičnu svest, koliko i za današnju podsvest, predstavlja sastavni deo, čak i ekvivalent, genitalnog sistema. Razlog tome je to što noge polaze ili rastu iz genitalne zone; samim tim pokazuju veću autonomnost u odnosu na, recimo, ruke, u relaciji prema razumu. Donji deo tela, prema tome, predstavlja ljudsku biološku ili animalnu prirodu [Nikos Čausidis, <http://www.anthroserbia.org>]. U ljudskoj istoriji čovek je veoma rano uvideo da su noge ono po čemu se ne razlikuje mnogo od životinja. To je jedna od motivišućih komponenti koje su inicirale totemističke koncepcije, prema kojima se ljudsko poreklo tj. antropogeneza vezuje za neku vrstu sakralizovane životinje, primećuje Čausidis. Ova zoomorfizacija ljudske seksualnosti je prisutna u mnogim jezičkim stereotipima, čak i u savremenim, koji muškarca i ženu poistovećuju s mužjacom ili ženkom neke životinje (mačka, riba, tigrica, koka). O ovome će biti više reči u poglavlju o zoomorfizaciji. Čausidis dalje primećuje da je na likovnom nivou ova zoo-seksualna koncepcija manifestovana likovnim predstavama zoomorfizovane ljudske figure čiji su donji delovi

⁶⁰ Majka joj je izabrala ime Stefani po Steffani Harper, glumici iz serije *Povratak u Idn (Return To Eden, 1983)*. Stefani Banić je završila srednju Trgovačku školu, ali ne radi jer, kako ona kaže, posla nema. Glavna okupacija su joj izlasci s društvom, uživanje u muzici, opijanju i lakim drogama. Sluša metal i rock&roll, ali se ne stidi ni da završi u narodnjačkom klubu. U životu se još traži, ali kad bi mogla najradije ne bi ništa radila. Zanimaju je tetovaže i pirsinzi. Voli životinje, posebno pse i konje. Nema izgrađene manire, te joj podrigivanje i dobacivanje ne predstavljaju problem. Pre ulaska u rijaliti širile su se glasine da Stefani voli žene. Međutim, dokazala je suprotno, i to već prvog dana, vatrenim seksom s Ervinom Mujakovićem. Klip je brzo postao jedan od najgledanijih domaćih klipova na *YouTube*-u. Steffani i Ervin su prva tri dana uzastopno spavali zajedno, što je smetalo pojedinim stanarima kuće *Velikog Brata*.

metamorfizovani u određeni deo tela neke životinje. Pri tome se najčešće radi o nogama koje se pretvaraju u noge neke životinje. Karakter mitskih bića pokazuje vezu zoomorfizacije s plodnošću. Uzevši u obzir ove činjenice, često se na čarapama, helankama i uskim pantalonama mogu naći motivi koji imitiraju šare na koži životinja. Mogući razlog bio bi, prema Čausudisu, da posredstvom ovog animalnog kostima predstavi životinju u sebi, tj. animalnu, biološku, stvaralačku prirodu svog donjeg dela. U slučaju Stefani Banić ovo objašnjenje je prihvatljivo, s obzirom na njeno insistiranje na seksualnom odnosu s Ervinom, drugim učesnikom istog šou-programa, i građenju imidža mlade devojke koja se prepušta strastima bez obzira na kamere.

Vladajuće predstave u društvu umnogome zavise od medijskog reprezentovanja, procesa kojim se pomoću medija proizvode i razmenjuju značenja unutar jedne kulture. Dok se nosi s mnoštvom različitosti, medijsko reprezentovanje predstavlja proces kojim se prepoznaje, imenuje i simbolički fiksira stvarnost. Mediji tipifikuju predstave kojima operišu, odnosno, mediji za određenu publiku re-kreiraju predstavu, re-presentuju objekat, osobu ili proces [Milivojević, 2004:12]. Kako se u tom procesu tipizacije nužno pojednostavljaju predstave raznovrsne i višeznačne stvarnosti, mediji vrlo lako umesto *tipova* nude *stereotype*, umesto afirmacije različitosti proizvode uprošćene i nekritičke predstave *drugosti* [Milivojević, 2004: 12-13]. Korišćenjem stereotipa mediji održavaju poželjne predstave, prikazujući ih članovima jedne društvene zajednice kao prirodno date.

Vladimir Bjeličić, srpski istoričar umetnosti, izdvaja Dejana Milićevića kao doslednog kemp imaginatora u regionalnim okvirima, upoređujući ga sa Dejvidom Lašapelom (David LaChapelle), komercijalnim američkim fotografom. „Reč je o precizno definisanoj strategiji baziranoj kako na kultu dive, tako i na kultu muškog tela.” Bjeličić ističe da iako Milićevića nije zanimao nikakav politički otklon od tadašnje nomenklature, afirmatorski potencijal u domenu foto/video komercijalnog, Milićevića ipak treba čitati u kemp ključu. Tome u prilog navodi sledeće karakteristike njegovog imaginarijuma: sklonost ka kopizmu, oponašanju stranih uzora i idola, fetišiziranje raskoši i luksuza, flambojantnost, pulsirajuća, nesputana senzualnost i seksualnost.

Stoja u spotu *Žena starija* nosi dugu haljinu s tigrastom šarom, spuštenih leđa, bez rukava, duboko dekoltiranu, dok sav ostali aksesoar pripada esteticu starog Holivuda i materijalnoj kulturi glamura: perle, muštikla, mrežaste čarape, perje. *Žena starija* u spotu je Suzana Mančić, večita *loto* devojka, koju navodimo kao zaseban primer unutar ovog poglavlja. Starija žena je fetišistička konstrukcija koja upućuje na mogućnost katalošskog izbora, a ukazuje na kemp poigravanje. *Žena starija* je direktna asocijacija na gospođu Robinson u filmu *Diplomac (The Graduate, 1967, Mike Nichols)* u kojem je mladog diplomca, kojeg tumači Dustin Hofman (Dustin Hoffman), zavela supruga očevog prijatelja, gospođa Robinson, En Bankroft (Ann Bancroft). Gospođa Robinson je paradigmatična figura nesputane žene koja se upušta u romansu s mlađim muškarcem. Gospođa Robinson nosi

širok spektar animal printa, od žirafe, preko leopard, do tigra. Ona je neko ko želi da bude primećen, što je u filmu vrlo vešto prikazano odabirom njene odeće.⁶¹ Na ovaj način, kemp imaginarijum Dejana Milićevića obogaćen je, u smislu efemernog spektakla, upotrebom citata kao sredstva radnika u popularnoj kulturi.

Uopšteno uzevši, čitav Milićevićev opus bogat je detaljima, preterivanjima, smešten u zonu rizičnog uživanja, pod stalnim uticajem baroka kao epohe koja je obilovala kitnjastim detaljima. Za barok je karakteristična i upotreba egzotičnih elemenata. Milićević unutar kemp paradigme objedinjuje glamur i egzotiku, podjednako tretirajući elemente i jednog i drugog. On je komercijalni fotograf, video snimatelj, poznat po referencama na istoriju umetnosti i po prenošenju društvenih poruka u fotografskom radu. Njegov rad okarakterisan je u procepu između neo-popa i fotošopa.⁶² Karakteristično za LaŠapela je upotreba visokog sjaja, jakih boja, hiperrealističnog stila, koji, paradoksalno, postaje nadrealan kada se realizuje na površini frejma. Visoki sjaj ekvivalentan je veštačkim dijamantima *rhinestone* kaubojka. Upotreba animal printa kao pozadine, kao dela kostima, kod njega je bila česta. Takođe je često fotografisao zebra koje su komodifikovane, a upućuju na afričke korene. To možemo uočiti na njegovim portretima Kulija (Coolio), američkog repera i glumca, Afroamerikanca, pevačice Alije (Aaliyah), Afroamerikanke, fotografisane u čita printu među palmama, kako bi se ukazala egzotična crta kao dominantna, Andre 3000, takođe Afroamerikanca, repera. U slučaju raskorenjenosti kod Afroamerikanca, ali i u slučajevima Leonarada di Kaprija i Dejvida Bekama, animal print je znak ili potpis kemp imaginarijuma Dejvida LaŠapela.

Milićevićeva barokna kemp ikonografija dobija svoje ekstenzije unutar video estetika drugih medijskih pojava. Konceptualno najafirmativniji primer unutar kvir zajednice, homoerotski estetizovan s kultom muškog tela je slučaj bugarskog pevača Azisa. U spotu za pesmu *Evala* animal print možemo videti u velikom broju Azisovih emanacija. Pjesma *Evala* direktna je referenca na spot koji je režirao Dejan Milićević za pesmu koju izvodi Svetlana Ražnatović Ceca, *Idi dok si mlad*. Pjesma je posveta lamberseksualcu⁶³ iz Cecinog spota, drvoseči u šumi. U Azisovom spotu lamberseksualac se pojavljuje s testerom, dok je sam Azis pop-kulturna inkarnacija Cece u sakou i cipelama s animal printom. Azis je našminkan, preplanulog tena.

Primera *drag queens*-a, koje *Rečnik seksualnih različitosti* razmatra kao “gej muškarca koji u javnost odlazi odeven i našminkan kao žena, namerno preterujući u takvom ponašanju i oblačenju”

⁶¹ Više o tome na <https://hollywoodrevue.wordpress.com/tag/anne-bancroft/>

⁶² Više o tome na <http://www.americansuburbx.com/2011/01/david-lachapelle-neo-pop-and-photoshop.html>

⁶³ eng. *lumbersexual*, modni trend muškaraca koji je karakterističan po kariranim flanelskim košuljama, planinarskim cipelama, vunanim džemperima i bradi.

[Nikolić, 1999: 65], imamo i kod celetoida prošlogodišnjeg *Velikog brata*, učesnice iz Makedonije, Andree Jokimovske.⁶⁴

Suzana Mančić, glumica, pevačica i TV voditeljka, u široj javnosti poznatija kao *loto* devojka, otpevala je rođendansku pesmu Vladimiru Putinu. Čestitka je osvanula na *You Tube*-u u produkciji dnevnog lista *Informer*, koji je tim povodom postao vidljiv i na ulicama Beograda u vidu bilborda, na kojima je pored velike fotografije Putina pisalo: *Spasibo, Putin!* Suzana Mančić peva poznatu rođendansku numeru *Happy Birthday, dear President!*. To je pesma koju je 19. maja 1962. otpevala Merilin Monro predsedniku Kenediju na proslavi njegovog 44. rođendana. Proslavi, koja je održana u *Madison Square Garden*, zatvorenoj areni u Njujorku, prisustvovalo je petnaest hiljada zvanica. Haljina u kojoj je Monro pevala pesmu postala je simbol te pesme i prodana je na aukciji 1999. za 1.26 miliona dolara. Svečanost je organizovala Demokratska partija. Našavši se u dilemi šta da obuče za tu priliku, Merilin je pozvala tadašnjeg čuvenog američkog dizajnera, Žana Luja, zatraživši mu da joj sašije haljinu kakvu pre nje nije nosila nijedna žena, ali da to bude haljina specijalno šivena za nju, kakvu ne bi mogla nijedna žena da obuče.⁶⁵

Suzana Mančić peva rođendansku pesmu Putinu u ambijentu svog doma, o čemu svedoče porodične fotografije koje se nalaze na komodi ispred koje ona stoji. Ambijent je ispunjen intimnim predmetima, kao što su porodične fotografije, veliko ogledalo, stoni i zidni satovi i slično. U ruci drži čašu šampanjca, baš kao što je i Merilin Monro ispijala dok su na njoj šili haljinu u kojoj je pevala Kenediju. Mančić nosi sivu bluzu kratkih rukava s leopard printom. Ovaj snimak⁶⁶, urađen u stilu *home videa*, stekao je status treš hita i izazvao je provokativne odjeke, s obzirom na to da Mančić peva na engleskom jeziku. Kako je bila diskreditovana u javnosti zbog objavljivanja pirivatnih snimaka seksualnog sadržaja, u ovom snimku postoji potencijal seksualnog skandala s Putinom.

Parovi je humoristično-zabavni program *Happy* televizije, koji se emituje već nekoliko sezona. Prvobitna koncepcija značajno je promenjena. U prvoj i drugoj sezoni učesnici su bili parovi koji su

⁶⁴ Stojan ima 43 godine i bivši je policajac iz Tetova u Makedoniji. Sada se zove Andrea Jakimovska jer sedam godina živi kao transrodna osoba. Otac je dvoje maloletne dece. Stojan/Andrea je završio srednju Medicinsku školu, zatim i Policijsku. Nakon sedam godina rada u Policiji dao je otkaz i odselio se u Norvešku, ali se vratio u Makedoniju. Supruga ga je napustila, socijalna služba mu je zabranila da viđa decu, uz objašnjenje da je on otac deci, a ne majka. To ga, kaže, jako boli i često zaplače. Tvrdi da su pokušali da ga ubiju, ali je uspeo da se spase. Misli da je to pokušala da učini njegova bivša žena, ali nema dokaza.

⁶⁵ Inspiraciju za haljinu Žan Luj je pronašao u zanosnom telu Merilin Monro, ali je problem nastao kod izbora materijala. Pošto nisu uspeali da nađu ono što su želeli, zadatak da naprave materijal lagan kao paukova mreža poveren je maloj privatnoj fabrici svile iz Francuske. Kada je materijal boje kože stigao u Ameriku tim dizajnera se sjatio da osmisli model haljine. Legenda kaže da je haljina šivena direktno na Merilin, koja je strpljivo stajala na stolici sa čašom šampanjca u ruci. Rezultat je bio haljina otvorenih leđa koja je na Merilin stajala kao da joj je druga koža, a tada je koštala neverovatnih 11.000 dolara.

⁶⁶ Snimak je na *You Tube*-u objavio dnevni list *Informer*.

to zaista i u stvarnom životu, supružnici, partneri, dok je u trećoj sezoni promenjen obrazac i učesnici ulaze individualno i *uparuju* se naknadno u toku emisije. Za ogromnu gledanost *Parova*, osim očiglednih provokativnih situacija, koje su često dvosmislene, ali najčešće režirane, najzaslužnija je činjenica da su učesnici ljudi koje smo doskora viđali samo u zavičaju bliskih rođaka, a pripadaju svetu za koji se veže tok podsvesti u Žižekovom diskursu i striptiz u narodnoj nošnji. Etno-egzotika u vidu zanosnih prsatih dugonogih starlet, koje su često u svađi s ostalim ukućanima, dramaturški je potpuno opravdani izbor koji donosi enormnu gledanost. Potrošačima tj. gledaocima se nudi nešto egzotično, senzualno i grešno, što bi se dopalo njihovoj tamnoj strani ličnosti. Leopard print povezivan je tokom istorije s besramnošću i samopouzdanjem, čime ovaj šou obiluje. Ovaj print odgovara kraljicama medijske džungle kojima ne treba kamuflaža, a medijski privlače paparace. Patrijarhalne vrednosti se učvršćuju, a mizoginija češće javlja, u ekonomskim krizama i krizama vrednosti, dok zapravo popularna kultura, koja je u ovom slučaju masovna, u društvu bede donosi prostituciju žene (Kronja u Nikolić, 2016: 133).

VII ZAVRŠNA RAZMATRANJA

Polazna hipoteza da animal print može biti predmet teorijske analize unutar četiri stilske paradigme ovim radom je potvrđena, pre svega, brojnošću primera u zadatim okvirima koji su se odnosili na period i region. Pronalaženjem primera u svim aspektima popularne kulture, filmu i masovnoj kulture, kao i analizom, došli smo do zaključka da animal print ima svoje karakteristike, šire uzevši, kroz sve četiri paradigme, a to su:

- paradoksalnost
- mimikričnost
- upadljivost
- sinematičnost
- fotogeničnost
- spektakularnost
- polimorfno obilje
- kemp-ualnost
- liminalnost
- zoomorfizam
- nepredvidivost

Objasnićemo sve osobine pojedinačno onako kako smo do njih došli u radu.

Paradigme	Osobine animal printa
Egzotizacija	Polimorfno obilje, liminalnost, paradoksalnost
Glamurizacija	Fotogeničnost, sinematičnost, upadljivost, spektakularnost, liminalnost, paradoksalnost
Kempizacija	Kempualnost, liminalnost, paradoksalnost
Zoomorfizacija	Liminalnost, upadljivost, mimikričnost, zoomorfizam, nepredvidivost, paradoksalnost

Tabela 1. Osobine animal printa prema kategorijama stilskih paradigmi

Na osnovu prethodne tabele vidimo da je osobina koja je zajednička za sve paradigme - liminalnost. Liminalnost se na taj način izdvojila kao ključna u čitanju animal printa i delimično postaje odgovor

na pitanje koje je sadržano unutar glavne hipoteze – medijsko predstavljanje animal printa, koji je životinjska šara u ovom radu analizirana kao segment odevnih predmeta ili kao deo narativnog odnosno performativnog prostora u kojem je sniman film, reklama ili video spot, a predstavlja privatni ili javni prostor kroz koji se kreću junaci filmova i TV serija, video spotova, stripova i slično, utiče na formiranje vrednosnih sudova i preispitivanje postojećih. Kako pruža uvid u drugu stranu svega, liminalna osobina dobija još više na značaju.

Paradoksalnost se odnosi na istovremenu mimikričnost i upadljivost, a to su dve suprotstavljene karakteristike, što otvara novo polje kontroverze. Mimikričnost se, pre svega, odnosi na zoomorfni aspekt ove šare i izvesna naučna istraživanja upućuju na visok stepen optičke iluzije koju ova šara proizvodi, kao i nepredvidivost, koja se dalje prenosi na plan simbolike. Mimikričnost se metaforički odnosi i na prilagođavanje klasnim ambijentima kojima se izvorno ne pripada. To objašnjava teorija mimikrije. Mimikričnost i optička iluzornost često podrazumevaju kretanje u grupi, krdu (ukoliko posmatramo naučno istraživanje doktora Haua o optičkim osobinama zebrinih šara). To nas ohrabruje da o animal printu razmišljamo kao o socijalnoj kategoriji. Upadljivost se odnosi na skretanje pažnje i komercijalni potencijal ove šare u svetlu šou biznisa. Ovde animal print posmatramo kroz paradigmu glamurizacije. Animal print, istovremeno, privlači ljude i skreće njihove misli. Tako on, gledano kroz stilsku paradigmu glamurizacije, predstavlja kulturu komercijalnog zavođenja. Sinematičnost se naslanja na optičke osobine koje imaju efektnost unutar pokretnih slika jer proizvode izvesne hipnotičke efekte. Jedan od najboljih primera za to je znak za berbernicu u anglosaksonskim zemljama – koji odaje utisak da se crveno-bela spirala na njemu *diže* kada se stub okreće. Telo u pokretu s animal printom kao ikonogramom dalje se prepoznaje u šamanskim ritualima. Fotogeničnost je objašnjena unutar stilske paradigme o glamurizaciji, gde je animal print deo materijalne kulture glamura. Kako glamur, kao i animal print, ima paradoksalnu prirodu, on ne treba da otkrije istinu nego da je sakrije. Glamur je izuzetno zavodljiv, pre svega se obraća očima i ima nameru da spektaklom začara i zaslepi kako bi se sakrilo obično, svakodnevno i komercijalno. Pre svega, glamur predstavlja estetiku ubeđivanja i privlačenja pažnje. Kempualnost animal print svrstava u liminalne kategorije. Životinjska šara prisutna je u svim podvrstama kempa, ali je dominantna u homoseksualnom kempu i sastavni je deo *drag dress code*-a. Travestiju objašnjavamo teorijom liminalnosti. Polimorfno obilje objašnjeno je u svetlu dvaju principa, zoomorfizacije i antropomorfizacije, jer animal print možemo posmatrati kao sredstvo u proizvodnji fantastične zoologije. Ona nastaje hibridizacijom raznih kombinacija čoveka i životinja. Izvorno, hibridi predstavljaju umnogostručenu: snagu, otpornost, instinkte, inteligenciju, zlo ili dobro.

Animal print predstavlja intertekstualnu konstrukciju, koja se proizvodi upotrebom različitih medija i kulturnih praksi. On može da se oslanja na radnju filma (ukoliko se radi o filmu), bilo koji narativni

prostor medijskog sadržaja, ali i ne mora. Animal print ima svoj diskurs. Ova teza ja dokazivana i potvrđena najviše u delu rada koji se bavi popularnom kulturom i kemp stilskom paradigmom. Citat, referenca, travestija, trans-tekstualnost i trans-narativnost osnovna su obeležja kempa i autorskih pristupa u popularnoj kulturi. Brojni primeri, pronađeni medijskom arheologijom, podrazumevali su filmove (*Sok od šljiva*, *Miris poljskog cveća*, *Mi nismo anđeli 1, 2 i 3*, *Gori vatra*, *Crna mačka*, *beli mačor*, *Slatko od snova*, *Klip*, *Ustav Republike Hrvatske*, *Gangster te voli*), TV serije (*Bolji život*, *Smogovci*, *Smogovci u domovinskom ratu*, *Odmori se, zaslužio si...*), rijaliti učesnike i celetoid zvezde (Andrea Jokimovska, Zorica Marković, Steffani Banić, Gogo Base...), muzičke izvođače – pevače i pevačice (Slađana Milošević, Rambo Amadeus, Oliver Mandić, *Let 3...*), medijske ličnosti različitih profila (Isidora Bjelica, Milić Vukašinović, Suzana Mančić, Luna Lu...). „Zvezde su označitelji određene epohe tj. simptom epohe koja generiše zaštitni znak ponašanja, oblačenja...” [Hayward 2003: 354].

FILM/STILSKA PARADIGMA	glamurizacija	zoomorfizacija	egzotizacija	kempizacija
WR MISTERIJE ORGANIZMA (Dušan Makavejev, 1971)		Milena Dravić u pidžami s animal printom.		
MIRIS POLJSKOG CVEĆA (Srđan Karanović, 1977)				Mica Trofrtaljka u haljini s tigrastom šarom peva pesmu na brodu.
SOK OD ŠLJIVA (Branko Baletić, 1981)	Vesna Zmijanac peva numeru <i>Uveli mi rumeni obrazi</i> u haljini bez rukava s jaguar printom.			

DAVITELJ PROTIV DAVITELJA (Slobodan Šijan, 1984)				Aleksandar Zeremski u ulozi travestiranog inspektora nosi šal s leopard printom.
MARBLE ASS (Želimir Žilnik, 1995)				Merlin/ka, glavni/a junak/inja nosi mini suknju s gepard printom. Ona je muškarac u ženskoj odeći.
U RALJAMA ŽIVOTA (Rajko Grlić, 1984)			Velimir Bata Živojinović u liku Trokrilnog nosi donji veš s leopard printom.	
CRNA MAČKA, BELI MAČOR (Emir Kusturica, 1998)			Matko Destanov, sitni švercer, nosi šubaru s leopard printom, poznatu kao <i>pill box hat</i> .	
MI NISMO ANĐELI (Srđan Dragojević, 1992)	Nikola Kojo u liku Nikole nosi kostim antijunaka u vidu jakne s <i>bull</i> printom.			
MI NISMO ANĐELI 3 (Petar Pašić, 2006)				Nikola Pejaković kao Dorijan u čijem

				kućnom ambijentu preovlađuju tigraste šare na jastucima i koža tigra na podu.
SLATKO OD SNOVA (Vladimir Živković, 1994)				Rambo Amadeus kao Bruno X nosi svoju poznatu bundu s leopard printom.
KAJMAK I MARMELADA (Branko Đurić Đuro, 2003)			Branko Đurić kao Bosanac nalazi se u ambijentu toplog doma, što simboliše cebe s animal printom.	
PANKOT NE E MRTOV (Vladimir Blaževski, 2011)	Pank glamur estetika u vidu kostima junakinje.			
GANGSTER TE VOLI (Nebojša Slijepčević, 2013)			Maja, Bugarka, nosi haljinu s jaguar printom.	
PARADA (Srđan Dragojević, 2011)			Hristina Popović kao Biserka u haljini s leopard printom, etnoegzotizovani	

			lik, prilagođava se različitim situacijama, što je stereotip balkanske žene.	
LIJEPE ŽENE PROLAZE KROZ GRAD (Želimir Žilnik, 1986)			Amazonke, lepe žene, nose kupaće kostime s animal printom.	
KLIP (Maja Miloš, 2012)		Zebra print je glavni aspekt narativnog prostora devojačke sobe jedne od protagonistkinja		
USTAV REPUBLIKE HRVATSKE (Rajko Grlić, 2016)				Nebojša Glogovac kao Katarina, travestija profesora istorije, transrodni identitet Vjeko Kralja, nosi haljinu s leopard printom.

Tabela 2. Filmovi (akteri ili scene) prema stilskim paradigmama

Tabela broj dva grafički je prikaz analize studije slučaja, gde su analizirani i problematizovani filmovi iz regiona kroz četiri stilske paradigme. Filmovi su razmatrani putem posmatranja njihove dominantne estetske komponente animal printa koji šalje vizuelnu poruku. Posmatrali smo uzorak od sedamnaest filmova. Naš uzorak nije iz reda reprezentativnih primera sa stanovišta statističke teorije. To je prigodan, nameran uzorak, teorijski mali. Biran je u skladu s informacionim horizontima autora, pri čemu se vodilo računa da uzorkom budu obuhvaćeni filmovi iz različitih perioda i iz različitih područja regiona. Ovakvim izborom nastojali smo da obuhvatimo filmove koji

su u vremenu nastajanja bili zapaženi, dok smo u izboru onih koji su nastali ranije vodili računa o njihovoj trajnosti. Svesni smo da ovako izabran uzorak ne garantuje zaključke s potpunom sigurnošću, ali verujemo da može biti dobar uvod u spoznaju značaja animal printa pri određivanju vrednosnih stavova u savremenoj kulturi i temelj nekim budućim istraživanjima ovog fenomena.

Među filmovima obuhvaćenim uzorkom nalaze se dva iz sedamdesetih, četiri iz osamdesetih i devedesetih godina, dva iz dve hiljaditih godina i šest iz poslednje dekade. Dakle, animal print u filmovima traje. Prisutan je svih godina iz vremenskog okvira posmatranja, a moglo bi se zaključiti, iako su u pitanju male razlike, da je animal print frekventniji u poslednjoj dekadi u filmovima u regionu. Naravno, na osnovu ovog uzorka bilo bi pretenciozno zaključiti da su raniji filmovi s učešćem animal printa podstakli njegovo češće prisustvo u novijim filmovima, ali i to je svakako tema za neko buduće istraživanje.

Paradigme zoomorfizacije i kempizacije pojavljuju se u filmovima iz sedamdesetih godina, glamurizacija, kempizacija i u dva slučaja egzotizacija u filmovima iz osamdesetih, devedesetih dominira kempizacija, ali se pojavljuje i egzotizacija i glamurizacija. U prvoj dekadi dve hiljaditih pojavljuje se kempizacija i egzotizacija, dok je u poslednjoj dekadi dominantna paradigma egzotizacije, a preostale paradigme javljaju se u po jednom primeru. Šta je uzrok ili, tačnije rečeno, šta su uzroci dominacije pojedinih paradigmi u različitim vremenima? To je pitanje koje zahteva veoma ozbiljnu analizu spleta okolnosti koji pripadaju različitim vremenima i brojnih faktora koji su izazivali promene, njihove snage i brzine delovanja.

Fimovi su prema zemlji porekla raspoređeni na sledeći način: šest filmova iz SFRJ, sedam iz Srbije, dva iz Hrvatske, jedan iz Slovenije i jedan iz Makedonije. Pojava animal printa u svim zemljama regiona govori u prilog njegove sveprisutnosti, ali može govoriti i o ujednačenosti kulturnog ambijenta u zemljama regiona. Zato nije neobično da kod izvesnih primera dolazi do preklapanja paradigmi, iako to nije tabelom posebno naznačeno, niti u prethodnom tekstu na koji se tabela odnosi. Dužni smo da navedemo i objasnimo i te primere. Vesna Zmijanac je primer globalne folk dive i, kao takvu, kategorisali smo je kao primer estetske paradigme glamura, ali kako animal print pripada somatskim i afektivnim tehnikama u radnim praksama folk pevačica, možemo ga u izvesnom smislu posmatrati i kao element ritualnog zavođenja, pa tako pripada zoni zoomorfizacije.

Primeri su rodno potpuno ravnomerno raspoređeni jer je broj muških i ženskih primera izjednačen.

TV SERIJE / STILSKA PARADIGMA	glamurizacija	zoomorfizacija	egzotizacija	kempizacija
BOLJI ŽIVOT (M. Vukobratović, A. Đukić, A. Đorđević, 1987)	U sceni na sudu Svetlana Bojković kao Emilija Konstantinović nosi haljinu na kopčanje s pojasom s animal printom			
SMOGOVC (Milivoj Puhlovski, 1987)				Ćebe s leopard printom u epizodi <i>Kviskoteka</i> kao metafora egzistencijalnog autsajderstva i distanciranosti.
SMOGOVC U DOMOVINSKOM RATU (Milivoj Puhlovski, 1996)	Ksenija Pajić kao Nina nosi jaknu-mantil s leopard printom visokog sjaja.			
ODMORI SE, ZASLUŽIO SI		Ustaljeni ritam Nene Kosmičkog je uzdrman i		

(N. Hitrec, S. Tribuson, D. Žarković, I. Filakovity, 2006)		medicinska sestra u mantilu sa zebra printom biva stereotipno metamorfozirana.		
VRATIĆE SE RODE (Goran Gajić, 2007)			Automobil Duleta Pacova s presvlakama s gepard printom.	
LJUBAV U ZALEĐU (B. Ivanda Z. Budak S. Tomić, 2005)	Film obiluje animal printom u scenama ambijenata narativa.			

Tabela 3. TV serije (akteri i scene) prema stilskim paradigmama

Tabelarni prikaz TV serija, odnosno scena i aktera prema stilskim paradigmama, ilustruje deo teksta koji se odnosi na analizu slučaja TV serija iz regiona. Posmatrali smo uzorak od šest televizijskih serija. Kao i u slučaju filmova, što smo videi u tabeli broj 2, uzorak nije iz reda reprezentativnih primeraka sa stanovišta statističke teorije. To je prigodan, nameran uzorak, teorijski i mali, kao i u tabeli 2. Biran je u skladu s informacionim horizontima autora, gde se vodilo računa da u njega uđu TV serije iz različitih perioda i iz različitih područja regiona (koliko je to bilo moguće). Dve TV serije snimljene su u periodu SFRJ, tri su hrvatske produkcije, dok je jedna srpska. Ovde je bitno naglasiti da se nismo bavili sitkomima, među kojima sada ima nekoliko koje je moguće analizirati u diskursu animal printa. Paradigme su pravilno raspoređene, s blagom prednošću glamurizacije. Animal print kao odevni aspekt zastupljen je tri puta i isto toliko kao dekorativni aspekt prostora narativa.

PRIMERI POP - KULTURE / STILSKA PARADIGMA	glamurizacija	zoomorfizacija	egzotizacija	kempizacija
OLIVERA KATARINA VUČO			Na omotu za singl ploču <i>Himna</i> <i>čoveku</i> u haljini je s tigar printom	
LADA FURLAN ZABORAC, bas gitaristkinja <i>surf benda</i> <i>Bambi Molesters</i>	Česta upotreba jaguar, gepard i tigar printa na kaišu gitare			
LET 3				Na omotu za album J.T.U D. leopard print je dominantan
KREŠO I KISELE KIŠE	Bunda jednog člana benda je s animal printom u spotu <i>Inače</i>			
SLAĐANA MILOŠEVIĆ	Na omotima ploča <i>Sexy</i> <i>dama</i> i <i>Neutral</i> <i>design</i> vidljiva je veza pop			

	dive i animal printa.			
OLIVER MANDIĆ	Na omotu albuma <i>Probaj me</i> Mandić je u plavoj bluzi s tigrastom šarom			Često je poigravanje sa travestijom
ZANA NIMANI	Na omotu za album <i>Dodirni mi kolena</i> Zana nosi kaiš s gepard printom			
LABORATORIJA ZVUKA	Vilmoš Kauboj u pantalonama s tigar printom			

Tabela 4. Primeri popularne kulture prema stilskim paradigmama

Tabela četiri je grafički prikaz gde imamo dve promenljive kategorije: primere popularne kulture iz regiona i stilske paradigme. U tabeli četiri vidimo osam primera popularne kulture. To su vokalno-instrumentalni izvođači, solisti – pet primera, tzv. Bendovi, rok ili pop grupe – tri primera. Paradigma glamurizacije dominira čak u šest primera i ovde je pokazano da je glamur kultura komercijalnog zavodjenja odnosno, kako bi se izvođači lakše probili na pop tržištu pribegavaju tehnikama glamura. U dva primera prisutna je paradigma kempizacije, dok egzotizaciju nalazimo samo u jednom primeru. Kao i u prethodnim tabelama, uzorak nije iz reda reprezentativnih primeraka sa stanovišta statističke teorije. To je prigodan, nameran uzorak, teorijski i mali.

Zaključak se u prvom delu razvija u tri pravca, dok se u drugom delu zaključnih razmatranja razdvaja na četiri koloseka, u skladu sa stilskim paradigmama. Prva grupa zaključnih razmišljanja tiče se odnosa animal printa i mode. Paradoks animal printa, posmatrano kroz prizmu paradoksa primarne funkcije mode, može se dodatno objasniti u prostoru između težnje tela da izbegne označenost ali i potrebe da se oponaša nezapadnjačka uronjenost u prirodno i animalno. Prva modna kuća koja je prepoznala animal print kao reputacijski znak bila je *Kristijan Dior (Christian Dior)*. Njegova kolekcija *Novi izgled (New Look, 1947.)*, predstavila je dve leopard haljine, jednu srednje dužine, za dan, i drugu, svilenu afričku haljinu za noć. Drugi vodeći uticaj tokom vremena postao je *MGM-ov* dizajner “Gilbert” Adrian, koji je tokom četrdesetih i pedesetih godina

dvadesetog veka oblačio glumice u odeću s leopard printom. S *Diorovom* kolekcijom *Novi izgled* i Adrianovom upotrebom šare u filmovima životinjska šara počela je da biva povezivana s holivudskim selebritijama, kao što su Elizabet Tejlor i Merilin Monro, koja nosi šal s leopard šarom na medenom mesecu sa Džoom Dimadijom. S tako velikom prisutnošću među slavnima, leopard šara zadobila je rastući stepen trenda i postala široko prihvaćena unutar mejnstrima. Jednom, kada se nađe unutar mejnstrima trend je u kulminirajućoj fazi, rečeno modnim rečnikom. Povremeni, ali i stalni, povratak animal printa u ciklusima mode, po Elizabet Morano, može da se pripiše sledećim faktorima:

- kreira elegantan utisak
- ili nešto više *fanki*
- omogućava smeliji izgled
- primenljiv je u svim godišnjim dobima
- nije strogo vezan za određeni stil ili meteorološku odrednicu, evocira nostalgiju, bilo za pedesetima i seksi retro izgledom ili za pračovekom

Deo koji se odnosi na egzotiku karakteriše animal print kao polimorfno obilje značenja. U tom smislu nameće se teorija mimikrije i hibrida Homija Babe. Animal print ovde razmatramo u okvirima artikulisanja postkolonijalnog identiteta. Tako posmatrano, mi možemo reći da animal print nudi subverzivna tumačenja i promenu vrednosne matrice, jer kao što je životinjska koža bila prva moda, tako je životinjska šara pokušaj povratka na početak. Životinjske kože u početku su bile skupocene i smatrane luksuzom, dok su razvojem društva simulacije i simulakruma, nastajanjem sintetičkih materijala, proizvedeni i jeftini materijali s animal printom.

Tretman tela je široko obuhvaćen postulatima Done Haravej u *Manifestu za kiborge*, kao i konceptima druge kože, gde je odeća sastavni deo tela i čini novu hibridnu tvorevinu koja je neraskidiv deo tela. Animal print posmatramo u diskursu koji razvija Žarko Paić u knjizi *Vrtoglavica u modi: Prema vizualnoj semiotici tijela*. Paić, naime, konstatuje da moda nije samo znak ljudske potrebe za dopadljivošću, niti estetska moć zavodjenja, ali ni prikaz ili predodžba društvenog statusa i prestiža. Nije, međutim, ni dokaz identiteta, ali jeste pojavnost univerzalne slobode tela. On želi da dokaže da se pred našim očima odigrava najspektakularniji čin preobražaja savremene mode u živu sliku tela. Paić objašnjava da se sada kada više nema razloga za večnu hiperproizvodnju i potrošnju novog, vrtimo vrtoglavo u krugu recikliranja prošlosti. Okvir popularne kulture koji razmatra animal print podrazumeva kontekst, diskurs, referencijalnost, ali i metatekstualnost. Metatekstualnost, metanarativnost i metaforičnost česte su odlike tekstova u popularnoj kulturi gde jedan tekst predstavlja metaforu za drugi. Tako posmatrano, animal print

predstavlja metaprint i njegova metapozicioniranost ogleda se u metaforama gde i sam prefiks meta predstavlja *s one strane* i implicira pređenu granicu. U metafori značenje prelazi preko granice, uspostavlja novi identitet. Prelazak značenja i kreatnje tumačenja korespondira s liminalnošću i iskustvima prelaza u performativnom prostoru o kojem govori prvo Viktor Turner, a kasnije Erika Fišer Lihte. Veoma bitne karakteristike animal printa, posmatrano unutar egzotizacije, a od opšteg su značaja i predstavljaju osnovu za generalno zaključivanje, su multikulturalizam i *crossover* identiteti. Multikulturalizam se objašnjava na nekoliko načina. Prvi je da se u savremenim liberalnim zapadnjačkim društvima, pojam odnosi na doktrinu ili ideologiju priznavanja kolektivnih prava određenim rasnim, nacionalnim i etničkim skupinama kao izvornim narodima, koji ne čine homogenu belu strukturu. Drugo značenje pojma je stvaranje izvesnog modela kulturnog pluralizma, demokratizacije kulture i kulturnog priznavanja drugih identiteta u postnacionalnim državama Zapada. Poslednje značenje odnosi se na očuvanje kulturnog identiteta stranaca ili drugih u multirasnim i multinacionalnim državama. *Crossover* moda rezultat je ukrštanja različitih identiteta. Njena osnovna karakteristika je hibridnost. To je ideja pomoću koje se nastoji objasniti problem nebelačkog stanovništva u Americi, Kanadi, Evropi i Australiji. To je fenomen koji objašnjava vekovno ropstvo nebelačkih skupina naroda i rasa iz zemalja *trećeg sveta* i neprekinuti istorijski identitet robova. Oni su, kao i njihovi gospodari, izmešteni i danas su neko drugi, ali su u potrazi za korenima, koji se teško pronalaze osim u antropološkim muzejima istorije. Hibridnost je, zapravo, znak raskorenjenosti identiteta i uronjenosti u multikulturne svetove. Paić definiše *crossover* kao hibridizovanje novog postmodernog subjekta, koji je nužno transnacionalan drugi, bez fiksnog lokalnog prostora. Elementi egzotičnog romskog kiča su, a to su ujedno i karakteristike životinjske šare: raspojasanost, eklektizam, hibridnost. Rome možemo povezati sa *blax*-ima, među kojima dominira *crossover* estetika. Karakteristike *crossover*-a su:

- eklektika
- afro-look

Crossover je znak novog identiteta rasno-etničkog otpora vladajućoj kulturi.

Afro-look podrazumeva subverziju. Karakteristike afro izgleda su, pored afro frizure: kovrdže, pletenice, obnažene grudi, mini suknje, animal print. Džimi Hendriks s prvim bendom, *Curtis Night and Squares*, pojavljivao se upravo u gepard printu. Hipotezu da animal print ima subverzivni potencijal potvrđujemo materijalnom kulturom *afro-look*-a, o kojem govori Paić.

Ukoliko posmatramo animal print i popularnu kulturu potrebno je istaći dva termina, a to su fluidni kontekst i emancipacija konteksta. Pitanja fluidnog konteksta i emancipacije konteksta omogućavaju nam proveravanje i dokazivanje pomoćne hipoteze da animal print predstavlja

intertekstualnu konstrukciju koja se proizvodi upotrebom različitih medija i kulturnih praksi. Animal print podleže različitim kulturnim praksama lokalnog prevođenja i ne može se govoriti o jednom uniformnom obrascu po kojem možemo tumačiti animal print jer se on uvek uvek odnosi na lokalnu tradiciju. Bart u postmodernističkom diskursu smatra da moda više ne naturalizuje istoriju nego da denaturalizuje prirodu, dovodeći u pitanje kategorije pola i identiteta, a uz to nudi alternative. Analogno tome, animal print prema Bartovom diskursu poprima odlike transvestitskog izvođenja. Animal print je znak koji se u odnosu na kontekst ili, bolje rečeno, fluidni konteskt. postavlja u odnos igre značenja. U svetlu dvaju principa, zoomorfizacije i antropomorfizacije, animal print možemo posmatrati kao sredstvo u proizvodnji fantastične zoologije. Nastaje hibridizacijom raznih vrsta kombinacija čoveka i životinja. Izvorno, hibridi predstavljaju umnogostručenu: snagu, otpornost, instinkte, inteligenciju, zlo ili dobro. Te osobine umnogostručene su do one mere koja bi zadovoljila „spoznajne, emotivne i estetske težnje onih koji su ih stvorili“ [Visković, 2009: 77]. Prema Salzeu, “životinje su uvek shvatane kao izvor ili posrednici spasenja ili propadanja temeljnih ljudskih vrednosti”. Životinje su uvek bile privilegovani predmet žrtvenog darivanja zoomorfnim i antropomorfnim nadnaravnim silama. Zoomorfni prikazi u vidu animal printa preispituju temeljne ljudske vrednosti i time pomažu u proveravanju teze da je animal print subverzivan i da menja vrednosnu matricu.

SPISAK ILUSTRACIJA - FOTOGRAFIJA

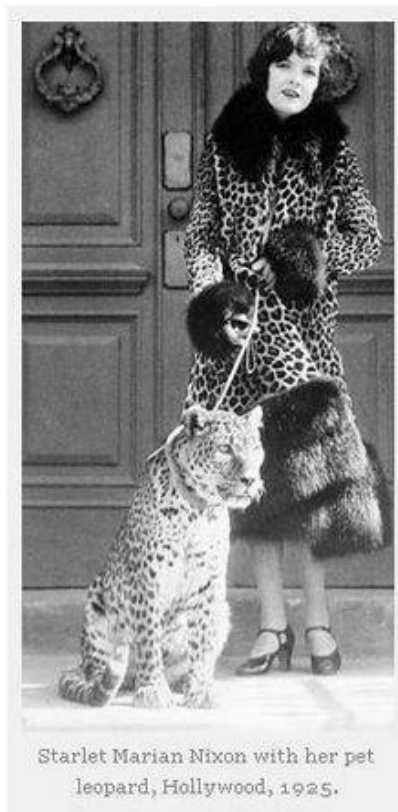
1. Starleta Marian Nikson svojim ljubimcem leopardom, Holivud, 1925.
2. Muza Kristijana Diora u leopard printu i svilena haljina *Dior* iz 1947.
3. Merilin Monro nosi šal s leopard šarom na medenom mesecu sa Džoom Dimadijom
4. Beti Pejdž i fotografkinja Bani Jeger, 1954.
5. Isečak iz filma *Kleopatra* (*Cleopatra*, 1963, Joseph L. Mankiewicz). Dizajn kostima: Vitorio Ninjo Novareze (Vittorio Nino Novarese). Ričard Barton (Richard Burton) u ulozi Marka Aurelija
6. Naslovna strana romana *Vajat Erp - Levoruki strelac*, broj 138
7. Bend *Curtis Knight & The Squires* u leopard print košuljama
8. Milena Dravić u animal printu u filmu *WR Misterije organizma* (Dušan Makavejev, 1971)
9. Isečak iz filma *Klip* (Maja Miloš, 2012)
10. Isečak iz filma *Klip* (Maja Miloš, 2012)
11. Vesna Zmijanac u haljini s gepard printom u filmu *Sok od šljiva* (Branko Baletić, 1981)
12. Folk diva Vesna Zmijanac u bluzi s jaguar printom
13. Branka Katić kao Turbo Suki u filmu *Rane* (Srđan Dragojević, 1998)
14. TV film *Dva sata kvalitetnog TV programa* (Srđan Dragojević, 1994)
15. Nebojša Glogovac kao Katarina/Vjeko Kralj u filmu *Ustav Republike Hrvatske* (Rajko Grlić, 2016)
16. *Neki to vole vruće* (*Some Like It Hot*, Billy Wilder, 1959)
17. Scena iz filma *Davitelj protiv davitelja* (Slobodan Šijan, 1984)
18. Scena iz filma *Marble Ass* (Želimir Žilnik, 1995)
19. Ambijent s tigar printom iz scene u filmu *Mi nismo anđeli 3* (Petar Pašić, 2004)
20. Isečak iz filma *Gori vatra* (Pjer Žalica, 2004)
21. Branko Đurić Đuro kao Bosanac u filmu *Kajmak i marmelada* (Branko Đurić Đuro, 2002)
22. Nikola Kojo kao Nikola u filmu *Mi nismo anđeli 2* (Srđan Dragojević, 2005)
23. Isečak iz filma *Klip* (Maja Miloš, 2012)
24. Rambo Amadeus kao Bruno X u filmu *Slatko od snova* (Vladimir Živković, 1994)
25. Matko Destanov u šubari s leopard printom u filmu *Crna mačka, beli mačor* (Emir Kusturica, 1998)
26. Scena iz filma *Crna mačka, beli mačor* (Emir Kusturica, 1998)
27. Hristina Popović kao Biserka u leopard printu u filmu *Parada* (Srđan Dragojević, 2011)
28. Scena sa snimanja filma *Lijepa žena prolaze kroz grad* (Želimir Žilnik, 1986)
29. Kadar iz filma *Gangster te voli* (Nebojša Slijepčević, 2013)

30. Plakat za film *U raljama života* (Rajko Grlić, 1984)
31. Nikola Kojo u jakni s cow printom u filmu *Mi nismo anđeli I* (Srđan Dragojević, 1992)
32. Scena iz hrvatske serije *Odmori se, zaslužio si*
33. Svetlana Bojković kao Emilija Popadić u mantilu s leopard printom u isečku iz 1. Episode
34. Srđan Žika Todorović kao Dule Pacov u TV seriji *Vratiće se rode* (Goran Gajić, 2008)
35. *Lice s ožiljkom* (*Scareface*, Brajan de Palma, 1983)
36. Čebe s animal printom u seriji *Smogovci*, epizoda *Kviskoteka*
37. Isečak iz 3. epizode telenovele *Vila Marija*
38. Isečak iz 5. epizode serije *Ljubav u zaleđu*
39. Lada Furlan Zaborac, bas gitaristkinja surf benda *Bambi Molesters*
40. Dizajner Juraj Zigman i članovi grupe *Let 3* u kostimima s animal printom (novilist.hr) foto: Sergej Drechsler
41. Kadar iz spota KKK za pesmu *Inač*
42. Oliver Mandić u tigar printu na omotu CD izdanja albuma *Probaj me*
43. Kadar iz filma *Pank nije mrtav* (Vladimir Blaževski, 2013)
44. Slađana Milošević na naslovnoj strani *Zabavnika ZEZ*, 1984.
45. Slađana Milošević na omotu ploče *Neutral Design*
46. Slađana Milošević na omotu ploče *Sexy dama*
47. Zana Nimanu u *snake* printu
48. Omot za ploču grupe Zana *Dodirni mi kolena* (1982)
49. Pop i dens zvezda Marina Perazić u bluzi s leopard printom
50. Isidora Bjelica u bundi i sa šubarom s leopard printom
51. Suzana Zlatanović - Luna Lu
52. Vilmoš Kauboj i *Laboratorija zvuka*
53. Rambo Amadeus u mantilu s leopard printom u gradskom prevozu
54. Milić Vukašinović u sakou s cow printom u rijalitiju *Veliki brat*, sezona 2013.
55. Gogo Base finalne večeri *Velikog brata* u pantalonama s cow printom, sezona 2015.
56. Foto isečak iz *You tube* prikaza TV emisije Isidore Bjelice *Klot Frket*
57. Spot za pesmu Lepe Brene *Luda za tobom* u režiji Dejana Milićevića
58. Spot za pesmu *Izaberi* grupe *D&D* u režiji Dejana Milićevića
59. Spot za pesmu *Izaberi* grupe *D&D* u režiji Dejana Milićevića
60. Lepa Brena u žiriju *Zvezda Granda* u leopard printu
61. Svetlana Ceca Ražnatović na snimanju TV šou-programa *Pinkove zvezde*
62. Omot za album Jelene Karleuše *Gili, Gili*, 1999.

63. Zorica Marković, profil učesnika *Velikog brata* 2015.
64. Bet Gilroj u britanskoj sapunici *Conorotion Street*
65. Amazonke u rijaliti programu *Survajvor Srbija VIP: Kostarika* (2012)
66. Naslovne strane stripova u kojima su glavne junakinje amazonke, kraljice džungle
67. Stefani Banić u helankama s leopard printom, *Veliki brat* sezona 2015.
68. Reljef u kamenu (romanička umetnost), San Pedro di Galigans, Herona
69. Stoja u haljini sa šarom tigra u spotu za pesmu *Žena starija* u režiji Dejana Milićevića
70. En Bankroft u animal printu u filmu *Diplomac* (Majk Nikols, 1967)
71. Dejvid Bekam, portret Dejvida la Šapela
72. Leonardo di Kaprio, portret Dejvida la Šapela
73. Kadar iz spota za pesmu Azisa *Evala*
74. Andrea Jokimovska, profil učesnika *Velikog brata* 2015.
75. Suzana Mančić peva rođendansku pesmu Vladimiru Putinu
76. Suzana Mančić gostuje u TV emisiji *Profil*
77. Kadar iz TV serije *Novine* (Dalibor Matanić, 2016)
78. Omot singl ploče *Himna čoveku* Olivera Vučo (1969)

Appendix

Fotografije



1. Starleta Marian Nikson sa svojim ljubimcem, Holivud, 1925.



Figure 3

Christian Dior's Muse Mitzah Bricard in her signature leopard print



Figure 4

Silk chiffon dress from Christian Dior's 1947 New Look Collection

2. Muza Kristijana Diora u leopard printu i svilena haljina *Dior* iz 1947.



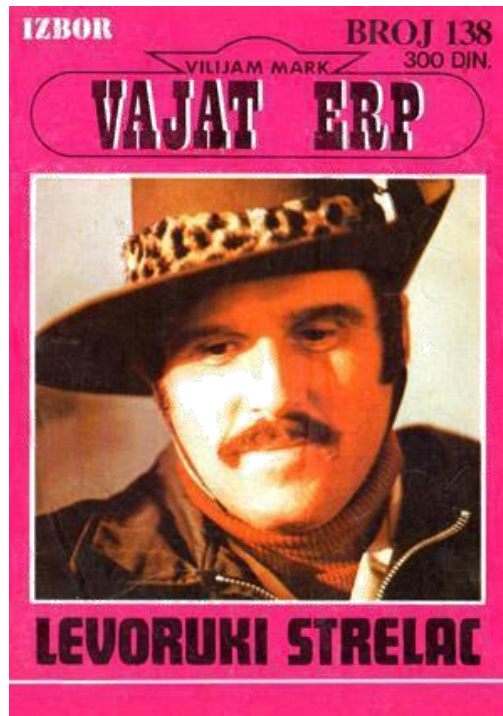
3. Merilin Monro nosi šal sa šarom leoparda na medenom mesecu sa Džoom Dimadijom



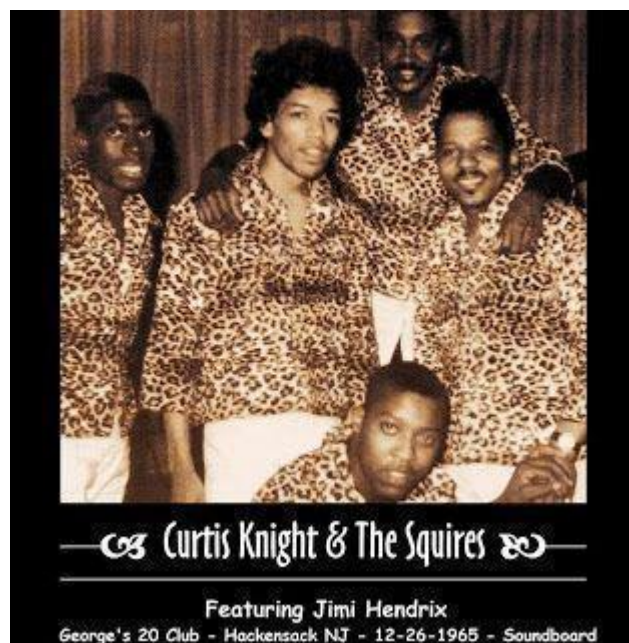
4. Beti Pejdž i fotografkinja Bani Jeger, 1954.



5. Isečak iz filma *Kleopatra* (*Cleopatra*, Joseph L. Mankiewicz, 1963). Dizajn kostima: Vitorio Ninjo Novareze (Vittorio Nino Novarese). Ričard Barton (Richard Burton) u ulozi Marka Aurelija



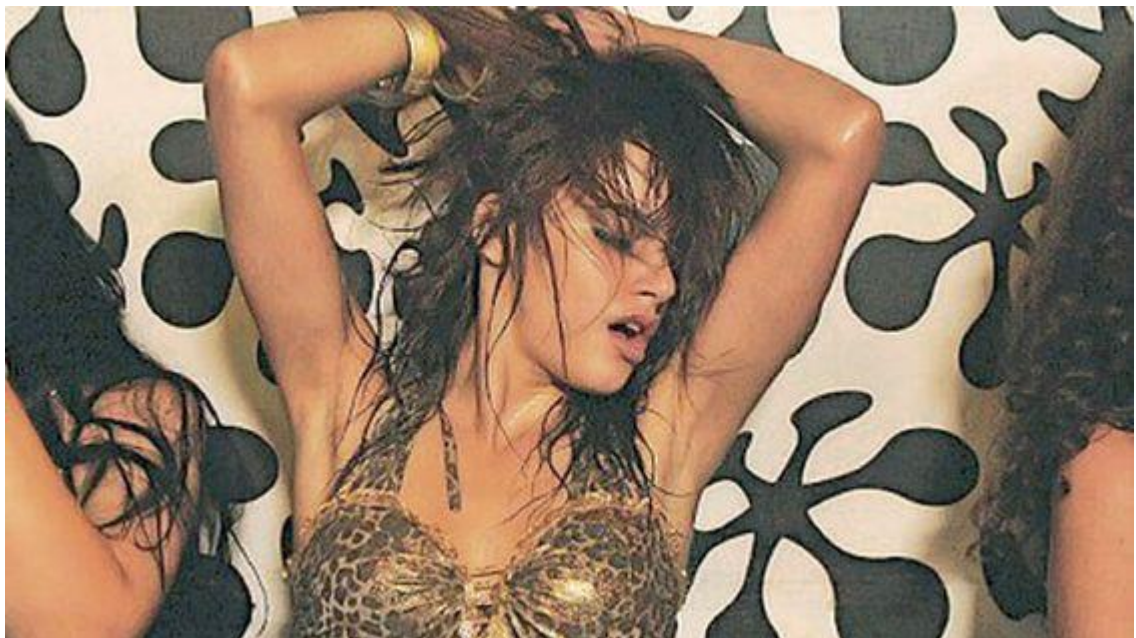
6. Naslovna strana romana *Vajat Erp - Levoruki strelac*, broj 138



7. Bend *Curtis Knight & The Squires* u leopard print košuljama



8 .Milena Dravić u animal printu u filmu *WR Misterije organizma* (Dušan Makavejev, 1971)



9. Scena iz filma *Klip* (Maja Miloš, 2012)



10. Scena iz filma *Klip* (Maja Miloš, 2012)



11. Vesna Zmijanac u haljini s jaguar printom u filmu *Sok od šljiva* (Branko Baletić, 1981)



12. Folk diva Vesna Zmijanac u bluzi s jaguar printom



13. Branka Katić kao Turbo Suki u filmu *Rane* (Srđan Dragojević, 1998)



14. Televizijski film *Dva sata kvalitetnog TV programa* (Srđan Dragojević, 1994).



15. Nebojša Glogovac kao Katarina/Vjeko Kralj u filmu *Ustav Republike Hrvatske* (Rajko Grlić, 2016)



16. *Neki to vole vruće* (*Some Like It Hot*, Billy Wilder, 1959)



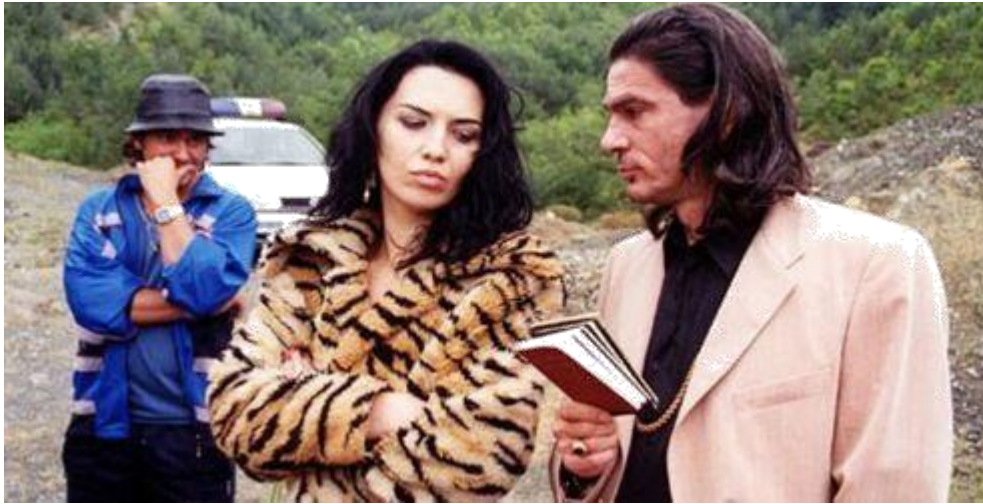
17. Scena iz filma *Davitelj protiv davitelja* (Slobodan Šijan, 1984)



18. Scena iz filma *Marble Ass* (Želimir Žilnik, 1995)



19. Ambijent s tigar printom iz scene u filmu *Mi nismo anđeli 3* (Petar Pašić, 2006)



20. Scena iz filma *Gori vatra* (Pjer Žalica, 2004)



21. Branko Đurić Đuro u filmu *Kajmak i marmelada* (Branko Đurić Đuro, 2002)



22. Nikola Kojo u filmu *Mi nismo anđeli 2* (Srđan Dragojević, 2005)



23. Isečak iz filma *Klip* (Maja Miloš, 2012)



24. Rambo Amadeus kao Bruno X u filmu *Slatko od snova* (Vladimir Živković, 1994)



25. Matko Destanov u šubari s leopard printom u filmu *Crna mačka, beli mačor* (Emir Kusturica, 1998)



26. Scena iz filma *Crna mačka, beli mačor* (Emir Kusturica, 1998)



27. Hristina Popović kao Biserka u leopard printu u filmu *Parada* (Srđan Dragojević, 2011)



28. Scena sa snimanja filma *Lijepa žena prolazi kroz grad* (Želimir Žilnik, 1986)



29. Kadar iz filma *Gangster te voli* (Nebojša Slijepčević, 2013)



30. Plakat za film *U rajama života* (Rajko Grlić, 1984)



31. Nikola Kojo u jakni s cow printom u filmu *Mi nismo anđeli* (Srđan Dragojević, 1992)



32. Scena iz hrvatske TV serije *Odmori se, zaslužio si*



33. Isečak iz prve epizode TV serije *Bolji život*, Emilija Popadić u mantilu s leopard printom



34. Srđan Žika Todorović kao Dule Pacov u TV seriji *Vratiće se rode* (Goran Gajić, 2008)



35. *Lice s ožiljkom* (*Scareface*, Brajan de Palma, 1983)



36. Čebe s animal printom u TV seriji *Smogovci*, epizoda *Kviskoteka*



37. Isečak iz 3. epizode telenovele *Villa Maria* (2004)



38. Isečak iz TV serije *Ljubav u zaleđu*, 5. epizoda



39. Lada Furlan Zaborac, bas gitaristkinja surf benda *Bambi Molesters*



40. Dizajner Juraj Zigman i članovi grupe *Let 3* u kostimima s animal printom (novilist.hr) foto: Sergej Drechsler



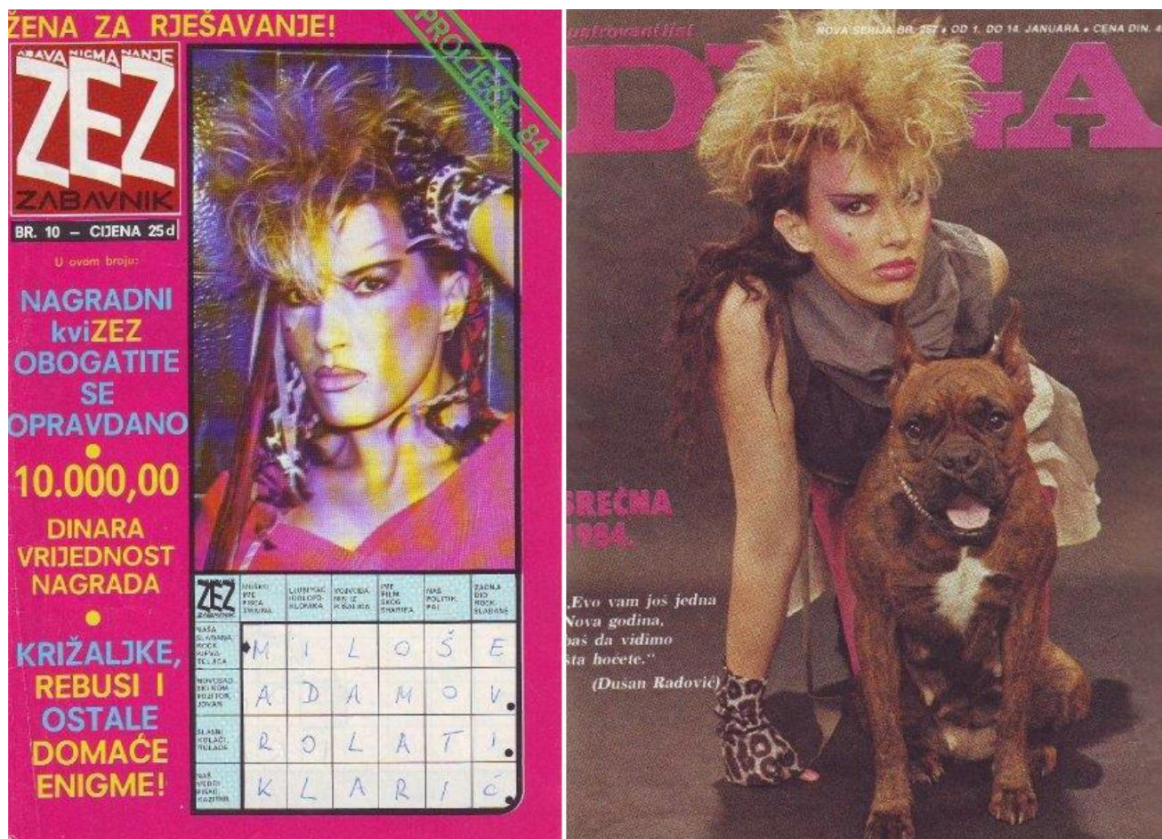
41. Kadar iz spota KKK za pesmu *Inač*



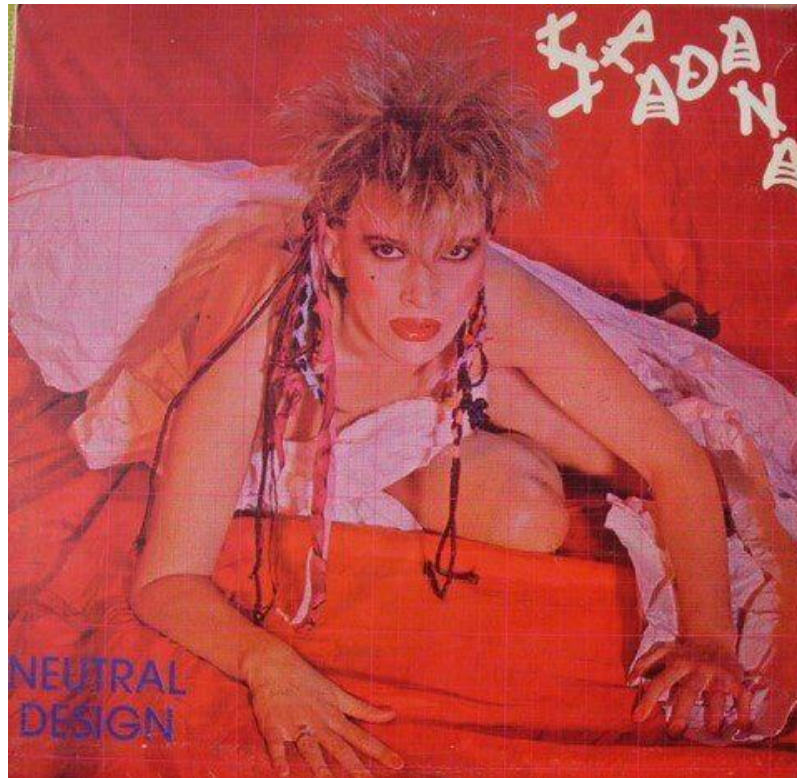
42. Oliver Mandić u tigar printu na omotu CD izdanja albuma *Probaj me*



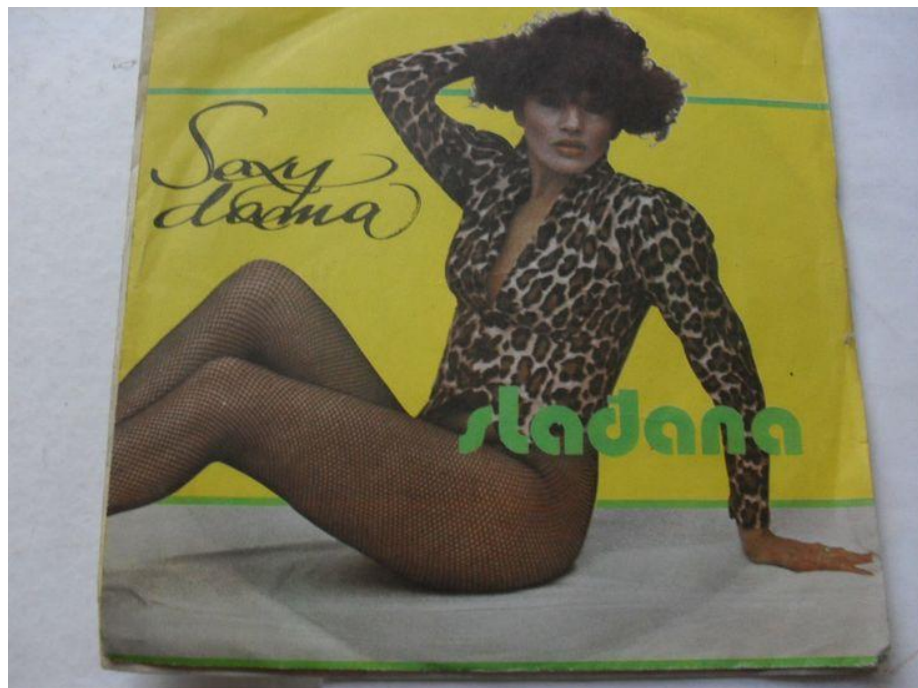
43. Kadar iz filma *Pank nije mrtav* (Vladimir Blaževski, 2013)



44. Slađana Milošević na naslovnoj strani *Zabavnika ZEZ*, 1984.



45. Slađana Milošević na omotu ploče *Neutral Design*



46. Slađana Milošević na omotu ploče *Sexy dama*



47. Zana Nimani u *snake* printu



48. Naslovna strana albuma *Dodirni mi kolena*, Zana (1982)



49. Pop i dens zvezda Marina Perazić u bluzi s leopard printom



50. Isidora Bjelica sa šubarom u bundi



51. Suzana Zlatanović - Luna Lu



52. Vilmoš Kauboj i *Laboratorija zvuka*



53. Rambo Amadeus u mantilu s leopard printom u gradskom prevozu



54. Milić Vukašinović u sakou s cow printom u rijalitiju *Veliki brat*, sezona 2013.



55. Gogo Base finalne večeri *Velikog brata* u pantalonama sa cow printom, sezona 2015.



56. Foto isečak iz *You tube* prikaza TV emisije Isidore Bjelice *Klot Frket*



57. Spot za pesmu Lepe Brene *Luda za tobom* u režiji Dejana Milićevića



58. Spot za pesmu *Izaberi* grupe *D&D* u režiji Dejana Milićevića



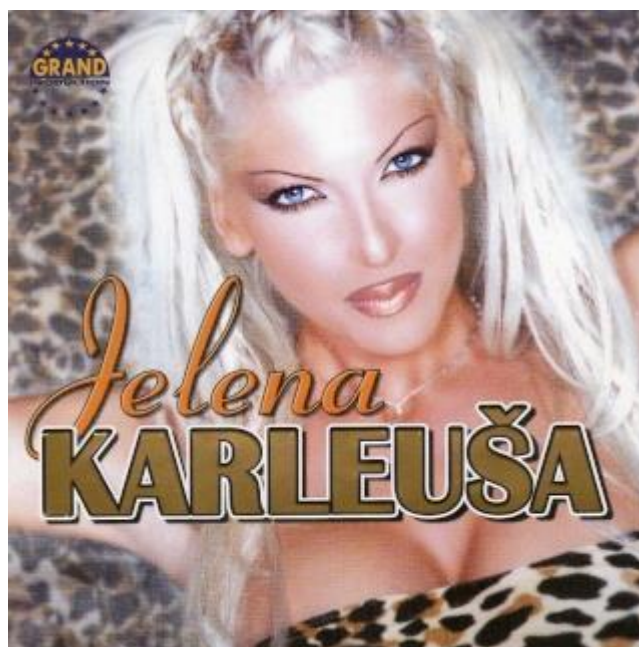
59. Spot za pesmu *Izaberi* grupe *D&D* u režiji Dejana Milićevića



60. Lepa Brena u žiriju *Zvezda Granda* u leopard printu



61. Svetlana Ceca Ražnatović na snimanju TV šou-programa *Pinkove zvezde*



62. Omot za album Jelene Karleuše *Gili, Gili*, 1999.



63. Zorica Marković, profil učesnika *Velikog brata*. 2015.

64. Bet Gilroj u britanskoj sapunici *Conorotion Street*



65. Amazonke u rijaliti programu *Survajvor Srbija VIP: Kostarika* (2012)



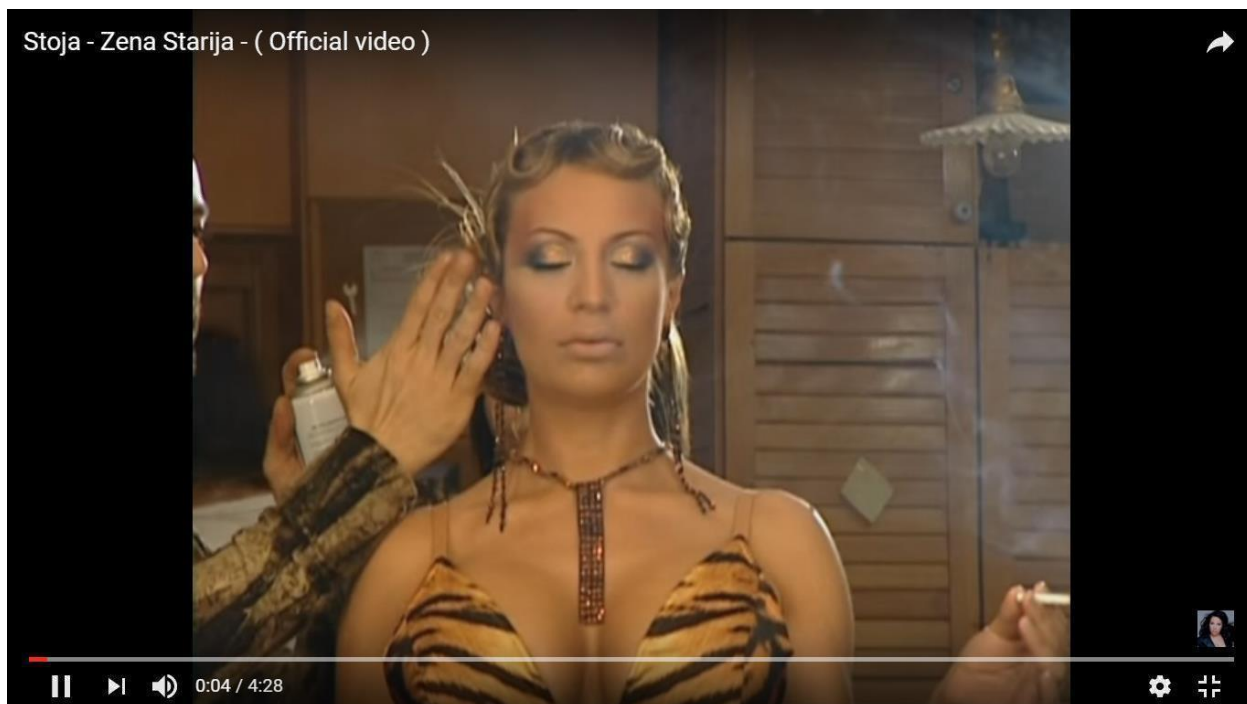


66. Naslovne strane stripova u kojima su glavne junakinje amazonke, kraljice džungle



67. Stefani Banić u helankama s leopard printom, *Veliki brat* sezona 2015.

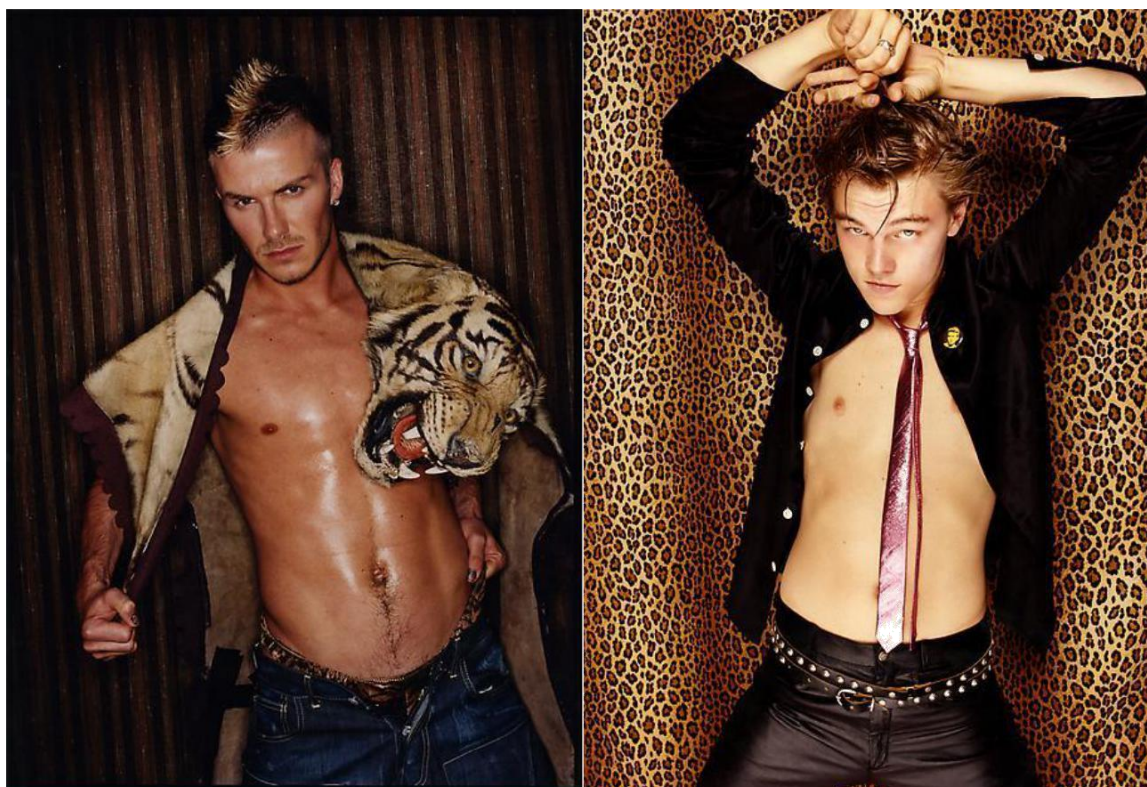
68. Reljef u kamenu (romanička umetnost), San Pedro de Galigans, Herona



69. Stoja u haljini sa šarom tigra u spotu za pesmu *Žena starija* u režiji Dejana Milićevića



70. En Bankroft u animal printu u filmu *Diplomac* (Majk Nikols, 1967)



71. Dejvid Bekam, portret Dejvida la Šapela 72. Leonardo di Kaprio, portret Dejvida la Šapela



73. Kadar iz spota za pesmu Azisa *Evala*



74. Andrea Jokimovska, profil učesnika *Velikog brata* 2015.



75. Suzana Mančić peva rođendansku pesmu Vladimiru Putinu



76. Suzana Mančić gostuje u TV emisiji *Profil*



77. Scena iz TV serije *Novine* (Dalibor Matanić, 2016)



78. Omot singl albuma *Himna čoveku* Olivere Vučo (1969)

BIBLIOGRAFIJA

1. Agger, Ben. 1994. *Gender, Culture, and Power: Toward a Feminist Postmodern Critical Theory*. Westport: Praeger.
2. Anđelković, Branka. 2002. *Uvod u feminističke teorije slike*. Beograd: Centar za savremenu umetnost.
3. Andreas Salome, Lu. 1986. *Šta je eros?*. Beograd: Prosveta.
4. Baal, Mieke. 1994. *On Meaning-Making: Essays in Semiotics*. Sonoma, CA: Polebridge Press.
5. Baba, Homi. 2004. *Smeštanje kulture*. Beograd: Beogradski krug.
6. Bahtin, Mihail Mihailovič. 1978. *Stvaralaštvo Fransoa Rablea : i narodna kultura srednjeg veka i renesanse*. Beograd: Nolit.
7. Bartlet, Đurđa. Cvitan-Černelić, Mirna. Vladislavić, Ante Tonči. 2002. *Moda: povijest, sociologija i teorija mode*. Zagreb : Školska knjiga.
8. Bart, Roland. 1971. *Književnost, mitologija, semiologija*. Beograd: Nolit.
9. Bart, Roland. 2011. *Svetla komora : beleška o fotografiji*, Beograd : Kulturni centar Beograda.
10. Barthes, Roland. 1985/1967. *The Fashion System*. New York: Johnatan Cape.
11. Batler, Džudit. 2001. *Tela koja nešto znače, O diskurzivnim granicama pola*. Beograd: Samizdat B92.
12. Butler, Judith. 2000. *Nevolje s rodom, Feminizam i subverzija identiteta*. Beograd: Karpos.
13. Benjamin, Walter. 2006. *O fotografiji i umetnosti*, Beograd: Kulturni centar Beograda. Bodrijar, Žan. 2002. *Moda ili čarolija koda*. u Bartlet, Đurđa, *Moda povijest, sociologija, teorija mode*. Zagreb: Školska knjiga.
14. Bodrijar, Žan. 2001. *O zavodjenju*. Beograd: Oktoix.
15. Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinctions. A social critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press. 2. Part Chapter 2 (114-125).
16. Bruce Pratt, Minnie. 1984. *Skin Blood Heart*. Brooklyn, N.Y: Long Haul Press.
17. Bruzzi, Stella. 2000. *New Documentary: A Critical Introduction*, New York: Routledge.
18. Beauvoir, Simone de. 2006/1949. *Drugi spol (Uvod i djetinjstvo)*. U: Nadežda Čaćinović, ur. *Žene i filozofija*. Zagreb: Centar za Ženske studije, str. 135–162.
19. Buden, Boris, 2001. *Kaptolski kolodvor*. Beograd: Centar za savremenu umetnost Beograd.
20. Burt, Jonathan. 2002. *Animals in Film*. London: Reaktion Books.
21. Cavallaro, Dani. 1998. *The body for beginners*. New York: Writers and Readers.
22. Christine, de Pizan. 1999. *The Book of the Body Politic*. Cambridge: Cambridge University Press.

23. Corrin, Chris. 1999. *GENDER and Identity in Central and Eastern Europe*. London: Frank Cass.
24. Cowie, Elisabeth. 1990. *The Woman in Question*. London: Verso.
25. Crane, Diana. 2000. *Fashion, Class, Gender and Clothing and Its Social Agendas*: Chicago/London: University of Chicago press.
26. Cunningham, Patricia. Lab Voso Susan. 1991. *Dress and Popular Culture*. Ohio: Bowling Green State University Popular Press.
27. Čačinović, Nadežda. 2000. *U ženskom ključu: ogledi u teoriji kulture*. Zagreb: Centar za Ženske studije.
28. Čanković, Spaso. 1987. *Ljudi govore o modi*. Murska Sobota: Pomurski tisk.
29. Daglas, Meri. 1993. *Čisto i opasno, Analiza pojmova prljavštine i tabua*. Beograd: Biblioteka XX vek, Plato.
30. Daković, Nevena. 1999. *Melodrama nije žanr: (holivudska melodrama 1940-1960)*. Novi Sad: Prometej.
31. Dammann, Ernst. 1985. *L'Africa. Le religioni naturiste*. Milano: Jaca Book.
32. Derrida, Jacques. 1976. *Izvanjsko je unutarne. iz O gramatologiji*, Sarajevo: IP Veselin Masleša.
33. Dimitrijević, Branislav. 2016. *Potrošeni socijalizam kultura, konzumerizam i društvena imaginacija u Jugoslaviji (1950-1974)*. Beograd: Fabrika knjiga.
34. Dorfles, Đilo. 1986. *Moda*. Novi Sad: Bratstvo i jedinstvo.
35. Dragičević-Šešić, Milena. 1994. *Neofolk kultura: publika i njene zvezde*. Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
36. DuBois, Page. 1982. *Centaurs and Amazons*. Michigan: University of Michigan Press.
37. Dyer, Richard. 2003. *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. New York : Routledge.
38. Đurić, Maja. 2011. *Diskursi popularne kulture*, Beograd: FMK.
39. Elias, Norbert. 1994. *The Civilization Process: tom 1, History of Manners*, Oxford: Blackwell.
40. Elijade, Mirča. 1990. *Šamanizam i arhajske tehnike ekstaze*. Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
41. Eko, Umberto. 1973. *Kultura, informacija, komunikacija*. Beograd: Nolit.
42. Fajf, Nikolas. 2002. *Prizori ulice*. Beograd: Clio.
43. Fisk, Džon. 2001. *Popularna kultura*. Beograd: Clio.
44. Fiske, John. Hartley, J. 1992. *Čitanje televizije*. Zagreb: Barbat i Prova.
45. Fišer Lihte, Erika. 2009. *Estetika performativnosti*, Sarajevo/Zagreb: TKD Šahinpašić.
46. Flugel, J.C. 1930. *The Psychology of Clothes*. London: Hogarth Press.

47. Frojd, Sigmund. 1984. *Tri rasprave o istoriji seksualnosti*. Novi Sad: Matica Srpska.
48. Fuko, Mišel. 1976. *Istorija seksualnosti-volja za znanjem*. Beograd: Prosveta.
49. Fuss, Dianna. 1989. *Essentially Speaking, Feminism, Nature & Difference*, New Galović, Milan. 2001. *Moda: zastiranje i otkrivanje*. Zagreb: Naklada Jasenski i Turk.
50. Garb, Tamar. 2011. *Figures and Fictions- Contemporary South African Photography*. Gottingen: Steidel.
51. Gillian, Rose. 1995. *Making Space for the Female Subject of Feminism. The Spacial Subversions of Holtzer, Kruger, Sherman*. u *Mapping the Subject*. London: Routledge.
52. Gocić, Goran. 2012. *Endi Vorhol i strategije popa*. Beograd: Službeni glasnik.
53. Goffman, Erwing. 1979. *Gender Advertisements*. New York: Harper.
54. Gofman, Erving. 2000. *Kako se predstavljamo u svakodnevnom životu*. Beograd: Geopoetika.
55. Gros, Elizabet. 2005. *Promenljiva tela: ka telesnom feminizmu*. Beograd: Centar za ženske studije.
56. Haraway, Donna J. 1991. *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. New York: Routledge.
57. Haraway, Donna. 1997. *A Manifesto for Cyborgs: Science, Technology and Socialist Feminism in the 1980's*, u *Feminist Social Thought: A Reader*.
58. Hayward, Susan. 2001. *Cinema Studies: The Key Concepts*. London: Routledge.
59. Heidegger, M. 1985. *Bitak i vrijeme*. Zagreb: Filozofska biblioteka.
60. Hodžić, Amir; Bijelić, Nataša; Cesar, Sanja. 2000. *Spol i rod pod povećalom: priručnik o identitetima, seksualnosti i procesu socijalizacije*. Zagreb: Cesi.
61. Humm, Maggie. 1988. *Feminism and Film*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
62. Ivanović, Zorica, 2003. Pogovor u: *Antropologija žene*. Beograd: Biblioteka XX vek.
63. Janković, Aleksandar. 2009. *DUG I KRIVUDAV PUT - Bitlsi kao kulturni artefakt*, Beograd: Red Box.
64. Janković, Aleksandar. 2017. *Redefinisanje identiteta - Istorija, zablude, ideologije u srpskom filmu*. Beograd: Filmski centar Srbije/Fakultet dramskih umetnosti.
65. Jovanov, Svetislav. 1999. *Rečnik postmoderne*. Beograd: Geopoetika.
66. Jovićević, Aleksandra. Vujanović, Ana. 2007. *Uvod u studije performansa*. Beograd: Fabrika knjiga.
67. Kelly, Mary. Smith, Paul. 1998. *No Essential Femininity u The Art of Art History: A Critical Anthology*, Oxford: Oxford University Press.
68. Kloskovska, Antonjina. 2001. *Sociologija kulture*. Beograd: Čigoja štampa.

69. Knjazev-Adamović, Svetlana. 2000. *Životinje tu oko nas*. Beograd: Medijska knjižara KRUG.
70. Kor, Filip. 2003. *Kemp, laž koja govori istinu*. Beograd: Rende.
71. Kovačević, Ivan. 1982. *Urbani rituali*. Beograd: Kultura.
72. Kritenden, Rodžer. 2006. *Fini rezovi*. Beograd: Sirius production.
73. Kronja, Ivana. 1998. Magistarski rad *Muzički video-spot u Srbiji devedesetih: estetika filmskog jezika kao nosilac značenja stila neofolk kulture*. Beograd: FDU.
74. Lakan, Žak. 1983. *Spisi*. Beograd: Prosveta
75. Lefe, Alber. 1971. *Logika filma*, Beograd: Institut za film.
76. Lauretis, Teresa de.1987. *TECHNOLOGIES OF GENDER: Essays on Theory, Film, and Fiction:Theories of Representation and Difference*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.
77. Lazarević, Radak, Sanja. 2016. *Film i politički kontekst: o jugoslovenskom i srpskom filmu*. Beograd: Mali Nemo.
78. Lipovetsky, Gilles. 1994. *The Empire of Fashion, dressing modern democracy*. New Jersey: Princeton University press.
79. Maggee, Carol. 2012. *Africa in the American Imagination: Popular Culture, Racialized Identities and African Visual Culture*. University Press of Mississippi.
80. Malinowski, Bronislaw. 1944: *A Scientific Theory of Culture*, Chapel Hill, Chapter 4.
81. Makluan, Maršal. 1971. *Poznavanje opština*. Beograd: Prosveta.
82. Manović, Lev. 2001. *Metamediji*. Beograd: CSUB.
83. Marković, Predrag. 1996. *Beograd između istoka i zapada, 1948-1965*, Beograd: Službeni glasnik.
84. Mayor, Adrienne. 2014. *The Amazons*. Princeton: Princeton Press.
85. Milošević, Nikola. 1990. *Negativni junak*. Beograd: Vuk Karadžić.
86. Mekdonald, Dvajt. 2012. *Teorija masovne kulture*. U: J. Đorđević, *Studije kulture*. Zbornik (str. 51-66). Beograd: Službeni glasnik.
87. Mode, Heinz. 1973. *Fabeltier und Dämonen in der Kunst*. Stuttgart.
88. Morano, Elisabeth. 2013. *Trend Spotting: Tracking the Leopard print Trend Through the Fashion Forecasting Process*.
89. Morin, Edgar. 1967. *Duh vremena*. Beograd: Kultura.
90. Mos, Marsel. 1998. *Telesne tehnike, Sociologija i antropologija, knj. II, XX vek*, Beograd: Prosveta. Mulvey, Laura. 1989. *Visual and Other Pleasure (Theories of Representation and Difference)* Indiana University Press.
91. Nikolić, Tea. 1999. *Rečnik seksualnih različitosti*, Beograd: Link-Teagraf.

92. Nikolić, Tatjana. 2016. *Rodni odnosi na alternativnoj muzičkoj sceni Srbije i regiona*. Beograd: Zavod za ravnopravnost polova.
93. Papić, Žarana. 1997. *Polnost i kultura*. Beograd: XX vek.
94. Paić, Žarko. 2011. *Posthumno stanje - Kraj čovjeka i mogućnost druge povijesti*. Zagreb: Litteris.
95. Paić, Ž. 2008. *Vizualne komunikacije – uvod*. Zagreb: CVS - Centar za vizualne studije.
96. Palja, Kamil. 2002. *Seksualne persone*. Beograd: Zepter Book World.
97. Pavičić, Jurica. 2011. *Postjugoslovenski film - Stil i ideologija*. Zagreb: Hrvatski filmski savez.
98. Pejović, Danilo. 1990. *Tjelesnost čovjeka kao bitak u svijetu*. u Merlau Ponthy *Fenomenologija percepcije*, Sarajevo: Veselin Masleša.
99. Perasović, Benjamin. 2001. *Urbana plemena: sociologija subkultura u Hrvatskoj*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
100. Polhemus, Ted. 1994. *Street Style From Sidewalk to Catwalk*, New York: Thames and Hudson.
101. Purgar, Krešimir. 2009. *Vizualni studiji*. Zagreb: CSV.
102. Roh, Sulima. 2005. *Antropologija svakodnevice*. Beograd: XX vek.
103. Rose, Jacqueline. 1986. *Sexuality in the field of Vision*. New York: Verso.
104. Rousso, Chelsea. 2012. *Fashion Forward: A Guide to Fashion Forecasting*. Canada: Fairchild Books, a Division of Conde Nast Publications.
105. Rouz, Džilijan. 2002. *Stvaranje prostora za ženski subjekt feminizma*, u Anđelković, Branislava. *Uvod za feminističke teorije slike*. Beograd: Centar za savremenu umetnost.
106. Schechner, Richard. 1985. *Between Theater and Anthropology*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
107. Sälzle, Karl. 1965. *Tier und Mensch, Gottheit und Dämon*. Munchen: Bayerischer Landwirtschaftsverl.
108. Sherrie, Innes. 2003. *Disco Divas, Women and Popular Culture*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
109. Shilling, Chris. 1997. *Sociology, dualism and the Body*, u: K. Woodward (ed.), *Identity and Difference*, SAGE Publications, The Open University.
110. Slapšak, Svetlana. 2007. *Mala crna haljina eseji o antropologiji i feminizmu*. Beograd: Centar za ženske studije.
111. Simmel, Georg. 2001. *Kontrapunkti kulture*. Zagreb: Jesenski i Turk.
112. Spargo, Tamsin. 2001. *Foucault i Queer teorija*, Zagreb: Naklada Jesenjski i Turk.
113. Stern's, Michael and Jane. 1992. *Encyclopedia of Pop Culture*. NY: Harper Perennial.

114. Ur. Stojanović, Miroljub. 2003. *Želimir Žilnik: iznad crvene prašine/above the red dust*, Beograd: Filmski centar Srbije.
115. Strinati, Dominic. 1995. *An Introduction to Popular Culture*, London and New York: Routledge.
116. Svendsen, Lars. 2005. *Filozofija mode*. Beograd: Geopoetika.
117. Šuvaković, Miško. 1999, *Pojmovnik moderne i postmoderne likovne umetnosti i teorije posle 1950*. Beograd-Novi Sad: SANU, Prometej.
118. Tasić, Ana. 2009. *Otvorene rane*. Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu, FDU, Institut za pozorište, film, radio i televiziju.
119. Trebješanin, Žarko. 1986. *Trojanovićevo istraživanje neverbalne komunikacije Srba, u Sima Trojanović, Psihofizičko izražavanje srpskog naroda poglavito bez reči*, Beograd: Prosveta.
120. Vajninger, Oto. 1995. *Žena*. Beograd: Ž. Albulj.
121. Vajninger, Oto. 1998. *Pol i karakter*. Beograd: Narodna knjiga: Alfa.
122. van Lenning, A. 2004. *Body as crowbar, transcending or stretching sex?, Feminist theory*. Thousand Oaks, CA itd: SAGE Publications.
123. Velimirović, Danijela. 2008. *Aleksandar Joksimović*. Beograd: Utopija.
124. Visković, Nikola. 2009. *Kulturna zoologija*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
125. Vujačić, Lidija. 2008. *Kultura odijevanja, kao oblik komunikacije*. Podgorica: Pobijeda.
126. Vujanović, Ana. 2004. *Razarajući označitelji performansa*. Beograd: SKC.
127. Vukanović, T. P. 1961. *Virdžine*, Glasnik Muzeja Kosova i Metohije.
128. Vukadinović, Maja. 2013. *Zvezde supermarket kulture*, Beograd: Clio.
129. Von Sacher-Masoch, Leopold. 2012, *Venus in Furs* (German: *Venus im Pelz*), Renaissance Classics: USA.
130. Waugh, Patricia. 1989. *Feminine Fictions: Revisting the postmodern*. London, New York: Routledge.
131. Leksikon filmskih i televizijskih pojmova. 1993. Beograd: Naučna knjiga, Univerzitet umetnosti u Beogradu.
132. P. Romanowski, 1995. *The New Rolling Stone Encyclopedia of Rock & Roll: Completely Revised and Updated*. New York. Simon & Schuster.
133. Žilnik, Želimir, Burden, Boris. 2013. *Uvod u prošlost*, Zagreb: kuda.org i ostali.

ČASOPISI:

1. Ivanović, Zorica. Šarčević, Predrag. 2003. Uvod. *O statusu tela u antropologiji*, u: *Antropologija tela*, Kultura, br. 105/106. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. Beograd, 9-24.
2. Paić, Žarko. 2006. *TVRĐA, Časopis za teoriju, kulturu i vizualne umjetnosti*, broj 1
- Goslinga-Roj, Dž. M. 2003. *Granice tela, fikcija ženskog ja*, Kultura (Etnografski pogled na moć, feminizam i reproduktivne tehnologije), br.105/106 :183-209
3. Csordas, J. Thomas.1993, *Somatic Modes of Attention*, *Cultural Anthropology* , vol. 8, No 2, AAA: 135–156.
4. Daglas, Meri. 1981. *Dva tela*, *Gradina* br.5-6 : 65-80
5. Screen Education 23/1977, Elisabeth Cowie: *Women, Representation and the Image*.
6. Mulvey, Laura. 1975, *Visaual Pleasure and Narrative Cinema*, *Screen*
7. How, MJ& Zanker, JM 2014, *Motion camouflage induced by zebra stripes*, *Zoology (Jena, Germany)*, vol 117, pp. 163-170.
8. Milivojević, Snježana. 2004. *Žene i mediji: Strategije isključivanja*, *Genero: Časopis za feminističku teoriju*, posebno izdanje, studentska istraživanja: *Žene i mediji* (ur: Snježana Milivojević)
9. Leavitt, John. 1993. *Meaning and Feeling in the Anthropology of Emotions*, *Annual Review of Anthropology*, Vol. 22, *Annual Reviews*, 514–539.
10. Lock, Margaret. 1993. *Cultivating the Body: Anthropology and Epistemologies of Bodily Practice and Knowledge*, *Annual Review of Anthropology*, Vol. 22, 133–155.
11. Rentala, M. J. 2006. *Evolution of human nakedness in Homo sapiens*. *Journal of Zoology* Sharma, Ursula. 1996. *Bringing the Body into the (social) action. Techniques of the body and the (cultural) imagination*, *Social Anthropology* 4.3, European Association of Social Anthropology, 251–263.
12. Wollen, Peter. 1985. *Counter-Cinema and Sexual Difference u Difference: On Representation and Sexuality*, katalog izložbe. New York: The New Museum of Contemporary Art.
13. Ivanović, Zorica. 2000. *TELO, odevanje, identitet/različitosti: Izborni kurs*. Beograd: Centar za ženske studije.

14. Erić, Olivera. 2010. doktorska disertacija: *Predstavljanje žena u digitalnim medijima u Srbiji na kraju 20. veka i početkom 21. veka: pitanja savremenih feminističkih teorija interpretacije*, Beograd: FDU.

INTERNET ČLANCI:

1. <https://www.socialpsychology.org/pdf/pwq1997.pdf> (posećeno 3. marta 2015)
<http://www.zarez.hr/clanci/kiborzi-ili-boginje> (posećeno 3. maja 2015)
<http://www.zarez.hr/clanci/vrtoglavica-tjelesnosti/> Nikolić, Siniša. *Vrtoglavica tjelesnost* (posećeno 5. maja 2015)
2. <http://eprints.bbk.ac.uk/5441/> Segal, Naomi. *Witnessing through the skin: the hysteric's body*, *Journal of Romance Studies* (posećeno 14. septembra 2015)
3. <https://www.slideshare.net/enchi88/antropogenezaevolucija-nagosti-kod-anatomski-savremenog-čoveka>, Rentala, M. J. *Evolution of human nakedness in Homo sapiens*. *Journal of Zoology* 273_(2007):1-7 (posećeno 2. decembra 2016)
4. http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/7_GEM_72_Srdi%C4%87_93-105.pdf, Srdić, Anđa. *Telo i telesnost u antropološkoj perspektivi* (posećeno 11. oktobra 2016)
5. <http://mentalfloss.com/article/72549/history-leopard-print>, Carter, Ilise. S., *History of Leopard Print* (posećeno 8. decembra 2016)
6. <http://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-clothing-industry/film-fashion>, Bruzzi, Stella. *Film and Fashion* (pristupljeno 7. oktobra 2016)
7. <http://www.jutarnji.hr/kultura/film-i-tv/grliceva-i-tomicева-posve-drukčija-verzija-svehrvatske-pomirbe/4734110/>, Pavičić, Jurica. *Grliceva i Tomićeva posve drukčija verzija svehrvatske pomirbe* (posećeno 19. novembra 2016)
8. <http://croatia.ch/kultura/knjizevnost/080436.php> (posećeno 16. novembra 2016)
9. https://www.academia.edu/7995580/Trivijalnost_i_intertekstualnost_u_romanu_Štefica_Cvek_u_raljama_Života, Svetec, Petra. *Trivijalnost i intertekstualnost u romanu Štefica Cvek u raljama života* (posećeno 16. novembra 2016)
10. <http://www.survivor-srbija.com/Takmicari/Vesna-Zmijanac.html?cpage=20> (posećeno 16. novembra 2016)
11. <http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/0cd65b74901a47358f5f779573287910.pdf>, Žikić, Bojan. *Popularna kultura kao nadkulturna komunikacija* (posećeno 17. novembra 2016)
12. <https://www.britannica.com/topic/animal-worship#ref229826> (posećeno 17. novembra 2016)
13. <http://www.beforeafter.rs/muzika/i-am-to-sexy-for-you-taj-ludi-ritam/>, Bjeličić, Vladimir. *I'm too sexy for you – taj ludi ritam - O kemp imaginarijumu Dejana Milićevića* (posećeno 20. Novembra 2016)
14. <https://hollywoodrevue.wordpress.com/tag/anne-bancroft/>, Braddock, Benjamin. *Fashion in Film: The Graduate*. (posećeno 21. novembra 2016)

15. <http://www.americansuburbx.com/2011/01/david-lachapelle-neo-pop-and-photoshop.html>, Harder, Mathias. David LaChapelle, *Neo-Pop and Photoshop*, 2007. (posećeno 22. novembra 2016)
16. <http://radnezene.org/muzicki-rad-profesionalno-bavljenje-muzikom-afektivni-rad-i-rod-u-socijalistickoj-jugoslaviji/> (posećeno 25. novembra 2016)
17. <http://www.zigman.hr/zigman-osmislio-kostime-za-grupu-let-3/> (posećeno 1. decembra 2016)
18. http://www.rijecki-karneval.hr/Prica_o_rijeckom_karnevalu/Mala_povijest_Rijeckog_karnevala/Od_sijecanjske_Rijeke_do_Rijeke_svetoga_Vida (posećeno 2. decembra 2016)
19. <http://www.zarez.hr/clanci/gori-vatra-na-zagrebacki-nacin>, Horvat, Srećko. *Gori vatra na zagrebački način* (posećeno 1. decembra 2016)
20. <http://www.zarez.hr/clanci/vjecni-punk-klasici>, Bakotin, Jerko. *Vječni pank klasici*, (posećeno 2. decembra 2016)
21. <https://www.youtube.com/watch?v=BT0q1ZaxYeo>, (posećeno 5. januara 2017)
<http://www.zilnikzelimir.net/sr/lijepe-zene-prolaze-kroz-grad> (posećeno 5. januara 2017)
22. <http://readgur.com/doc/106346/hrono---nova-misao> (posećeno 27. februara 2017)
<http://www.zilnikzelimir.net/sr/lijepe-zene-prolaze-kroz-grad>

Aleksandrija Ajduković
Petra Martinovića 26
11 000 Beograd

<http://ajdukovicaleksandrija.com/>
ajdukovic.aleksandrija@gmail.com
063-558-038

Aleksandrija Ajduković je rođena 11. oktobra 1975. u Osijeku. Diplomirala je na Akademiji umetnosti "BK" u Beogradu 2004. godine, odsek fotografija, u klasi Milana Aleksića. Od 2005. član je ULUSA, a od 2006. u statusu samostalnog umetnika. Master studije u Novom Sadu, u klasi Đorđa Odanovića, završila 2011. Gost student Marine Gržinić na klasi za postkonceptualnu umetničku praksu na bečkoj Likovnoj akademiji. Trostruka finalistkinja Mangelos nagrade, dobitnica Henkel Art Award za mladog umetnika 2005. i 45. Oktobarskog Salona. Kroz portretisanje slučajnih prolaznika, naturščika-modela na elaboriran i duhovit način beleži fenomene vezane za savremeni život i njegove svakodnevne refleksije u domenu mode, pop kulture i lifestyle-a (ne)urbanih sredina.

Trenutno je na doktorskim studijama na Fakultetu dramskih umetnosti u Beogradu na odseku za teroiju dramskih umetnosti, kulture i medija. Učestvovala u rezidencijalnim radionicama od kojih je najduži boravak bio u Bjeloj, experimentalnoj stanici za umetnost koju mentorski vodi Mikelandelo Pistoletto. Tokom 2013. realizovala tri super 8 kratka filma kao rezultate super 8 filmskih radionica u Bolonji i radionice u organizaciji Svetlotona u Beogradu. Radila kao arhivski fotograf u Domu kulture Studentski grad i kao fotograf na filmu. Do sada je saradivala sa producentском kućom Art&Popcorn i kao filmski fotograf radila na 4 igrana filma. Kao direktorka fotografije i snimateljka radila na dokumentarnom filmu Jovica i njegovi zubi i Doćiće žuti ljudi sa istoka i piće reku sa Morave. Saraduje sa internet istraživačkom platformom Vice Srbija i web portalom Kaleidoskop. Bila u užem izboru za Politikin nagradu za najbolju izložbu u toku 2016. godine sa izložbom No Name rivijera. Trenutno radi na eksperimentalno-alternativnom filmu Ibarska Highway.

Samostalne izložbe:

- 2018. Petrović, Petrović, Ajduković, Podroom galerija (sa Ivanom i Draganom Petrovićem), Beograd
- 2017. Vikend portreti, Ulična galerija (sa Jordanom Cvetanovićem), Beograd
- 2016. No Name Riviera, Salon muzeja savremene umetnosti, Beograd
- 2015. Oko Studenjaka (u saradnji sa Jelenom Bešir), DKSG, Beograd
- 2014. Magija iz Orlanda, Ulična galerija, Beograd
- 2012. Crna hronika, Galerija 73, Beograd
- 2012. Preslišavanje-fotografi nove generacije, Remont, Beograd

- 2011. Newsreel on Fashion in Biella, UniCredit Studio, Milano, Italija
- 2011. Modni žurnal, Kulturni centar Požega, Požega
- 2008. Modni žurnal Srbije, Dom kulture Studentski grad, Beograd
- 2007. Slični i Narod protiv Šoleta, Remont, Beograd, Srbija
- 2007. Tigrice i slični, Salon 77. Niš, Srbija
- 2006. Werk präsentation-Artist in Residence, Gelerie Artpoint, KulturKontakt, Beč, Austrija (sa Petrom Mirkovićem i Rafalom Milahom)
- 2005. Oigiang, SKC, Kragujevac, Srbija
- 2004. Tigrice, Galerija Centra za kulturu Sopot, Srbija
- 2004. Tigrice, Galerija Doma omladine, Beograd
- 2002. Zalepite se , Galerija " Cirkus", SKC, Beograd

Festivali:

- 2018. Beldocs, takmičarska selekcija, premijera filma Doći će žuti ljudi i piće vodu iz reke Morave
- 2016. DokuTiff, takmičarska selekcija, Jovica i njegovi zubi, Tirana, Albanija
- 2015. Beldocs, premijera filma Jovica i njegovi zubi, DKC, Beograd
- 2012. Rock in tha Cashba, projection of a short movie Il Festival 2, Sanremo, Italija
- 2007. 12th International Media Art Biennale WRO 07, Vroclav ,Poljska
- 2006. Videomedeja, Novi Sad, Srbija
- 2006. The 5th International Kansk Video Festival, Kansk, Rusija
- 2004. Artikuliranje, BELEF, Beograd
- 2003. Identitet i razlika, Mesiak fotografie Bratislava, Slovačka
- 2003. Logično, BELEF, Beograd
- 2003. Biennial Festival of Photography, Narden, Holandija

Grupne izložbe:

- 2017. FOTO-FORUM REVIJA, SKC, Kragujevac
- 2017. Dislokacije, Savremena galerija Zrenjanin, Zrenjanin
- 2016. Destinacija Mars, Pet Gallery, Omaha, Nebraska, SAD
- 2016. Convergence / PHX – BG, SKC, Kragujevac
- 2015. Čukarički likovni salon, Galerija 73, Beograd
- 2015. Serbie: Photo, Kulturni centar Srbije u Parizu, Pariz, Francuska
- 2015. Međunarodna likovna kolonija "Akademija Jelena Anžujaska", Centar za kulturu Gradac, Raška
- 2015. Prolećni anale (u selekciji Marije Radoš), Dom kulture, Čačak
- 2015. Izbor radova iz kolekcije Centra za fotografiju, Opservatorijum, Beograd
- 2015. Convergence / PHX - BG, Galerija DKSG-a, Beograd
- 2014. 30 fotografija iz kolekcije Centra za fotografiju, Umetnička galerija Kruševac, Kruševac
- 2014. Convergence / PHX - BG ASU Art Museum International Artist Residency Program, Feniks, Arizona
- 2014. Nezavisna umetnost iz Srbije, Blockfrei na Sajmu umetnosti, Beč, Austrija
- 2014. Dislokacije, izložba fotokolonije, Orlovat, Srbija
- 2014. Nezavisna umetnost Srbije, Bečki sajam umetnosti, Beč, Austrija
- 2014. Iz druge ruke, Paviljon Cvijeta Zuzorić, Beograd

2014. SerbiArte, Festival srpske umetnosti, Vorarlberg, Zapadna Austrija
 2014. O arhitekturi, Galerija SANU, Beograd
 2012. Fotodokumenti 2, Salon muzeja savremene umetnosti, Beograd
 2011. Free Port of Art, Porto Vecchio, Trst, Italija
 2011. Fotografija-jedan izbor, Kulturni centar Požega
 2010. Open Studio, Unidee-Citta dell Arte, Fondacija Pistoletto, Biela, Italija
 2009. Iskorak, fotografije umetnika, Galerija Nadežda Petrović, Čačak
 2009. Moduli vizuelne naracije, Kulturni centar Srbije, Pariz, Francuska
 2009. Izložba otkupljenih radova, Galerija Magacin, Beograd
 2009. Slika 2008, Savremena galerija Zrenjanin
 2008. Preplitanja, IZLOZBA 37. LIKOVNE KOLONIJE U LIPOVCU, Biblioteka Radoje domanović, Topola
 2008. Kolekcija, Telenorova kolekcija savremene srpske umetnosti, ULUS, Umetnički paviljon "Cvijeta Zuzorić", Beograd
 2007. Provalija, Galerija SKC-a, Beograd
 2006. Henkel Art Award, o3on, Beograd, Srbija
 2006. Attitudes, Rdeča galerija, Ljubljana, Slovenija
 2006. Eye 2 Eye, izložba fotografkinja sa tri kontinenta, V-Art Gallery Café, Džakarta, Indonesia
 2006. Here There, Izložba u vangalerijskim prostorima, Vilnius, Litvanija
 2005. Aktuelle Fotografie aus Serbien, Galerija Fotohof, Salzburg, Austrija
 2005. Women about Women, Plovdiv, Bugarska
 2005. Henkel Art.Award. 2005 ,KUNSTHALLE Wien project space, Beč, Austrija

2005. Women about Women, Evropsko-bugarski kulturni centar, Sofija, Bugarska
 2005. 38. hercegnovski zimski salon, Galerija "Josip Bepo Benković", Herceg Novi
 2005. Novi članovi, ULUS, Umetnički paviljon "Cvijeta Zuzorić", Beograd
 2004. Kontinentalni doručak, 45. Oktobarski salon, Artget, Beograd
 2004. It's not a schooner-it's a sailboat, povodom nagrade Dimitrije Bašičević Mangelos za mladog vizuelnog umetnika, Kulturni centar, Vršac, Srbija i Crna Gora
 2004. Plattform fuer Austausch, Galerija "Lassie", Beč, Austrija
 2004. Identitet i razlika, izbor iz savremene srpske fotografije, Galerija SKC, SKC, Beograd
 2003. Civili u uniformi, Rex, Beograd
 2003. Postcards, Galerija Duplex, Ženeva, Švajcarska
 2003. Arhitektura Roma, Galerija "Cirkus", SKC, Beograd
 2001. Open the Door, Artget Galerija, Beograd

..

Nagrade:

2005. Youth Artists Prize of the KulturKontakt Artist in Residence Program, Beč, Austrija
 2004. Nagrada 45.Oktobarskog salona za fotografije iz serije Fashion

Rezidencijalni boravci:

2013. Nosadella Due, Bolonja, Italija
 2010. Unidee, Biela, Italija

2009. WUS Austria, Beč, Austrija
2006. KulturKontakt, Beč, Austrija

Kolonije:

2015. Fotografska kolonija, Raška
2015. Pronađeni u prevodu, kolonija beogradske umetničke radionice BURA, selo Bujačić kod Valjeva
2014. Fotografska kolonija, Orlovat

2009. Dislokacije, multimedijalna kolonija, Lipovac
2008. Slika 2008., multimedijalna kolonija, Ečka

Dokumentarni filmovi:

2017. Doći će žuti ljudi sa istoka i piće vodu sa Morave (snimateljka i direktorka fotografije)
2014. Jovica i njegovi zubi (snimateljka)

Objavljeni naučni radovi:

2015. Smrt-od tabua do popularne kulture (smrt demokratizacijom fotografskog medija postaje fenomen popularne kulture). Broj 146/2015, časopis Kultura (izdavač: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka).

**Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторске
дисертације / докторског уметничког пројекта**

Име и презиме аутора Александрија Ајдуковић

Број индекса 2011/6d

Докторски студијски програм Теорија драмских уметности, медија и културе

Наслов докторске дисертације:

ТРЕТМАН ТЕЛА У ПОПУЛАРНОЈ ВИЗУЕЛНОЈ КУЛТУРИ (ТЕОРИЈА АНИМАЛ
ПРИНТА)

Ментор: ванредни проф. Александар Јанковић

Потписани (Александрија Ајдуковић)

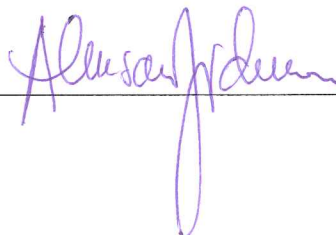
изјављујем да је штампана верзија моје докторске дисертације / докторског уметничког пројекта истоветна електронској верзији коју сам предао за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета уметности у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука / доктора уметности, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета уметности Београду.

У Београду, _02.10.2018._____

Потпис докторанда



Изјава о ауторству

Потписани-а Александрија Ајдуковић
број индекса 2011/6d

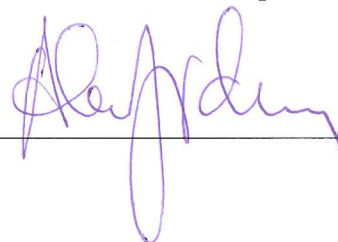
Изјављујем,

да је докторска дисертација / докторски уметнички пројекат под насловом
ТРЕТМАН ТЕЛА У ПОПУЛАРНОЈ ВИЗУЕЛНОЈ КУЛТУРИ (ТЕОРИЈА АНИМАЛ
ПРИНТА):

- резултат сопственог истраживачког / уметничког истраживачког рада,
- да предложена докторска теза / докторски уметнички пројекат у целини ни у деловима није била / био предложена / предложен за добијање било које дипломе према студијским програмима других факултета,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда

У Београду, _02.10.2018_____



Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитет уметности у Београду да у Дигитални репозиторијум Универзитета уметности унесе моју докторску дисертацију / докторски уметнички пројекат под називом:

TRETMAN TELA U POPULARNOJ VIZUELNOJ KULTURI (TEORIJA ANIMAL PRINTA)

која /је моје ауторско дело.

Докторску дисертацију / докторски уметнички пројекат предала сам у електронском формату погодном за трајно депоновање.

У Београду, _02.10.2018. _____

Потпис докторанда

