

Marko Pišev

*Institut za etnologiju i antropologiju,
Odeljenje za etnologiju i antropologiju
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu
identitetisaznanje@gmail.com*

Ko peva, zlo ne misli: antropološka analiza prostornih i simboličkih aspekata muzičke fontane na Slaviji*¹

Apstrakt: Rad nastoji da utvrdi šta tačno znači kada gradska i, posredno, republička vlast nazove neki objekat „novim simbolom Beograda.“ Ovaj naučni problem razmatra se na primeru muzičke fontane na Slaviji. Kakav je to simbol i na osnovu čega mu se pripisuje dotični status? Šta bi muzička fontana, kao „novi“ simbol prestonice, trebalo da predstavlja? Na ova i druga pitanja nastojaću da odgovorim antropološkom analizom mizanscena fontane i njenog simboličnog sadržaja. Pod *mizanscenom* podrazumevam sve ono što leži oko fontane, a što se može implicitno ili eksplicitno dovesti sa njim u prostornu vezu. Simbolička ravan fontane obuhvata, između ostalog, i njen muzički sadržaj koji će takođe biti predmet razmatranja u tekstu.

Gljučne reči: Muzička fontana, simbol, Slavija, popularna muzika, ideologija, kultura

Uvod

Muzička fontana na Trgu Slavija postavljena je u centralnom delu kružnog toka, umesto spomenika Dimitriju Tucoviću, osnivaču Socijaldemokratske partije poginulom u Kolubarskoj bici, čije su kosti, u periodu od jednog veka, nakon što su premeštene sa Slavije u Aleju velikana, sahranjene po šesti put. Spomenik društvenom teoretičaru i aktivisti, po kome je Trg Slavija sve do 2004. godine nosio ime, zamenjen je vodoskokom s prečnikom od 32 metra i visinom mlaza od 16 metara, čijih 800 kvadratnih metara vodene površine,

* Tekst je rezultat rada na projektu br. 177017 koji u celosti finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja RS.

¹ Rad je predstavljen na nacionalnom naučnom skupu „Antropologija muzike“, održanom na Filozofskom fakultetu u Beogradu u organizaciji Odeljenja i Instituta za etnologiju i antropologiju 23. 03. 2018. godine.

bar prema novinskim izveštajima, osvetljava 360 podvodnih i 75 spoljašnjih reflektora.² U izgradnju ovog arhitektonskog objekta uloženo je preko milion i po evra,³ ne računajući novac investiran u preuređenje dela gradskog zemljišta između ulica Kralja Milana, Kralja Milutina i Nemanjine, direktno preko puta fontane.

Gradski čelnici su, u obraćanju javnosti prilikom svečanog puštanja u rad rečenog objekta, poručili da ova „prelepa fontana“, bar iz ugla gradske uprave, predstavlja „novi simbol Beograda“⁴. Tom prilikom je rečeno i da veliki broj ljudi, koji se okupio da vidi fontanu, jasno ukazuje na činjenicu da je ona upravo novi simbol prestonice. Jedan od gradskih funkcionera ustanovio da se status fontane kao gradskog simbola očitava najpre u njenoj estetskoj ravni, koja služi ne samo tome da ulepša Beograd, već i da ga učini „prepoznatljivim“ i „drugačijim“.⁵ Iako sama ideja o projektu izgradnje raspevanog vodokoka na Trgu Slavija nije inicirana u kabinetima aktuelne, već prethodne vlasti (DS-a), u javnoj sferi, a naročito u digitalnim medijima, gde je moguće ostavljati komentare na pojedine vesti, fenomen Beogradske fontane postao je poprište neformalnih javnih debata u čijim okvirima se prelamaju mišljenja i stavovi građana ne samo o projektu izgradnje vodokoka, već i o legitimitetu aktuelne vlasti.

U ovom tekstu ne nameravam da ulazim u diskurzivnu analizu dotičnih javnih sporenja, iako bi ona vrlo verovatno pokazala zanimljive rezultate, već ću nastojati da odgonetnem moguća značenja ovog spornog „novog simbola grada“ na kulturnom planu, pri čemu ću se proučavanjem kulturnih značenja fontane, kao simbola prestonice, usredsrediti na definisanje sistema ideja sumiranih fontanom kao nosiocem takvih značenja. Pri istraživanju sam se koristio metodima diskurzivne analize, antropološke analize muzike i urbanih prostora, kao i teorijskim uvidima koje nudi simbolička antropologija. Burdijeova analiza kulturnih praksi, estetskih merila i klase (Bourdieu 1984), zatim i Adornova sociologija popularne muzike (Adorno 2002) poslužili su mi kao interdisciplinarni

² <https://www.blic.rs/vesti/beograd/fontana-na-slaviji-bice-upaljena-u-700-aveo-kada-ce-svakog-dana-pevati/yt1mnd8>; <http://rs.n1info.com/a212189/Vesti/Vesti/Muzicka-fontana-na-Slaviji.html>; <http://studiob.rs/najveca-fontana-na-balkanu-deosveobuhvatne-obnove-trga-slavija/>

³ <https://www.blic.rs/vesti/beograd/fontana-od-18-miliona-evra-evo-kako-iz-blizine-izgleda-nova-atrakcija-na-slaviji/w5t2kdf>; <http://www.prva.rs/vesti/info/116712/fontana-na-slaviji-sve-odusevila-video.html>

⁴ <http://pink.rs/vesti/42067/vesic-ilas-i-sapic-su-nesposobni-napravili-ruglo-od-beograda-video>

⁵ <https://www.danubeogradu.rs/2017/06/muzicka-fontana-na-slaviji-novi-simbol-beograda/>

teorijski oslonci pomoću kojih sam dodatno učvrstio i ujedno proširio opseg osnovne, antropološke argumentacije.

Mizanscen fontane

Na spoljašnjem zidu bazena muzičke fontane na Slaviji nema nikakvih skulptorskih radova, bilo naturalističkih, bilo apstraktnih, koji bi nam pomogli da se neposredno usredsredimo na njen simbolički sadržaj. Na njoj nema reljefnih predstava, bilo slikovno, bilo znakovno kodiranih, pa ni softera za animaciju 3D slika, koji je, prema izveštajima nekih medijskih kuća iz daleke 2016. godine,⁶ trebalo da bude instaliran u mehanizam fontane u cilju vizuelne dopune njenog gala performansa. Boje koje emituju podvodni i spoljni reflektori na vodoskoku kreću se od hladnog (zelena, žuta, plava) ka toplom (crvena, ružičasta) spektru, pa stoga ne sugerišu nikakav implicitan značenjski sadržaj, već samo estetsku funkciju. Lišena uobičajenih simbola podložnih antropološkoj analizi, kao što su određene konfiguracije boja, geometrijski i slovni znakovi, kompoziti životinjskih i floralnih elemenata, reprodukcije događaja iz nacionalne istorije, mitskih narativa i slično, fontana bi se na prvi pogled teško ili nikako mogla nazvati simbolom, već pre jednom praznom oznakom, po formi srodnom, recimo, ružičastim svetlima neonskih reklama ili vatrometu, u koju je moguće učitati značenja, simboličke forme i emocije po želji.

Uprkos tome, određene indikacije postoje da u zaleđu svoje prazne forme, u naličju uglađene, neutralne spoljašnjosti, raspevani vodoskok krije određenu simboličku sadržinu. To da je raspevani vodoskok *više* od fontane, odnosno da nosi neko značenje ili značenja moguće je, smatram, razlučiti ne razgledanjem samog objekta, već analitičkim posmatranjem njegovog mizanscena. Pod pojmom *mizanscen* ovde podrazumevam sve ono što leži oko vodoskoka, a što se može implicitno ili eksplicitno dovesti s njim u prostornu vezu.

Naime, konstrukcija fontane je, pored preuređenja kružnog toka na Slaviji, uklanjanja spomenika Dimitriju Tucoviću, kao i okolnog rastinja na samom ostrvu okruženom kolovozom, predvidela i adaptaciju dela površine koja izbija direktno na fontanu iz pravca Nemanjine i ulice Kralja Milana (bivše Srpskih vladara). Ta površina, do skora ograđena žicom i pokrivena travnjakom, sada je preinačena u prostran, blago iskošeni plato⁷, sa nekoliko plitkih, asimetričnih stepenika i par mladica stabala koje štrče iz debelog sloja betona.

⁶ <http://www.gradjevinarstvo.rs/vesti/14819/810/fontana-na-slaviji-nice-iz-zemlje>

⁷ Koji predstavnici gradskih vlasti nazivaju „parkom“. <http://www.alo.rs/vesti/drustvo/proradila-fontana-na-slaviji-foto-galerija/109812/vest>

Slika 1⁸

Sa tog platoa, pruža se pogled na vodoskok i ceo kružni tok, a budući da je betonirana površina sa svih strana otvorena, sa te tačke se vide i delovi ulica koje izlaze na Slaviju ili se radijalno pružaju od kružnog toka ka Vračaru. Panorama ostavlja, što je važno naznačiti, bitno drugačiji utisak tokom dana i uveče, kada se vodoskok „budi“ u najraskošnijem sjaju, smenjujući boje i stvarajući različite oblike od vode. Tokom večeri, pritom, ambijent unaokolo platoa obogaćuje još jedan veoma važan detalj: dekorativna spoljna rasveta novootvorenog hotela Hilton, koja s krovnog dela fasade emituje spektar boja bitno sličan šarolikoj iluminaciji vodoskoka.

Slika 2⁹

⁸ Foto: Blic. <https://www.blic.rs/vesti/beograd/i-fontana-i-plato-evo-kako-danas-izgleda-slavija-sa-okolinom/52z3310>

⁹ <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1319289&page=193>

Tek krajem dana, dakle, pošto Trg Slaviju obasja četiristotinak reflektora, postaje nedvosmisleno jasno da zdanje hotela Hilton čini integralni deo panorame vidljive s platoa koji gleda na „novi simbol Beograda“. Dok je možda stvar ličnog utiska to da bi vizuelni ugođaj fontane delovao unekoliko nedovršen bez hotela Hilton, kao i da bi pogled s Hiltona u mnogome izgubio na atraktivnosti, pa otud i na ceni ako bi se pružao na bistu Dimitrija Tucovića, umesto na 16 metara visoke mlazove šarene vode, konstatacija da između dva objekta – fontane i hotela – *postoji implicitna veza* empirijski je dokaziva. Ta veza se na nivou mizanscena zapaža kako u intrigantnom slaganju boja kojima muzička fontana i hotel u večernjim časovima oplemenjuju nov izgled Slavije, tako i u specifičnoj vizuelnoj poruci koju zajednički emituju, a koja, bar iz ugla gradskih vlasti, ima potencijal da ostvari odjek daleko izvan granica Srbije. Oba objekta, naime, svaki na svoj način, u zvaničnom diskursu vlasti¹⁰ predstavljena su kao znak da se u Beogradu stvari menjaju na bolje, signal da Beograd postaje grad budućnosti: Hilton se u tom krugu značenja promovise kao dragulj grada¹¹ koji prestonicu Srbije „postavlja na mapu luksuza i udobnosti“¹²; dok je muzička fontana jedinstvena po tome „što će privući turiste“ i „što u ovom delu Evrope ne postoji ništa sličnije“¹³ (sic).

Naravno, postavlja se pitanje – sličnije čemu? Raspevani vodoskok na Slaviji deli izvesne spoljne karakteristike sa muzičkim fontanama u Dubajiu, Barseloni, Budimpešti i Džajpuru; ali nijedna od tih fontana nije postavljena u središtu kružnog toka. Kružni bazen fontane odvojen je, naime, od okolnih ulica nepreglednom i veoma prometnom saobraćajnicom, kojom se, pored automobila, kreću tramvaji, trolejbusi i autobusi GSP-a. Ni sa jedne od postojećih prilaznih strana ne postoji pešački prelaz koji bi posetiocima omogućio da (kako komentari na brojnim novinskim portalima ironično jadikuju) u fontanu „ubace novčić i pozele želju“. Saobraćajnica na Slaviji je, inače, jedna od najfrekventnijih u gradu i predstavlja „noćnu moru“ za vozače¹⁴, kako za Beograđane, tako i za stanovnike drugih gradova¹⁵. Pretrčavanje preko kružnog toka na sopstveni rizik je, dakle, krajnje opasno, pored toga što je kažnjivo zakonom. Budući veoma

¹⁰ <https://www.srbijadanas.com/vesti/beograd/goran-vesic-muzicka-fontana-na-slaviji-je-vec-postala-simbol-beograda-foto-2017-06-05>

¹¹ <http://rs.n1info.com/a368461/Biznis/Otvoren-hotel-Hilton-za-Vucica-dragulj-Beograda.html>

¹² <https://www.srbijadanas.com/biz/vesti/luksuz-u-centru-beograda-vucic-prisustvovao-otvaranju-hotela-hilton-2018-03-01>

¹³ <https://www.srbijadanas.com/vesti/beograd/danas-se-na-slaviji-nalazi-muzicka-fontana-evo-kako-je-nekada-izgledala-infografik-2017-06-05>

¹⁴ <http://www.telegraf.rs/vesti/beograd/2918530-slavija-je-i-dalje-nocna-mora-vozaca-strucnjaci-napokon-objasnili-ko-zaista-ima-prvenstvo-u-ovom-kruznom-toku>

¹⁵ <https://www.danas.rs/beograd/sve-je-dobro-dok-ima-hleba-i-igara-video/>

važan za nesmetan tok saobraćaja u gradskom jezgru i šire, kružni tok Slavija se iz sasvim praktičnih razloga ne može niti na jedan zamisliv način učiniti prohodnim za pešake, turiste i radoznalce željne da izbliza uživaju u osvežavajućoj monumentalnosti vodoskoka. Posetiocima, onda, ne preostaje ništa drugo, nego da sa distance posmatraju spektakl „novog simbola prestonice“, pa je mnogim Beograđanima ostalo nejasno zašto takav objekat nije podignut na nekom pristupačnijem mestu.¹⁶

Rešenje ove zagonetke može se potražiti upravo u izuzetnoj frekventnosti Slavije, koja omogućava to da fontanu vidi sedamdeset hiljada pešaka i dvostruko više vozila koji ovim trgom, prema proceni gradskih čelnika, prodefiluju u toku jednog dana¹⁷. Drugi deo rešenja zagonetke nalazi se u izjavama figura s državnog vrha, među njima i predsednika Republike, koga su na svečanom otvaranju hotela Hilton Beograd slikale novinske kamere kako sa krovne terase gestikulira rukom u pravcu fontane.¹⁸ Za srpskog predsednika, kako se, naime, iz novinskih izveštaja vidi, Hilton je više od hotela: to je znak stabilnosti koji označava kraj neizvesnosti i početak jedne nove epohe za Srbiju.¹⁹ U toj epohi, država će nastaviti da stabilno grabi napred, ka boljoj sutrašnjici, koja će zemlji obezbediti stalan priliv imućnih turista, a Hilton, koji odnedavno *takođe* nosi epitet simbola prestonice²⁰, trebalo bi da predstavlja ponos svakog građanina ove zemlje: „Sa ponosom da kažemo da smo Beograđani, vi ste Hilton Beograd i mi smo Beograd Hilton i svi smo se jutros probudili u ovom gradu, što je više nego dobar početak“.²¹

¹⁶ <https://www.blic.rs/vesti/beograd/fontana-na-slaviji-ima-bliznakinja-cuvenaturisticka-atrakcija-takode-se-nalazi-usred/9vncbjb>; <https://www.kurir.rs/vesti/beograd/2860089/video-tviter-gori-zbog-raspevane-fontane-saobračajni-kolaps-na-slaviji-pesaci-pretrcavaju-ko-muve-bez-glave>; <https://www.danas.rs/politika/fontana-je-primer-primitivizma-i-kica-ove-vlasti/>

¹⁷ <http://www.politika.rs/sr/clanak/382488/Beograd/Vesic-Rekonstrukcija-Trga-Slavije-pocinje-sutra>; https://www.b92.net/biz/vesti/srbija.php?yyyy=2017&mm=07&dd=08&nav_id=1280718; <http://www.beograd.rs/lat/beoinfo/1736261-vesic-rekonstrukcija-trga-slavije-pocinje-sutra-a-bice-završena-7-novembra/>;

¹⁸ <https://www.blic.rs/vesti/beograd/beograd-sa-pet-zvezdica-u-srcu-prestonice-otvoren-ekskluzivni-hotel-hilton-foto-video/d08ypl2>

¹⁹ <http://www.telegraf.rs/vesti/beograd/2100423-vucic-na-postavljanju-kamena-temeljca-prvog-hilton-hotela-u-srbiji-foto>

²⁰ http://www.beograd.rs/lat/beoinfo/1727621-sinisa-mali-nikad-vise-gradilista-u-beogradu-hilton-simbol-promena-nabolje_2/

²¹ <http://rs.n1info.com/a368461/Biznis/Otvoren-hotel-Hilton-za-Vucica-dragulj-Beograda.html>

Slika 3²²

Poistovetivši sve građane sa jednim međunarodnim lancem hotela, predsjednik Srbije je aludirao da u pozadini celokupnog projekta preuređenja Trga Slavija postoje planovi koji daleko prevazilaze i Hilton i fontanu, ali ih na simboličkom planu takođe i obuhvataju, dok se u osnovi tiču samog društva. Kao ozvaničeni „simbol II“ (stabilnosti, komercijalizacije, turistifikacije...), ovaj hotel, zajedno sa komplementarnim „simbolom I“ – muzičkom fontanom – predstavlja u diskurzivnoj formaciji vlasti znamenje opšteg socijalnog procvata.

Time što smo utvrdili da raspevani vodoskok i novootvoreni luksuzni hotel u ulici kralja Milana spajaju implicitne vizuelne i diskurzivne veze, nismo se, međutim, još uvek direktno posvetili postupku dekodiranja simboličkog sadržaja fontane. S tim na umu, neophodno je vratiti se u mislima na preuređeni plato i iznova pažljivo osmotriti prostor. Na širokom potezu betona nalazi se skup električnih stubova, krunisanih jakim zvučnicima. Ti zvučnici emituju muzički program vodoskoka i odgovorni su za građenje njenog zvučnog prostora, koji se nadovezuje na vizuelni spektakl prštećih slapova i istovremeno ga nadopunjuje, stvarajući utisak da voda pleše uz muziku. Auditivni nivo ugođaja, posmatran analitički, može se shvatiti tako da „pozajmljuje glas“ fontani i prožima je tekstem, pa je otud izuzetno koristan za ciljeve tumačenja njene potencijalne simbolike.

Zvučni prostor fontane na Slaviji

Simbolička antropologija preusmerila je tokom šeste i sedme decenije 20. veka pažnju antropologa sa značenjskih sistema na simboličke forme koje organizuju značenja (Ortner 1973, 1338). U osnovi antropološke simboličke analize leži vrlo jednostavna pretpostavka: istraživač zapaža pojavu koja je predmet

²² Foto: Kurir.

interesovanja u nekoj kulturi i potom je analizira tragajući za značenjima (Ortner 1973, 1339). Ortnerova daje nekoliko pouzdanih indikatora na osnovu kojih možemo empirijski da ustanovimo da li se neki fenomen može nazvati simbolom. Ukoliko se dati fenomen podudara minimum s dva od ukupno pet indikatora koje je autorka predložila, onda ga možemo posmatrati kao kulturni simbol i primeniti na njega proceduru simboličke analize. Pomenutih pet indikatora su sledeći:

- 1) Članovi istraživanog društva sami tvrde da je X od kulturnog značaja;
- 2) Članovi istraživanog društva ne pokazuju ravnodušnost, već vidno uzbuđenje u pogledu X;
- 3) X se javlja u više različitih simboličkih domena (obred, mit, umetnost, zvanična retorika i slično);
- 4) U poređenju s analognim kulturnim pojavama, oko X je iskrojena kulturna elaboracija u vidu razrade detalja koji se tiču prirode X-a;
- 5) X je okružen kulturnim restrikcijama koje se očitavaju u skupu pravila, ili u primeni sankcija koje stupaju na snagu prilikom zloupotrebe X-a.

Primenimo li gornje stavke na slučaj fontane na Slaviji, smesta uviđamo da između „novog simbola Beograda“ i skupa indikatora koji je predložila Ortnerova dolazi do nekih bitnih preklapanja. Kada zamenimo vrednost X raspevanim vodoskokom, a sintagmu *istraživano društvo* predstavnicima lokalne srpske vlasti i javnog mnjenja, dobijamo sledeće rezultate:

- 1) Gradski čelnici ocenili su da je fontana na Slaviji „vrlo bitan sadržaj“²³, „najveća fontana na Balkanu“²⁴ i objekat koji „razlikuje velike gradove od malih“²⁵. Odatle se vidi da je njen kapitalni značaj, bar za najviše gradske funkcionere, ne samo nesporan već i neprikosnoven.
- 2) Komentari građana objavljeni na različitim novinskim portalima i internet forumima svedoče da u društvu vlada intenzivno uzbuđenje po pitanju raspevanog vodoskoka. Evo nekolicine ilustrativnih primera:

Sram da vas bude! Pola Srbije je na ivici gladi, a vi gradite muzičke fontane. Jeste li pitali Beograđane da li uopšte žele ovu budalaštinu?! To su NAŠE pare. Ko je autor? Koji je arhitekta ovo odobrio? Kožu ste nam skinuli s leđa, a samo upadate iz jednog projekta u drugi. Pa se još i hvalite. Uništili ste grad, unakazili ga! Umesto da popravljate rupčage po ulicama, vi vređete naš zdrav razum i elementarnu estetiku. Samo znate da uništavate i rušite ono što su pametni i

²³ <https://www.srbijadanas.com/vesti/beograd/goran-vesic-muzicka-fontana-na-slaviji-je-vec-postala-simbol-beograda-foto-2017-06-05>

²⁴ <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/125/drustvo/2759056/fontana-na-slaviji-specijalno-ukljucena-za-gledaoce-rt-a.html>

²⁵ <https://www.ekapija.com/news/1779301/vesic-nakon-slavije-sledi-izgradnja-fontana-na-bogosloviji-i-kod-opstine-novi>

talentovani ljudi pre vas izgradili! Šta je ovo, sirotinjska kopija Dubajja? Vaša će imena biti upisana crnim slovima u istoriji Beograda i istoriji arhitekture Beograda! Stidite se i sramite se...Ako ste to, uopšte, u stanju!²⁶

Na drugom mestu, izdvaja se sledeća izjava predstavnika Akademije arhitekture Srbije (AAS), Branka Bojovića:

Mi imamo fontanu [na Slaviji] koja je kao građevina jedan običan veliki lavor, koja nije oblikovana, koja ustvari izgleda katastrofalno. Kada zbog vetra i vetrova, vazдушnih struja i drugih stvari vodene zavese ne budemo mogli da koristimo, imamo jednu građevinsku nakazu na sred Slavije kojoj građani ne mogu da pridu.²⁷

Na osnovu ovih i brojnih drugih ocena приметnih u onlajn verzijama dnevne štampe²⁸, konstatacija da Beograđani imaju vrlo ostrašćena mišljenja kada je reč o raspevanom vodoskoku ne izgleda nimalo preterana. Naprotiv: ona govori u prilog tome da u srpskom javnom mnjenju postoje veoma oprečni sudovi o fontani. I sâm sam primetio isto tokom izvođenja empirijske faze istraživanja, u razgovoru sa dvoje mladih prolaznika koji su stajali preko puta fontane i slikali se. Tokom razgovora se ispostavilo da je mladić Srbin iz Beča koji je došao u posetu rodbini, a da je devojka Beograđanka koja je već spakovala kofere za preseljenje u SAD. Na moje pitanje šta fontana za njih simbolizuje, devojka nije imala odgovor, dok je mladić s dozom rezignacije odvratio da Beograđanima ništa ne valja i da su razvili običaj da sve kritikuju. Rezervisan stav devojke (koja nije znala šta da misli o fontani) naljutio je mladića, te se u razgovoru jasno ispostavilo da ni jedno ni drugo nisu ravnodušni prema fontani. Devojka je izrazila sumnju u pogledu odluke države da uloži silan novac u fontanu, dok se okolne bolnice i dečja klinika raspadaju (diskurs dela javnog mnjenja koje nije oduševljeno aktuelnom vlašću²⁹). Mladić je na to odvratio konstatacijom da

²⁶ <http://rs.n1info.com/Comment/StandardComment/413476/Vesti/Vesti/Vesic-Otvaranje-fontane-na-Slaviji-6.-juna.html>

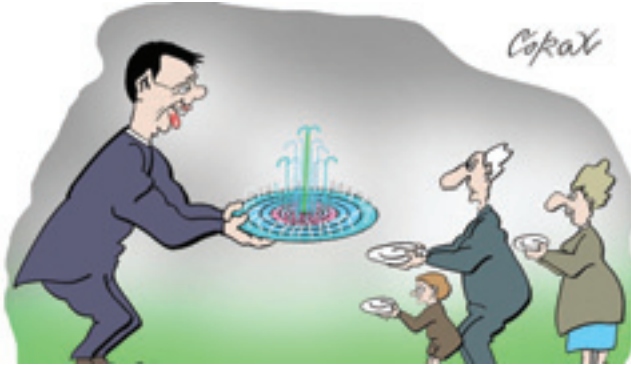
²⁷ <http://www.istinomer.rs/clanak/2066/Kosava-ili-institucije-ko-je-zaduzen-za-bezbednost-fontane>

²⁸ <https://noizz.rs/noizz-news/da-li-fontana-na-slaviji-zaista-ima-muzickog-direktora-sa-platom-od-150000/svtvkq1>; <http://www.vesti-online.com/Vesti/Srbija/677903/Da-li-fontana-na-Slaviji-ima-muzickog-urednika>; <http://www.vesti-online.com/Vesti/Srbija/677903/Da-li-fontana-na-Slaviji-ima-muzickog-urednika>; <https://www.kurir.rs/vesti/beograd/3029537/foto-slavija-se-bukvalno-raspada-simbol-beograda-u-katastrofalnom-stanju-vesic-izvodjac-da-popravi-o-svom-trosku-ili-leti-iz-grada>.

²⁹ <https://www.espreso.rs/vesti/drustvo/155943/na-5-minuta-od-fontane-koja-svira-decja-bolnica-se-raspada-pogledajte-snimak-pa-recite-jesmo-li-bacili-dva>

u Srbiji postoji iluzija o kvalitetnom i lakom životu na Zapadu, kao i da se ova vlast makar trudi da nešto uradi. Na moje ponovljeno pitanje šta fontana za nje-ga predstavlja, mladić je odgovorio: „promene, napredak, razvoj“ (diskurs dela javnog mnjenja naklonjenog vlastima³⁰).

- 3) Novinske karikature³¹ i različite fotomontaže fontane na Slaviji, kao i brojni naslo-vi satiričnog veb sajta Njuz.net³² („Vučić saopštio da će ove godine letovati na fontani na Slaviji“; „Fontana na Slaviji nastupa na Trgu za Novu godinu“; „Vučić: Fontana na Slaviji među 10 najlepših fontana koje ne rade“) svedoče da se raspe-vani vodoskok javlja u više simboličkih domena i da su prostori za manipulisanje njegovim značenjima otvoreni u više od jedne oblasti sociokulturnog života.



Slika 4³³

- 4) Isto kao pod 2).
 5) Već je bilo reći o unutrašnjim suprotnostima mizanscena raspevanog vodoskoka smeštenog na sred kružnog toka. Ono što nije pomenuto, a s tim je u neposrednoj vezi, tiče se sankcija rezervisanih za prekršiioce „pravila“ korektnog ophođenja prema novom simbolu prestonice. Naime, u toku marta i aprila ove godine, nepoznati „vandali“ dva puta su pokušali da „sabotiraju rad“ fontane sipavši u nju detrdžent. Gradski menadžer smesta je reagovao oštrim optužbama protiv „nepoznatih“ počinitelaca, nazivajući ih „marginalnom grupom ljudi“ koja pokušava da

miliona-evra-video/komentari; <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2865855/video-na-5-minuta-od-fontane-koja-svira-decja-bolnica-se-raspada-pogledajte-snimak-pa-recite-jesmo-li-bacili-dva-miliona-evra>; <https://noizz.rs/noizz-news/napokon-neka-korist-od-fontane-na-slaviji-i-to-da-se-istopis-od-srece/c7gjbw8>.

³⁰ <http://pink.rs/vesti/28646/fontana-slavija-bice-simbol-beograda-pogledajte-kako-izgleda-izbliza-video>; <http://www.rts.rs/page/stories/ci/story/124/drustvo/2759053/fontana-na-slaviji-specijalno-ukljucena-za-gledaoce-rt-a.html>; <http://www.alo.rs/vesti/drustvo/jankovicevi-prali-sudove-u-fontani/152593/vest>.

³¹ <http://www.elitemadzone.org/t463479-1-Inicijativa-za-pesacku-Slaviju>

³² <https://www.njuz.net/tag/fontana-na-slaviji/>

³³ Izvor: Danas.

„uništi sve što se u ovom gradu izgradi“ i apelujući na Tužilaštvo da po hitnom postupku ustanovi njihov identitet i adekvatno ih sankcioniše.³⁴ Nakon drugog nasrtaja deterdžentom na fontanu, ovaj funkcioner je upozorio građane da će kao i prošlog puta, troškove popravke objekta iz svojih džepova platiti poreski obveznici, i time, takoreći, novac planiran za podizanje parkova za decu (i klupa za penzionere) baciti u fontanu. Opozicija, koja prema proceni gradskih vlasti, stoji iza ovih napada time pokazuje da predstavnici opozicionih partija „Beogradu nude uništavanje i sukobe umesto razvoja...“³⁵ Ne samo što povlači za sobom ozbiljne sankcije, hapšenje i Tužilaštvo, nepropisno ponašanje prema fontani se, kako vidimo, u diskursu vlasti tretira i kao nelojaldan čin prema predsedniku; time se simbolički potencijal fontane direktno svrstava u domen (anti)državne politike.

Ovom preliminarnom simboličkom analizom, uz pomoć pet indikatora koje je ponudila Šeri Ortner, utvrdili smo da i vlast i njeni podanici gaje snažna i međusobno sukobljena mišljenja o fontani, što pokazuje da raspevani vodoskok X u javnoj sferi stoji za nešto drugo (nekakav Y). Preostaje da utvrdimo da li je fontana *kulturni* simbol, odnosno da li su u vrednost Y učitana, između ostalih, i kulturna značenja. Zbog toga je nužno da se u ostatku rada usredsredimo na njen kulturni, tačnije muzički sadržaj.

U disciplinarnom rakursu antropologije, muzika se posmatra kao kulturni proizvod ispunjen značenjima (Ristivojević 2012, 471). Značenja koja interesuju antropologe muzike nisu samo kulturna u užem smislu reči: ona se tiču i društvene hijerarhije, rodne stratifikacije, stila, ukusa, kolektivnih iskustava, stavova, pojedinačnih i grupnih identiteta (Ristivojević 2012; Ristivojević 2013). Teorijske koncepcije antropologije muzike, na ovom mestu značajne za analizu koju planiramo da izvedemo, odnose se na tri divergentne, ali i međusobno povezane oblasti disciplinarnog proučavanja muzike: odnosa muzike i mesta (Ristivojević 2012, 477), muzike i klasne distinkcije (u smislu grube podele na „visoku“ i „nižu“ kulturu) i značenjskih dimenzija muzike kao pop-kulturnog fenomena (Ristivojević 2012, 475–477)

Muzika i mesto

U preglednom članku Sete Lou susrećemo se s koncepcijom grada kao urbanog ambijenta u čiju je materijalnu ravan „ugrađena“ i ona neopipljiva diskurzivna dimenzija prostora (Low 1996, 386). Kulturne premise urbanog projektovanja u datom ključu se posmatraju kao „upisani“ konceptualni sadržaji,

³⁴ <http://rs.n1info.com/a372030/Vesti/Vesic-Pokusali-da-sabotiraju-fontanu-sipali-deterdzent.html>; <http://www.novosti.rs/vesti/beograd.74.html:716982-Sipali-prasakpa-se-slikali-pored-fontane-snimile-ih-sigurnosne-kamere-VIDEO>.

³⁵ www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2018&mm=04&dd=04&nav_category=12&nav_id=1377199,

predstave, slike i ideologije koje u formi teksta ukazuju na prostorna značenja odnosa moći u društvu (Low 1996, 395, i dalje). U osnovi ideje grada kao teksta stoji pretpostavka da ljudi konstruišu diskurzivne svetove putem aktivnog građenja mreža značenja utkanih u ili isprepletanih preko fizičkog supstrata (Thrift 1999, nav. u Helbrecht 2004, 196). Uloga muzike u ovom procesu dovodi se u vezu s načinima na koja se mesta „proizvode“ (definišu, reprezentuju, preobražavaju) kroz muzički sadržaj, pri čemu se potcrtava kontroverzna, konfliktna i ideologizovana strana te „proizvodnje“ (Cohen 1995, 434).

Redefinisanje i preobražaj gradova, odnosno urbanih ambijenata uz pomoć muzike doživelo je svoju ekspanziju u post-fordističkoj (post-industrijskoj, postmodernoj) epohi, pod čijim je okriljem ekonomija gradova doživela korenitu promenu, pretvorivši urbane sredine iz industrijskih u deindustrijalizovana „mesta“ kulture i usluga. Time se javila potreba da se određeni delovi grada učine privlačnijim – pre svega za turiste, ali i za druge konzumente kulture i usluga – i radi boljeg globalnog plasmana, nanovo „očaraju“ (u veberijanskom smislu te reči, v. Birdsall 2013, 116). Čarolija za kojom se u ovom kontekstu poseže sasvim je komercijalnog tipa: određena gradska mesta „natapaju“ se značenjima i asocijacijama, a potom se promovišu ili prodaju kao gradski ambijenti koji stranim posetiocima nude naročita turistička iskustva (Birdsall 2013). Mnogi prestonički gradovi nastoje da na globalnom tržištu projektuju sebe kao jedinstveno lepa mesta za posetu, u kojima se konstantno odvijaju neprekidni tokovi fantastičnih sadržaja, pri čemu elite zadužene za brendiranje i prodaju grada nude konzumentima jasne i razborite asocijacije kroz selektivan odabir elemenata urbanog prostora koji, ujedno, i čini komercijalnu ponudu.

Upravo se Trg Slavija pokazao kao takvo „mesto“ Beograda pogodno za turističko-komercijalni plasman i prodaju; „mesto“ kome je, međutim, nedostajao dodir čarobnog štapića kadrog da „promeni sliku glavnog grada“.³⁶ Prema oceni gradskih funkcionera, Slavija se instalacijom muzičke fontane i otvaranjem Hiltona pretvorila iz „potpunog rugla“ u atrakciju za veliki broj gostiju iz inostranstva³⁷; dok otvaranje Hiltona predstavlja uspešan krug ulaganja, čija je osnovna poruka to da „Beograd hoće da kupe, hoće da dođu do njega“³⁸, drugim rečima to – da je Beograd uspešno plasiran na globalno prodajno tržište stranim investitorima.

Takav plasman je omogućen ne samo estetskim preuređenjem Slavije (postavljanjem fontane, uklanjanjem ćevapdžinica i pretvaranjem „neuređene po-

³⁶ <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/13/ekonomija/2286053/polozen-kamen-temeljac-hotela-hilton-u-beogradu.html>

³⁷ <http://www.telegraf.rs/vesti/beograd/2367273-ovaj-deo-grada-ceka-preobrazaj-hotel-hilton-ce-biti-simbol-lepseg-i-novog-beograda>

³⁸ <http://www.novimagazin.rs/vesti/vucic-beograd-je-postao-isplativ-i-prepoznatljiv-brend>

vršine između kružnog toka i Narodne banke Srbije, koja je godinama 'bola' oči prolaznicima, u plato koji vizuelno proširuje ceo prostor³⁹), već i njenim simboličkim obezvremljivanjem. To obezvremljivanje učinjeno je u dva poteza: 1) uklanjanjem nadgrobnog spomenika i zemnih ostataka Dimitrija Tucovića sa središta Trga; i 2) instaliranjem raspevanog vodoskoka čija muzika apostrofira auditivno-vizuelni utisak bezvremenosti.

Metodološki, zašli bismo na klizav teren sa tezom da uklanjanje groba i spomenika posvećenog Dimitriju Tucoviću predstavlja zakulisni projekat vladajuće desnice da iz kolektivnog sećanja iskoreni uspomenu na jednu istorijsku figuru, čije se ime uobičajeno vezuje za levičeske političke struje u ovoj zemlji. Ta bi teza bila dokaziva podjednako teško koliko i osporiva, i u tom spiralnom padu ušlo bi se u polje spekulacija. Uostalom, bilo bi verovatno lakše braniti je s „ranim“, nego s „reformisanim“ aktuelnim predsednikom na čelu države. Dovoljno je, onda, izneti umerenu pretpostavku da je migracija kostiju i biste Dimitrija Tucovića bila učinjena s namerom da se „mesto“ deistorizuje, odnosno da se isprazni od svake dijahrone dubine, izdubljene političkim ili drugim faktorima kulturne istorije društva; i da se umesto toga „napuni“ čarolijom fontane.

Može se dakle argumentovano dokaziti (ili osporiti) samo to da je reč o primarno marketinškom, a ne o političkom potezu. Njegov reklamni aspekt ogleda se u njegovoj indikativnoj ličnosti sa paradigmom klasičnog uslovljavanja, poznatoj već decenijama u psihologiji marketinga (Zander 2006). Prema toj paradigmi, suženoj za potrebe marketinške teorije, uparivanje proizvoda (neutralnog stimulusa) s dopadljivom muzičkom numerom (neuslovljenog stimulusa), rezultuje porastom želje ispitanika za taj proizvod (uslovljeni odgovor). Na primeru muzičke fontane, ova teorija bi pretpostavila da prštanje vodoskoka u kombinaciji s odgovarajućim muzičkim sadržajem rezultuje rađanjem prisilnog uslova u oku posmatrača fontane. Taj uslov tiče se izbora, u kojem raspevani vodoskok definitivno odnosi pobjedu nad nekim manje uzbudljivim sadržajem, kao što je, na primer, bista Dimitrija Tucovića (sa sve okolnim zelenilom).

Muzika o kojoj je reč,⁴⁰ uz to, i sama na sebe preuzima funkciju obezvremljivanja „mesta“. Zvučni repertoar raspevane fontane moguće je, naime, uz izvesne ograde, svrstati u registar „mekše strane pop muzike“ koja, pošto se dovede u vezu s ideologijom, kao što je ovde moguće učiniti, raspolaže većim brojem funkcija (Stokes 2004; Tochka 2013; Cloonan 1999; Adorno [1944] 2002). Konkretno, funkcija kulturnog obezvremljivanja je u slučaju fontane na Slaviji vrlo široka, pored toga što je bazična, i pokriva sve numere koje aktuelan muzički program fontane ima da ponudi – čak i one koje, strogo uzev, nisu „pop“. Primera radi, arija *Caruso* u izvođenju čuvenog operskog tenora Lučana

³⁹ <http://www.republika.rs/vesti/beograd/35959/beograd-menja-bolje>

⁴⁰ <https://www.ekspres.net/drustvo/majkl-dzekson-i-pavaroti-u-krug-fontana-na-slaviji-godinu-dana-peva-jedno-te-isto-ne-zna-se-ko-je-nadlezan-za-plejlistu>

Pavarotija služi tome da prizoru nabujalog vodoskoka obezbedi soničnu dimenziju pompe koja je, ruku na srce, i očekivana i priželjkivana dok posmatramo pljuštanje hektolitara plešuće vode, i koja samo pospešuje utisak bezvremenosti spektakla. Slično je i sa himnom *Bože pravde*, s tim što ova numera ima dodatnu ulogu da na asocijativnom planu poveže prizor fontane s idejom nacionalne države koja je velikodušno „podarila“ ovu atrakciju narodu i omogućila običnom svetu da u njoj trajno uživa, i to potpuno besplatno. Pesme Đorđa Marjanovića, *Beograde* i Lole Novaković *Moj Beograd*, tu su, nadalje, da značenjski fiksiraju fontanu u mestu i pripišu joj, putem muzike, ako već nikako drugačije, lokalno poreklo, po karakteru opet bezvremeno, bar utoliko što je „evergrin“. Numere Majkla Džeksona, sa svoje strane, crpe svoj kredibilitet iz globalne paradigme popa, koja nalazi svoju užu marketinšku primenu u umerenoj, neugrožavajućoj muzici prikladnoj, između ostalog, za potrebe šoping molova (Sterne 1997, 30), grandioznih podijuma modernog konzumerizma, ponovo po prirodi lišenih svake dijahrone dubine.

Ovo negiranje kulturne istorije „mesta“ usklađeno je sa širim očekivanjima gradskih vlasti da će donošenje ocene o umetničkoj i estetskoj vrednosti fontane prevazići perceptivne moći većine građana, naime „običnog sveta“, ali i dobrog dela ekonomskih elita, čijem je ukusu estetika vodoskoka prema pretpostavci i namenjena, budući da se taj ukus formirao mimo bilo kakvog osetnijeg dodira s istorijom umetnosti (Bourdieu 1984, 4). Jedna od sepcifičnosti srpskog društva ogleda se u tome da ekonomske elite raspolazu slabim ili nikakvim kulturnim kapitalom, budući da su „uvođenje tržišnih principa, deregulacija kulture i liberalizacija prohteva doveli do poraza kulturne elite“ u ovoj zemlji (Stanković 2010). Rezultat je taj da danas imamo političare na važnim državnim pozicijama sa lažnim diplomama i doktoratima⁴¹ (čime se ništavan kulturni kapital elita „na mišić“ gura u vis), kao i do granica nevidljivosti tanku razliku između poslovnih i političkih elita s jedne strane, i estradnog „džet seta“ s druge strane. Estetika je ovde duboko ukorenjena u etici: uživanje u „neprofinjenim“ sadržajima i sladunjavo-penušavim formama kakve nudi muzička fontana odgovara senzibilitetu i etici neprosvećenih ekonomskih elita, jer su prostiji društveni slojevi (prostiji u smislu obrazovanja) skloniji da od kulturnih proizvoda očekuju gotove reprezentacije i konvencije kadre da ih navedu da „naivno“ poveruju u ono što je reprezentovano. Etika obrazovanijeg sloja i društvene inteligencije, nasuprot tome, sklonija je da pokloni daleko više poverenja formama reprezentacije – književnim, pozorišnim, slikarskim, filmskim, nego reprezentovanom sadržaju (Bourdieu 1984, 5; 42–53). Drugim rečima, ukusi viših klasa razlikuju se od ukusa „narodnih“ slojeva (radnika i seljaka) po tome što prvi raspol-

⁴¹ <https://insajder.net/sr/sajt/vazno/5173/>; <http://www.dw.com/sr/srbija-u-raljama-fantomskih-diploma/a-19170867>; <https://www.cins.rs/srpski/news/article/jorgovankatabakovic-plagirala-znacajan-deo-doktorata>.

žu sposobnošću da umetnička dela procenjuju na osnovu njihove forme, dok potonjima ova „estetska“ dispozicija nedostaje, zbog čega oni umetnička dela procenjuju po sadržaju, odnosno po tome koliko su verna originalu (stvarnosti); kao i po moralnoj pouci koju sa sobom nose (Cvjetičanin i Milankov 2011, 34).

Klasni ukus i klasni interes na primeru „novog simbola Beograda“

Mnoge nacionalne države u svetu nastojale su, baveći se kulturnim politikama, da polazište svog delovanja lociraju u granici između takozvane „više“ ili elitne, i „niže“ ili vernakularne kulture, pri čemu se ona „viša“, na nivou estetskih sudova, razlikuje od „niže“ po svojoj negaciji prostog, vulgarnog, jeftinog, servilnog i podmitljivog užitka, te priznavanju nadmoći jedino onim umetničkim delima koja nude nehajan, prefinjen, subliman i prestižan užitak, zauvek nedostupan profanoj sferi (Bourdieu 1984, 7). Na osnovu ove distinkcije stvaraju se razlike iz kojih se crpe simbolični resursi „visokog“ klasnog ukusa. Taj ukus zasniva se na akumulaciji obrazovnog kapitala koja počinje u porodici i obrazovnim institucijama, a zatim se proširuje na one oblasti kulturnog života koje nisu pokrivena institucionalnim kurikulumima. Linija razdvajanja između ekonomskog i kulturnog kapitala, kako Burdije pokazuje, omogućava nam da napravimo distinkciju između pripadnika kulturnih elita koje poseduju veliki kulturni kapital, ali ne i bogatstvo, i pripadnika ekonomskih elita koje poseduju značajan finansijski kapital, ali se drže popularne estetike koju karakteriše siromaštvo u pogledu *kulturnog* kapitala. Interesantan i za nas značajan Burdijeov uvid tiče se upravo odnosa kulturno siromašne popularne estetike s jedne strane, i eksperimenta s druge strane. Prema ovom autoru, publika (primarno čitalačka ili pozorišna) naklonjena popularnoj estetici ne pristaje ni na kakav oblik formalnog eksperimenta koji teži da iskorači iz uobičajenih konvencija u pogledu zapleta ili scene kojim se, sa svoje strane, postiže distanciranje publike od likova i narativog toka (Bourdieu 1984, 4).

U pozorištu ili bioskopu, popularna publika oduševljava se zapletima koji se logički nadovezuju jedan na drugi, odvijajući se hronološki ka hepi endu, i snažije se identifikuje sa jednostavno oslikanim situacijama i likovima nego sa ambivalentnim i simboličkim figurama i radnjama ili zagonetim problemima pozorišta okrutnosti, da ne pominjem zauzdan scenski pokret beketovskih junaka ili otvorene apsurdnosti Pinterovih dijaloga. Njihovo opiranje ili nenaklonost izviru ne samo iz nepoznavanja, nego i iz duboko ukorenjene potrebe za učestvovanjem, kojoj formalni eksperiment uporno odbija da izađe u susret (Bourdieu 1984, 32).

Ova Burdijeova opservacija pokazuje se od izuzetnog značaja u analitičkom promatranju muzičke fontane na Slaviji. Na prvi pogled, muzički program

„novog simbola Beograda“ koji se, takoreći, nalazi na *shuffle mode*-u (s malo Pavarotija, malo srpskih šlagera i mnogo Majkla Džeksona na repertoaru⁴²), deluje ekstravagantno, da ne kažem eksperimentalno u smislu koji je predočio Burdije. Ali čim ga podrobnije razmotrimo, postaje nam jasno da on nije eksperimentalan, da je štaviše decidno *protiv* svake vrste eksperimentalnosti – čak i one koja bi ga dovela u veću harmoniju s muzičkim ukusom većine stanovništva.⁴³ To što se u okviru programa raspevane fontane ipak ne mogu čuti hitovi Ace Lukasa, Cece Ražnatović i Branke Sovrlić govori u prilog pretpostavci da raspevani vodoskok nije nekakav idealni odraz muzičke kulture gradskih čelnika, niti populistički projekat vlasti željne da se dodvori estetskim merilima većine. Fontana nudi kombinaciju vizuelnog i muzičkog sadržaja koja bi idealno trebalo da osujeti svaku rezervisanu misao prema raspevanom vodoskoku (premda u tome ne uspeva). Na značenjskom planu, njen zvuk ili „glas“ je više nego neutralan: on može da se shvati kao mera civilizacijskog napretka, transmudirani „evro“ – opštepriznata valuta konvertibilna u svim kulturnim zonama. Mekana, bezvremena, *stressfrei* muzika fontane na Slaviji savršeno odgovara lepršavo-prozračnom „stilu“ kojim vodoskok peni; on predstavlja spolja uvezen, gotov proizvod sa cirkularnim skupom značenja, a ne višenamenski objekat za masovnu upotrebu a kojim je uputno, a još manje mudro eksperimentisati. Drugim rečima, raspevani vodoskok ne odražava čistu refleksiju klasnog ukusa državnog vrha, već izraz njegovog klasnog interesa, kojim se „mesto“ (Trg Slavija) transformiše iz „rugla“ s političkim i istorijskim identitetom u oprezno spakovan „očaravajući“ komoditet bez jasno definisanog identiteta, izuzev onog koji mu pruža dodir „čarobnog štapića“, prethodno dobro „namočenog“ kulturnim mazivom globalnog tržišta. Nudeći čiste muzičke tonalitete, topao, ispeglan zvuk bezbroj puta emitovanih numera, poznatih na svim meridijanima, ukoliko jedan „uljudan“ štimung ni dobrog ni lošeg, ali „pristojnog“ (popularnog) ukusa, fontana, kako svojim „stasom“, tako i „glasom“, nastoji da se pokaže konceptualno lako nadovezivom na ideje razvoja, civilizacije i univerzalnosti (v. Stokes 2004).

⁴² <https://www.ekspres.net/drustvo/majkl-dzeksion-i-pavaroti-u-krug-fontana-na-slaviji-godinu-dana-peva-jedno-te-isto-ne-zna-se-ko-je-nadlezan-za-plejlistu>

⁴³ Prema sociološkim istraživanjima, najpopularnija muzika u Srbiji je narodna i starogradska (Cvjetičanin i Milankov 2011, 29). Ispitanici sa nižim nivoom obrazovanja gotovo trostruko češće od onih sa višim navode slušanje narodne muzike kao omiljenu aktivnost u slobodno vreme (Cvjetičanin i Milankov 2011, 54). Što se tiče grupa zanimanja, natprosečnu konzumaciju narodne muzike prijavili su poljoprivrednici i radnici (od nekvalifikovanih do visokokvalifikovanih), *ali i veliki privrednici* (Cvjetičanin i Milankov 2011, 61). Slične rezultate donelo je i novije istraživanje, iz 2016. godine, koje potvrđuje da narodna muzika privlači skoro sve kategorije ispitanika podjednako, bez razlika po osnovu rodne, starosne i klasne pripadnosti (Opačić i Subašić 2016, 40–42, 85, 93–94).

Ideološka dimenzija muzičke fontane

Kolektivni muzički simboli povezuju mesto s određenim predstavama, emocijama, značenjima i teže da oblikuju društveno delovanje (Cohen 1995, 445). U postmodernom svetu, s porastom raširenosti i dostupnosti tehnologija, odnos između muzike i mesta postao je još opipljiviji, utoliko što muzički sadržaji više nisu naprosto ponuđeni javnosti za kontemplaciju i konzumaciju, već je kontekst njihove recepcije ozvučen kako bi se prostor oko konzumenta okružio muzikom (Morris 2013, 118; Sterne 1997). U poznatom eseju o popularnoj muzici, Teodor Adorno je zapazio da je masovna proizvodnja „pop“ melodija, u sociološkom smislu istovremeno namenjena odvlačenju pažnje i izazivanju nepažnje kod slušalачke publike (Adorno [1941] 2002, 458). Kao funkcionalni element popularne muzike, distrakcija je za Adorna skopčana s racionalizovanim i mehanizovanim procesima rada (poput onog za kasom u Maksiju ili pred računarskim ekranom u NCR-u) kojem su najširi društveni slojevi podvrgnuti. Ovaj režim proizvodnje, koji rađa strahove i nesigurnosti oko nezaposlenosti, gubitka prihoda, tenzije, krize i katastrofe pronalazi svoj „vanproizvodni“ kolerat u zabavi, odnosno u opuštanju koje ne zahteva nikakvu koncentraciju. Forma i struktura popularne muzike je takva da podrazumeva standardne obrasce melodijskog toka muzičke numere, kao i odnosa tonova i ritma, tako da slušaoci bivaju kadri da bez imalo truda prepoznaju pesmu – čak i kad je reč o „najnovijem hitu“, koji prethodno nisu čuli. Popularna muzika je proizvod industrije – ona je „unapred svarena“ (Adorno 2002, 445), pa je malo ili nimalo kognitivnog napora potrebno uložiti u posao razumevanja starog, jednako kao i novog „pop hita“. „Neuključivanje mozga“ prilikom konzumacije pop muzičkih sadržaja lišava slušaoca spontanosti recepcije i kreativnog čina razumevanja koji tu spontanost prati, pa trenutak prepoznavanja nije ništa drugo do trenutak pasivne senzacije (Adorno 2002, 449). Zaboravljiva i formulaična, pop muzika, međutim, nastoji da u etar pošalje sladunjave poruke o sreći i ljubavi (izgubljenoj ili pronađenoj) koje su unapred očekivane i beskrajno repetitivne (Adorno 2002, 450–451) – pa i same predstavljaju tekstualne formule čiji je zadatak da, u spoju s propratnom muzikom, stvore uslovni refleks kod slušaoca. Taj uslovni refleks premošćuje kognitivne i usredsređuje se na sedativne i sugestivne aspekte slušalачkog iskustva.

Nasuprot Burdijeovom uverenju da je muzika „najduhovnija“ od svih umetnosti, da ništa ne govori i da *nema šta da kaže* (Bourdieu 1984, 19), pop muzika (ali i drugi savremeni žanrovi), prema Adornu, u sebi nosi najmanje jednu implicitnu poruku. Ta poruka tiče se negacije društvenih trvenja i suprotnosti koje su rezultat društvenog raslojavanja. Ona je popularna upravo zato što stvara iluziju izdvojenosti od socijalnih antagonizama, dok istovremeno ostaje relevantna za „drugu stranu medalje“ društvene svakodnevice: zabavu, smeh, opuštanje, uživanje, šoping, seks. Ove varijacije uzbuđenja po svojoj prirodi stimulišu samo

trenutno, kratkotrajno uzbuđenje zato što u osnovi predstavljaju samo privid varijacija. Ovogodišnja moda razlikuje se od prošlogodišnje, ali je slična onoj od pre pet ili petnaest godina (Gelner 2000, 60); najnoviji „letnji hit“ za plažu podseća nas na neki koji smo ranije čuli, ali ne možemo da se setimo koji... Ovogodišnjeg „top modela“ ili „seks bombu“ teško je u mislima razdvojiti od prošlogodišnjeg „top modela“ ili pretprošlogodišnje „seks bombe“: varijacije su standardizovane, predvidljive i međusobno zamenljive, a užitak koje pružaju konzumentima (estetski, emocionalni, seksualni...) svodi se na mentalne stimulanse koji munjevito prolaze, zato što su proistekli *ne* iz individualnog udubljanja i koncentracije u strukturu i formu datih sadržaja, nego iz skretanja pažnje s društvenih pritisaka i strepnji koje pojedinac oseća, na „pitak“ sadržaj o kojem, dok ga konzumira, uopšte i ne mora da misli; ali i olakšanja, pa i lagodnog „filinga“ prepuštanja i odustajanja koji otud proističe.

Svakako da ovakvo dejstvo kulturne industrije, u slučajevima kada je uspešno, povlači za sobom političke posledice. U sferi muzike, idealizovane situacije i kvaliteti predstavljeni pop pesmama nude frustrirano ispunjenje želje koje neprestano odlaže obećanje sreće predočeno muzikom, utirući put ka konzumaciji narednog „hita“. Takva muzika efikasno prilagođava slušaoca njegovoj (ma koliko nepodnošljivoj) društvenoj stvarnosti, nudeći mu privid kratkotrajnog bega, i to ne bega od bolne ili poražavajuće realnosti, nego od svake pomisli da je takvoj realnosti moguće pružiti delotvoran otpor (Horkheimer i Adorno [1944] 2002; nav. u Morris 2013, 119). Nudeći harmonične, kognitivno neizazovne i emocionalno umirujuće proizvode muzičke industrije, „lagana“ pop muzika je usklađena s dominantim skstrukturama moći jer stalno iznova obnavlja postojeći društveni poredak putem dvostruke negacije: prvo, stvarajući iluziju da društvenih antagonizama nema; a potom, osporavajući moć pojedinca da se odupre postojećem stanju stvari.

Iako Adornovu sociologiju popularne muzike treba uzeti s dozom rezerve, najmanje zato što je evidentno građena s tezom i sklona neosnovanim uopštavanjima⁴⁴, ona je za potrebe ove analize korisna iz nekoliko razloga: a) Adorno dovodi u eksplicitnu vezu pop muziku i političke elite u kapitalističkoj državi; b) njegova analiza na plauzibilan način razotkriva vidove i ciljeve instrumentalizacije muzike u političkoj sferi; i c) opskrblivši nas novim elementima interpretacije, Adornove ideje nas na zgodan način vraćaju problemu eksperimenta o kojem je Burdije diskutovao u kontekstu socijalne kritike popularnog ukusa.

Pitanje saodnosa fontane i njene upotrebe, kao i toga ko ima ovlašćenje nad odabirom muzičkog repertoara „novog simbola Beograda“ jedno je od ključnih

⁴⁴ Vid. npr. tekst o subverzivnim potencijalima popularne muzike u Iranu (Hashemi 2017). Takođe, iako se gotovo uopšte ne bavi „mekšom stranom pop muzike“, za kritičko čitanje Adorna korisna je i knjiga *The Resisting Muse: Popular Music and Social Protest* autora Ijana Pedija (Peddie 2006).

za razumevanje muzičke politike vodoskoka. Ono takođe pokreće pitanje eksperimenta, tačnije strepnje ili otvorenog straha vlasti od pune demokratizacije raspevanog vodoskoka i njegovog muzičkog sadržaja. Javne kontroverze oko identiteta „muzičkog urednika“ fontane i visine njegove/njene plate nedavno su uzburile društvene mreže u Srbiji,⁴⁵ ali su novinske izjave gradskih čelnika demantovale da takvo mesto postoji. Tom prilikom je rečeno da u Skupštini grada postoji komisija koja će određivati repertoar raspevanog vodoskoka, iako je prethodno – na svečanom otvaranju fontane – javnosti jasno stavljeno do znanja da će građani sami „moći da biraju“ numere koje će se čuti s umreženih zvučnika⁴⁶. Bilo kako bilo, odgovorni rukovodioci iz gradske uprave već godinu dana – otkako je fontana prvi put „zapevala“ – ne menjaju repertoar.⁴⁷ Iste pesme, koje se svakog dana nižu Trgom Slavija u monotom krugu, narušavaju psihološko zdravlje stanara okolnih zgrada, koji su se više puta, bez ikakavog učinka, obratili za pomoć komunalnoj policiji⁴⁸. Ovlašćenje za rukovanje muzičkim sadržajem fontane, koje su gradski čelnici inicijalno obećali da će ga velikodušno prepustiti narodu, a potom ga prebacili na opskurnu komisiju u Skupštini grada, funkcioneri danas delegiraju na vodovod, a odgovorni iz vodovoda opet na gradske vlasti.⁴⁹ I pored raskošne atmosfere koja je krasila svečano otvaranje fontane, na godišnji jubilej njenog puštanja u rad, javnosti je danas predočena zbunjenost gradskih otaca po pitanju toga ko ima ovlašćenje nad fontanom. Ovaj očiti strah od eksperimenta dokaz je u prilog tome koliko moć ima muzika – ne samo da upodobi audio-vizuelni ugođaj vodoskoka željenom efektu, već i da ga „rašćini“ ili još gore, potpuno razobličii. Strah vlasti je utoliko veći, što je sfera komercijalnog popa, čak i njegove „mekše“ strane, dovoljno plodna da ponudi „hit“ koji će izazvati korenit potres simbola u samoj srži muzičke fontane. Mogao bi se zamisliti čitav niz pop pesama, čak planetarnih hitova, koji bi u kontekstu muzičkog repertoara „novog simbola grada“ poprimili subver-

⁴⁵ <http://www.politika.rs/sr/clanak/393934/Vesic-Nema-muzickog-urednika-fontane>; https://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2017&mm=12&dd=06&nav_category=11&nav_id=1333226.

⁴⁶ <http://informer.rs/vesti/beograd/334269/video-fontana-na-slaviji-ispunjavace-muzicke-zelje-evo-koje-se-numere-sada-mogu-cuti-a-uskoro-ce-ih-gradani-sami-birati>; <https://radiokosava.rs/fontana-na-vodi-generalna-proba-fontane-od-dva-miliona-evra>; <http://www.telegraf.rs/vesti/beograd/2816770-moci-cemo-sami-da-biramo-pesme-na-fontani-otkrivamo-koje-se-numere-sada-mogu-cuti-osim-srpske-himne>,

⁴⁷ <http://rs.n1.info.com/a389837/Vesti/Muzicka-fontana-ista-pesma-u-krug-vec-godinu-dana.html>

⁴⁸ <https://www.kurir.rs/vesti/beograd/3054367/beogradjani-lude-od-fontane-na-slaviji-psihicki-nas-ubija-sve-jedno-te-isto-vec-godinu-dana-a-vikendom-nema-spavanja>

⁴⁹ <http://www.021.rs/story/Info/Srbija/188940/Gradjani-se-zale-da-muzicka-fontana-u-Beogradu-godinu-dana-svira-jedno-te-iste-pesme.html>

zivni smisao (ili koje *jesu* subverzine po sebi).⁵⁰ Ovo ukazuje na nestabilnosti neo-marksističke kritike popularne muzike frankfurterijanaca: Adorno jeste načinio krupnu grešku kada je o složenosti fenomena, koji je postavio pod kritičku lupu, kao i o njegovom potencijalu da proširi ili izvrne industrijsku matricu kojom raspolaže (i predstavi se u neočekivanom, šokantnom pa i pretećem svetlu), govorio elitistički i pojednostavljeno. Ali nije pogrešio okarakterisavši pop i uz njega skopčanu muzičku industriju kao taoce vladajućih političkih interesa.

Aktuelnost Adornovih teza dokazuje i primer zvučnog prostora muzičke fontane na Slaviji. Ostavljena bez jasne nadležnosti da se ponavlja poput pokvarene ploče, ova atrakcija na sred kružnog toka u nedogled zaziva svečanost prvog trenutka, gala pozornice i pompeznih novinskih izveštaja. Promovisavši ga kao simbol koji proizvodi grad u viši stepen „evropske metropole“, elite odgovorne za instalaciju raspevanog vodoskoka posegnule su za po sebi razumljivim sredstvima da bi pojačali efekat kolektivne diplopije (udvojenog, dvostrukog viđenja). Uz pomoć ovog efekta, prizor fontane na asocijativnom planu stapa se sa predstavama progresa, optimizma i grupnog prepuštanja političkoj mudrosti državnih lidera. Raspoloživa sredstva za kojima su gradski oci posegnuli tiču se prigodne, blanko muzike: globalno poznatih, odavno ni u šta „svarenih“ „hito-va“ čija je instrumentalna vrednost podložna obnavljanju samo kroz varijacije. To što varijacija nema, može se protumačiti kao nevoljni signal podanicima vlasti, upućen odozgo, da je muzička politika vodoskoka nepoverljiva prema građanstvu do te mere da je spremna da se prikaže u krajnje apsurdnom svetlu, samo da se ne bi menjala; kao i da je njena najavljena demokratska komponenta prazni demagoški mehur pušten u etar s ciljem da učini vlast čarobnijom i osetljivijom za potrebe „malog čoveka“ u prazničnoj večeri velikih obećanja.

Zaključak

Antropološka analiza muzike insistira na potrebi posmatranja odnosa muzike i kulture, kao i bližeg sagledavanja društvenih prilika u kojima se muzika koristi (Ristivojević 2012). Primenom ove načelne teorijske pozicije na analizu fontane na Slaviji, zatim, primenom diskurzivne, spacijalne i simboličke analize, kao i teorijskih uvida Burdijeove kritike klasnog ukusa i Adornove sociologije muzike, došao sam do nekoliko sledećih zapažanja: prvo, fontana na Slaviji može se nazvati hibridnim simbolom. Njegova hibridnost zadire, s jedne strane, u kulturnu sferu društva, u okviru koje muzička fontana na Slaviji nastoji da se

⁵⁰ Na pamet padaju poznate numere svetskih zvezda, poput nedavno preminulog Princa (*Sign O' The Times*), Sindi Loper (*She Bop*), Stinga (*The Police – Every Breath You Take*), Nene (*99 Red Balloons*) ili sastava ikoničnog za brit-pop muzičare, *The Smiths* (sa pesmom *Panic* i refrenom koji glasi: „Hang the DJ...“).

nametne kao materijalni odraz jedne tekuće i odozgo dirigovane kulturne promene, koja teži da prevrednuje kulturni imidž prestonice, a otud i cele zemlje, simbolički je izmeštajući iz sfere zaostalog orijenta (i njemu srodnih tursko-bal-kanskih melosa) u domen progresivnih okcidentalnih uticaja, oličenih, između ostalog i američkom pop muzikom.

S druge strane, hibridnost raspevanog vodoskoka kao simbola zapaža se i u njegovom ekonomskom aspektu koji fontanu koristi za promociju „mesta“ (Trg Slavija) na tržištu globalnog turizma i investicija. To „mesto“ je prethodno ispražnjeno od istorijskih i političkih značenja, a zatim „očarano“ vizuelno-auditivnom „atrakcijom“ koja instrumentalizuje popularnu kulturu s ciljem dodatnog usklađivanja novostvorenog ambijenta zahtevima globalnog popularnog ukusa i komercijalne estetike Prvog sveta. Odatle sledi da raspevani vodoskok, premda zvanično darovan Beograđanima da u njemu uživaju⁵¹, uopšte nije namenjen žiteljima prestonice (koji ionako ne mogu da mu priđu, niti da se njime služe), nego je nasuprot tome, posvećen *prodaji* Beograda i Beograđana bilo kojoj zainteresovanoj strani, spremnoj da se okoristi jeftinom radnom snagom uz velikodušne državne subvencije. *Uloga muzike* raspevanog vodoskoka je, pritom, višestruka. S jedne strane, ona služi tome da dodatno obezvremeni ambijent preobraženog Trga, lišavajući ga svakog dvosmisla, disonance ili konteksta koji bi bilo čime odstupao od onoga što se neposredno odvija pred očima posetilaca. S druge strane, ta muzika ne komunicira kulturnu različitost niti distiktivan karakter „mesta“ u užem smislu trga, ili širem, grada, već se njome naglašava brižljivo „spakovana“ evropejskost „mesta“, njegova semantička bezbednost i neproblematičnost za, primarno, strane posetioce. S treće strane, obraćajući se stanovništvu Srbije i, konkretno, Beograda, raspevani vodoskok odašilje poruku „glamuroznog“ trijumfa vlasti koja transformiše Beograd u bolji i lepši grad budućnosti i poziva građane da pevaju s njom, ako ne naglas, onda bar u srcima jer – ko peva zlo ne misli.

Muzička fontana, dakle, nije podignuta da bi učinila Beograd prepoznatljivim i drugačijim, nego baš nasuprot tome: ona je sagrađena s ciljem da prestonicu Srbije učini za korak sličnijom imaginarnoj predstavi globalnog grada, grada koji je samo formalno u rukama države, a suštinski pod kontrolom slobodnog tržišta, utopijske metropolitanske baze za razvoj nekretnina, stranih multikorporacija, međunarodne trgovine i spolja diktiranih uslova rada – jednom rečju, grada koji ima Hilton.

Konačno, izjava gradskog menadžera da je fontana „nešto zbog čega će ljudi dolaziti u naš grad“, a da smo mi „grad koji živi od turista“, kao i da „ovakvi objekti“ – poput fontane – „razlikuju velike gradove od malih“, u osnovi

⁵¹ <http://www.alo.rs/vesti/drustvo/generalna-proba-fontane-na-slaviji-uz-pesme-i-svetlosne-efekte-foto-galerija/110217/vest>; <http://www.novosti.rs/vesti/beograd.74.html:669017-Generalnom-probom-obezezen-pocetak-rada-fontane-na-Slaviji>.

predstavlja svojevrsnu eksploataciju okcidenta, u smislu da je jedna od brojnih uloga fontane, bar prema ovom funkcioneru, ta da „privuče“ turiste sa Zapada kako bi im, uz alokaciju određenih sredstava, omogućila bezbedno iskustveno uranjanje u globalni narativ neoliberalne modernosti.

Vratimo li se, opremljeni iznesenim uvidima, još jednom na kratko na razmatranje semantičkog nivoa raspevanog vodoskoka na Slaviji, možemo izneti zaključke da ova zvučno-vizuelna atrakcija, kao hibridni simbol Beograda, predstavlja dragoceni komoditet podvrgnut funkciji ukrasnog papira za skup aktuelnih ekonomskih procesa koji aktivno menjaju društvo. Fontana je istovremeno doterana metonimija za ove, već neko vreme prisutne ekonomske odnose, ali ih, paradoksalno, i sakriva iza četiristotinak reflektora i hektolitara pršteće vode pokorenih sistemu savremene mehanizacije. Sama zamisao kulture, predstavljena fontanom, svodi se na neupečatljiv, mada podesan nusproizvod pomenutih ekonomskih procesa u svetu bez granica (Stokes 2004, 51) kojim dominira mediokritetski ukus umerenjačke, građanski orijentisane etike – umerene u svesti, sem u potrošnji i pokornosti vlasti. Fontana, otud, stoji umesto sistema ideja i emocija koje obuhvataju koncepte napretka, komercijalizacije, vesternizacije društva, otvaranja Beograda prema svetu, metamorfoze grada u brend za turističku konzumaciju, u resurs na kome, prema rečima predsednika Republike, „može da se zaradi.“⁵² Ona je skupo plaćeno čarobno ogledalo društva na čijoj površini građani mogu da vide obrise svetlije i stabilnije budućnosti – mada ne nužno svoje sopstvene.

Literatura

- Adorno, Theodor W. 2002. *Essays on music*. Oakland: University of California Press.
- Birdsall, Carolyn. 2013. „(In)audible Frequencies: Sounding out the Contemporary Branded City.“ In *Essays on Cultural Resistance, Subversion, and Diversion*, ed. Christoph Lindner and Andrew Hussey, 115–131. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction. A Social Critique of the Judgements of Taste*. Cambridge: Harvard UP.
- Cloonan, Martin. 1999. Pop and the Nation-State: Towards a Theorisation. *Popular Music* 18 (2): 193–207.
- Cohen, Sara. 1995. Sounding out the City: Music and the Sensuous Production of Place. *Transactions of the Institute of British Geographers* 20 (4): 434–446.
- Cvjetičanin, Predrag i Mirjana Milankov. 2011. *Kulturne prakse građana Srbije*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Gelner, Ernest. 2000. *Postmodernizam, razum i religija*. Zagreb: Naklada Jesenjski i Turk.

⁵² <http://www.novimagazin.rs/vesti/vucic-beograd-je-postao-isplativ-i-prepoznatljiv-brend>

- Hashemi, Amin. 2017. „Power and Resistance in Iranian Popular Music.“ In *Popular Music Studies Today*, ed. Julia Merrill, 129–138. Berlin: Springer VS.
- Helbrecht, Ilse. 2004. Bare Geographies in Knowledge Societies — Creative Cities as Text and Piece of Art: Two Eyes, One Vision. *Built Environment* 30 (3): 194–203
- Low, Setha M. 1996. The Anthropology of Cities: Imagining and Theorizing the City. *Annual Review of Anthropology* 25: 383–409.
- Morris, Martin. 2013. Communicative Power and Ideology in Popular Music. *Journal of Communication Inquiry* 37 (2): 113–127.
- Mos, Marsel. 1982. *Sociologija i antropologija 2*. Beograd: Prosveta i Biblioteka XX vek.
- Opačić, Bojana i Bogdana Subašić. (2016). *Kulturne potrebe i navike građana Srbije*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Ortner, Sherry B. 1973. On Key Symbols. *American Anthropologist* 75 (5): 1338–1346.
- Peddie, Ian. 2006. *The Resisting Muse. Popular Music and Social Protest*. London: Routledge.
- Ristivojević, Marija. 2012. Proučavanje muzike u antropologiji. *Etnoantropološki problemi* 7 (2): 471–486.
- Ristivojević, Marija. 2013. „Novi talas“ u percepciji novih generacija. *Etnoantropološki problemi* 8 (4): 1013–1024.
- Stanković, Vladan. 2010. Društvena elita u Srbiji – preobražaj i prohodnost u poslednjih dvadeset godina. *Nacionalni interes* 6 (3): 469–490.
- Sterne, Jonathan. 1997. Sounds like the Mall of America: Programmed Music and the Architectonics of Commercial Space. *Ethnomusicology* 41 (1): 22–50.
- Stokes, Martin. 2004. Music and the Global Order. *Annual Review of Anthropology* 33: 47–72
- Tochka, Nicolas. 2014. Voicing freedom, sounding dissent: Popular music, simulation and citizenship in democratizing Albania, 1991–1997. *European Journal of Cultural Studies* 17(3): 298–315.
- Zander, Mark F. 2006. Musical influences in advertising: how music modifies first impressions of product endorsers and brands. *Psychology of Music* 34 (4): 465–480.

Marko Pišev

Institute of Ethnology and Anthropology and
Department of Ethnology and Anthropology
Faculty of Philosophy, University of Belgrade, Serbia

*One Song a Day Takes Mischief Away:
Anthropological analysis of the music fountain on Slavija Square*

The paper tries to determine what exactly means when the city and the state (indirectly) authorities call some object “the new symbol of Belgrade.” This scientific problem is considered on the case of a musical fountain on Slavija Square. What kind of symbol is that and on what basis it is attributed to this

status? What should a musical fountain represent, as the “new” symbol of the capital? On these and other questions, I will try to answer with anthropological analysis to mise-en-scène and symbolic of the fountain. Under the mise-en-scène I mean everything that lies around the fountain, which can be implicitly or explicitly brought it to a spatial connection. The symbolic plane of the fountain includes, inter alia, its musical content, which will also be considered in the text.

Key words: music fountain, symbol, Slavija Square, popular music, ideology, culture

*Les hommes méchants ne chantent pas:
analyse anthropologique de la fontaine musicale à Slavija*

Cet article s’efforce d’établir la signification exacte d’une qualification donnée par les autorités municipales, puis, indirectement, par les autorités nationales, à une installation de Belgrade, celle de « nouveau symbole de Belgrade ». Ce problème scientifique est étudié sur l’exemple de la fontaine musicale à Slavija. De quel genre de symbole s’agit-il et qu’est-ce qui justifie un tel statut ? Qu’est-ce que la fontaine musicale en tant que « nouveau » symbole de la capitale, devrait représenter ? À ces questions et à certaines autres, je tenterai de répondre par une analyse anthropologique de la mise en scène de la fontaine et de son contenu symbolique. Par la « mise en scène » je sous-entends tout ce qui se trouve autour de la fontaine, et ce qui pourrait implicitement ou explicitement être mis en relation spatiale avec elle. Le plan symbolique de la fontaine englobe, entre autre, son contenu musical qui sera également l’objet de l’analyse dans ce texte.

Mots clés: fontaine musicale, symbole, Slavija, musique populaire, idéologie, culture

Primljeno / Received: 19.05.2018

Prihvaćeno / Accepted: 27.05.2018