

Ana Banić Grubišić¹Institut za etnologiju i antropologiju
Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu

ANTROPOLOŠKI PRISTUP MEDIJIMA – KRATAK PREGLED (SA POSEBNIM OSVRTOM NA IGRANI FILM)*

Apstrakt: U ovom radu nudi se hronološki pregled antropološkog proučavanja medija sa posebnim naglaskom na dugometražni igrani film. Razmatraju se različiti teorijski i metodološki pristupi proučavanja masovnih medija uz osvrt na pitanja i probleme kojima su se antropolozi zainteresovani za medije bavili. Kao relativno "mlada" poddisciplina antropologije, antropologija medija istovremeno kombinuje tekstualni i kontekstualni/etnografski pristup, nudeći time obuhvatnije uvide u globalnu kulturu današnjice. Cilj ovog rada jeste da utvrdi da li postoji i u čemu se sastoji specifičan antropološki pristup medijima, kao i pokušaj da se označe moguće prednosti i doprinosi antropološkog istraživanja medija u odnosu na druge društvene i humanističke discipline.

Gljučne reči: antropologija medija, dugometražni film, tekst, etnografija publike, istorija antropologije

I Antropološki pristup medijima

Neosporan je značaj i centralno mesto koje masovni mediji imaju u svakodnevnom životu ljudi. Ne samo da znatan deo našeg slobodnog vremena provodimo čitajući štampu, surfujući Internetom, slušajući radio, ili gledajući filmove i televizijske emisije, već nam učestvovanje u pomenutim aktivnostima pruža nove prostore za identifikaciju, oblikuje naš pogled na svet, utiče na formiranje naših političkih gledišta, 'uči' poželjnim/nepoželjnim modelima ponašanja... U izvesnom smislu, medijska kultura jeste preovlađujući oblik kulture u savremenom društvu (Kelner 2004, 6), i na osnovu njenih sadržaja mnogi ljudi formiraju svoja shvatanja o klasi, etničkoj pripadnosti ili rasi, nacionalnosti, seksualnosti, o "nama" i "njima" (isto, 5). Masovni mediji su ušli

¹ razdragano_suncokretje@hotmail.com

* Tekst je rezultat rada na projektu "Antropološko proučavanje Srbije – od kulturnog nasleđa do modernog društva" (ev. br. 177035) koji u celosti finansira Ministarstvo prosvete i nauke Republike Srbije.

u svaku poru savremenog života, holivudski filmovi ili muzički video spotovi sa MTV-a deo su globalne kulture današnjice, u kojoj jednako učestvujemo bilo da živimo u Leskovcu, Luzijani ili Lusaki i zbog toga nije potrebno posebno objašnjavati (ili opravdavati) interes antropologije za produkciju, cirkulaciju ili 'potrošnju' masovnih medija, kako bi se to od uvodnog poglavlja verovatno očekivalo.

U poslednje vreme svedoci smo svakodnevnog "rađanja"/"nastajanja" brojnih antropologija. Na antropološkim odeljenjima širom sveta u ponudi su kursevi poput antropologije muzike, antropologije filma, antropologije Interneta, antropologije popularne kulture.² Ove "različite" i naizgled "nove" antropologije oivičene samim predmetom proučavanja nisu ništa drugo do "stara" sociokulturna antropologija čiji je fokus na savremenom trenutku, odnosno u kojoj se proučavaju savremeni društveni i kulturni procesi i s tim u vezi savremene konstrukcije identiteta. Istovremeno, sve ove navedene antropologije bi se mnoge i drugačije, odnosno sveobuhvatnije odrediti i imenovati – kao antropologija medija, budući da se sve one, na ovaj ili na onaj način, bave komunikacijom. Antropologija medija se tako kao polje proučavanja može razlamati i rastakati u nedogled (naravno, u zavisnosti koliko 'inkluzivno' definišemo medije i da li u tom imenovanju zanemarujemo prefiks "masovni"), i dovesti nas u nepotrebnu dilemu da li se istraživačko polje koje nas interesuje/kojim se bavimo određuje kao antropologija popularne kulture/antropologija masovnih medija/antropologija (popularnog) filma? Upravo ta "lična" dilema kako da nazovem oblast mog istraživačkog interesovanja navela me je da se podrobnije zainteresujem za samu istoriju antropološkog proučavanja masovnih medija.

Namera mi je da pokažem da su antropolozi istraživali medije i pre poslednje četvrtine XX veka, perioda koji se u literaturi predstavlja kao "prekretnica" i označava početak interesovanja za svakodnevni život u urbanim sredinama, kada dolazi do rekonceptualizacije antropologije i etnografskog terenskog istraživanja (v. Ginsburg 2005; Bošković 2010, Ivanović 2005).

Cilj ovog rada jeste da utvrdi da li postoji i u čemu se sastoji specifičan antropološki pristup medijima, kao i pokušaj da se označe moguće prednosti i doprinosi antropološkog proučavanja medija u odnosu na druge društvene i humanističke discipline.

U određenom smislu, u ovom radu će biti predstavljena jedna nepotpuna istorija antropologije medija jer se tiče samo onih autora koji su pisali na en-

² Iako je to važno disciplinarno pitanje, ja u ovom radu neću podrobnije razmatrati da li "potreba" za još jednom antropologijom "nečega" predstavlja odraz potvrđivanja identiteta discipline za koju se ne tako davno govorilo da je u krizi (v. Bošković 2010, 122-124) i da li ta potreba proizilazi iz stanja u kojem se antropologija nalazi u odnosu na druge naučne discipline koje se bave istim predmetom istraživanja?

gleskom jeziku³, to jest kratak pregled antropološkog bavljenja medijima dat je na osnovu dostupne literature⁴. Prikazaću različite pristupe proučavanja masovnih medija uz osvrt na pitanja i probleme kojima su se antropolozi zainteresovani za medije bavili. U drugom delu rada biće dat hronološki pregled značajnijih istraživanja dugometražnih popularnih filmova iz antropološkog ugla, odnosno prikazaću kako su antropolozi od četrdesetih godina prošlog veka do danas tumačili i analizirali popularne filmove.

a) Istraživanje medija u društvenim naukama

Proučavanje savremenih medija, nasuprot proučavanju medija kroz istoriju čovečanstva (npr. usmene kulture, pećinsko slikarstvo, pozorište, gradski vikači i slično) – pojavilo se uporedo s razvojem savremenih masovnih medija, kao prethodnica stvaranju discipline nazvane "studije medija" (Brigs i Kobli 2005, 9-10). Različite discipline bavile su se novonastajućim medijima, slično kao i danas kada su mediji predmet izučavanja čitavog niza disciplina, kao što su sociologija, političke nauke, ekonomija, psihologija, studije kulture, studije komunikacije, kibernetika, geografija, istorija i antropologija. Prema Čurčićevoj dva najvažnija naučna pitanja u dosadašnjim istraživanjima masovnih medija bila su kako mediji utiču na ljude i na koji način ljudi koriste ono što im mediji pružaju (Čurčić 2004, 29). Početkom tridesetih godina XX veka američki psiholozi i sociolozi su pod uticajem teorija biheviorističke psihologije i teorije društvene

³ Srpska etno-antropološka zajednica masovnim medijima (i popularnom kulturom uopšte) se intenzivnije bavi od dvehiljaditih godina. Mediji su u tim studijama posmatrani uglavnom kao izvor za proučavanje ili objašnjavanje nekog drugog fenomena, iako nisu retke ni studije koje se bave analizom samog medijskog teksta ili se blisko dotiču pitanja medijskih publika, recepcija medijskih poruka, medijskih rituala, formiranja novih oblika zajednica usled razvoja komunikacionih tehnologija i njima specifičnih oblika folkloru itd. (v. Pavićević 2010, Erdei 2008, Antonijević 2006; Antonijević 2008; Antonijević 2012; Radojčić 2009, Žakula 2012, Žikić 2007; Žikić 2010; Žikić 2012; Gavrilović 2004, Kovačević 2006, Trifunović 2008; Trifunović 2009; Trifunović 2010; Ristivojević 2012; Milosavljević 2008; Milosavljević 2010a; Milosavljević 2010b; Krstić 2009a; Krstić 2009b; Kulenović 2011; Banić Grubišić 2012 itd).

⁴ Rečeno, naravno nije pokušaj da se ogradim od mogućih rupa/propusta u ovom radu, a koje pisanje o istoriji jedne poddiscipline u "svetskim" okvirima neminovno nosi ako se piše iz pozicije studentkinje antropologije koja živi i radi u Srbiji (ograničena dostupnost akademskih baza časopisa, nemogućnost dolaženja do štampanih monografija bitnih za temu itd.) Za bibliografiju radova do kraja osamdesetih upućujem čitaoca na tekst Mark Allen Peterson, *Anthropology of the Mass Media pre-1988* (2005) koji se nalazi na stranici EASA Media Anthropology http://www.media-anthropology.net/peterson_mediaanthrobiblio.pdf.

kontrole u industrijskim društvima težili da 'premere' sadržaje i efekte masovnih medija. Osnovna pretpostavka ovog istraživačkog pristupa bila je da masovni mediji imaju veliki i odlučujući uticaj na bespomoćnu publiku koja je shvatana kao jedna homogena masa pasivnih primalaca medijskih poruka (isto, 30-31). Sledeći uticajan pristup masovnim medijima razvio se četrdesetih godina (takođe u SAD) pod uticajem funkcionalizma. U ovom istraživačkom pravcu nazvanom "korišćenje i zadovoljenje potreba" ("uses and gratification") polazilo se od ideje da mediji u stvari zadovoljavaju određene potrebe publike i da publika ciljno orijentisana bira tačno određene medijske proizvode i način na koji ih koristi u svakodnevnom životu (isto, 31-32). U Evropi su se tridesetih (i kasnije četrdesetih godina u SAD) masovni mediji kritički istraživali u okviru Frankfurtske škole za društvena istraživanja⁵. Adorno i Horkhajmer uveli su termin "kulturalna industrija" da bi označili proces industrijalizacije u masovnoj proizvodnji kulture kojim su ukazali na opsesivni karakter masovne kulture koji dovodi do pasivizacije, forsiranja eskapizma, a sve u cilju održanja kapitalističkog poretka (Adorno i Horkhajmer 2008, 67). Stav Frankfurtske škole bio je da je celokupna masovna kultura ideološki obojena i nižerazrednog kvaliteta, te da ona dovodi do 'zaglupljivanja' publike koja je shvaćena kao pasivna masa potrošača. Preovlađujući koncept pasivne publike osporile autori britanskih studija kulture (Đorđević 2008). Naime, do velike promene u načinu shvatanja odnosa medija i publike dolazi sedamdesetih godina kada Stjuart Hol piše "Kodiranje i dekodiranje u televizijskom diskursu" (v. Hol 2008). Pomenuto delo se smatra jednim od prelomnih tačaka u proučavanjima medija jer odstupa od lineranog tumačenja odnosa između pošiljalaca i primalaca medijskih poruka i shvatanja publike kao homogene mase pasivnih konzumenata. Prema Holu publika dekodira ili interpretira značenja na različite načine – publika može da prihvati dominantan hegemonijski kod, tj. da prihvati sliku stvarnosti koju mediji stvaraju, ali takođe može tu sliku i da preispituje ili da se suprostavlja značenjima koja joj se nude (isto, 275-276). Upravo je ovaj zaokret ka recepciji, aktivnom prisvajanju medijskih tekstova predstavljao polaznu tačku za antropološke pristupe (Askew 2002, 5).

b) Skrivena istorija antropologije medija

Bilo da čitamo antropološki tekst o medijima koji je pisan 1993., 1997., ili 2005. godine, pročitaćemo kako je antropologija (masovnih) medija novo polje proučavanja koje se javlja u poslednjih nekoliko godina (Spitulnik 1993; Dic-

⁵ Teodor Adorno i Maks Horkhajmer 1931. godine u Nemačkoj osnivaju Frankfurtski institut za društvena istraživanja. Adorno će zbog pritiska nacizma nekoliko godine kasnije otići u Oksford, a 1939. godine prebeći u SAD gde će u Njujorku njegov Institut nastaviti sa radom.

key 1997; Coman 2005). Na primer, američka antropološkinja Debra Spitulnik zapisala je 1993. godine da "još uvek ne postoji antropologija masovnih medija" (Spitulnik 1993, 293), a dve decenije kasnije rumunski antropolog Mihai Komen piše da medijska antropologija još nije dovoljno prepoznata kao subdisciplina antropologije (Coman 2005). Savremeni autori koji su se iz antropološke perspektive bavili medijima naglašavali su "novinu" te grane sociokulturne antropologije i ukazivali na činjenicu da su antropolozi kasnije no naučnici iz drugih društvenih i humanističkih disciplina pokazali interes za masovne medije, i kao osnovni razlog navodili to što je antropologija bila određena i percipirana kao nauka o Drugom, o egzotičnom, o udaljenom, o tradicionalnom... Prema Ginzburgovoj, antropolozi su u prošlosti "masovne medije uglavnom posmatrali kao remetilački faktor, kao nešto što kvari male nezapadne zajednice"⁶ (Ginsburg 1994, 136), te da su dugo godina "masovni mediji bili skoro pa tabu tema, tema koja je suviše 'mirisala' na zapadnu modernost u odnosu na antropološku oblast proučavanja koja je poistovećivana sa tradicijom, sa nezapadnim i sa vitalnošću lokalnog (Ginsburg et al. 2002, 3). Pojava/nastanak antropologije medija vezuje se za različite periode, ali uglavnom preovlađuje gledište da antropologija medija nastaje kao poddisciplina antropologije u osamdesetim godinama prošlog veka. Na primer, Fej Ginzburg pojavu antropologije medija vezuje za 1988. godinu kada je objavljen prvi broj časopisa "Public Culture"⁷ (Ginsburg 2005, 18), dok je prema Petersonu 1985. godina bila presudna za povećano interesovanje antropologa za masovne medije (Peterson 2003, 26).

Tek početkom dvehiljaditih objavljuju se na engleskom jeziku zbornici radova koji se iz antropološkog ugla bave medijima i u kojima se identifikuju osnovni koncepti, teorije i metode ove poddiscipline. To su "Media Worlds: Anthropology on New Terrain" (Ginsburg et al. 2002), "The Anthropology of Media: A Reader" (Askew and Wilk 2002) i "Media Anthropology" (2005). U radovima koji čine pomenute zbornike prisutno je nastojanje da se antropologija medija predstavi kao legitimna poddisciplina antropologije, drugim rečima oni su pisani sa jasnim ciljem da promovišu identitet ovog polja proučavanja, kao i da ponude primere savremenog istraživanja.

Krajem 2004. godine u okviru Evropske asocijacije socijalnih antropologa osnovana je Mreža medijske antropologije (EASA Media Anthropology Net-

⁶ Kao dobra ilustracija ove tvrdnje Ginsbergove može da posluži jedna karikatura koju je Geri Lerson objavio 1984. godine u The Far Side. Na toj karikaturi prikazani su pripadnici "zamišljenog" plemena, obučeni u suknjice od lišća kako sakrivaju televizore, radio aparate i telefone jer su kroz prozor ugledali da dolaze antropolozi ("Anthropologist. Anthropologist!"). Pomenuta karikaturu moguće je videti ili na zidu kabineta sekretara Odeljenja za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu, ili na sledećoj veb stranici <http://www.scienceinseconds.com/blog/The-Funnies>.

⁷ <http://publicculture.org/>

work <http://www.media-anthropology.net>) sa ciljem da se 'održi' međunarodna diskusija i saradnja između istraživača koji se bave antropologijom medija. Članovi mreže redovno komuniciraju putem imejl liste⁸, organizuju sastanke i radiionice, virtuelne seminare i komentarišu akademske tekstove koji se nalaze na veb stranici Mreže i koji su dostupni za slobodno preuzimanje. Čitav sadržaj veb stranice, od diskusija u okviru virtuelnih seminara do imejl prepiski, mogu da čitaju/preuzmu i ne-članovi, i upravo je to najveća vrednost ove Mreže – u mogućnosti smo da u 'realnom' vremenu pratimo formiranje jedne poddiscipline antropologije, različite načine na koje se polje definisalo u proteklih osam godina, razgovore "stvarnih" ljudi koji govore o stvarnim problemima u okviru profesije/struke, 'rasterećenu' prepisku između antropološkinja i antropologa koja nije sakrivena iza (ponekad) nerazumljivog akademskog jezika/rečeničnih konstrukcija, jednom rečju možemo da pratimo 'ravnopravni' dijalog između studenata, istraživača iz drugih disciplina i antropologa koji su tokom proteklih decenija stekli svetsku 'slavu' (u raznim diskusijama/prepiskama učestvovali su npr. Elizabet Bird, Džej Rubi, Sara Pink, Debra Spitulnik itd).

c) Mediji kao tema "savremenih" antropoloških istraživanja

Ne postoji jedinstvena definicija antropologije medija, niti postoji jedinstveni naziv za ovu antropološku poddisciplinu. Različite fraze su korišćene da bi se označilo ovo istraživačko polje – medijska antropologija, antropologija masovnih medija, antropologija masovnih komunikacija, antropologija kulture i medija (Coman and Rothenbuhler 2005, 13).

Diskusija koja se razvila između antropologa koji već dugi niz godina istražuju masovne medije, vizuelne komunikacije i nove informacione tehnologije u okviru Internet seminara na stranici "EASA Anthropology Media Network" pokazuje da zadovoljavajući odgovor na pitanje "šta je antropologija medija" ne može da bude očigledno objašnjenje da je to prosto antropološko bavljenje medijima.⁹ Autori koji su učestvovali u prepisci istakli su neophodnost definicije radi uspostavljanja legitimiteta poddiscipline, a samu antropologiju medija su odredili na različite načine – kao etnografsko istraživanje upotrebe medija, kao proučavanje indigenih medija, kao neku vrstu proširenja 'dometa' vizuelne antropologije i antropologije vizuelnih komunikacija itd.

Sam termin antropologija medija, kako beleži Komen, skovan je 1969. godine na jednom sastanku koji je organizovala Američka antropološka asocija-

⁸ http://www.media-anthropology.net/index.php/ma_mailing-list

⁹ Imejl prepiska "Discussion on the definition of media anthropology" dostupna je na http://www.media-anthropology.net/discussion_ma_definition.pdf.

cija (American Anthropological Association)¹⁰ i termin je u početku imao dvojako značenje – predstavljao je obuhvatan naziv za istraživanja koja su proučavala strukturu, funkciju, proces i uticaj medijskih informacija, tehnologija i publike, i naziv za primenjenu granu antropologije koja se bavila popularizacijom discipline putem medija (Allen 1994, 2 prema Coman 2005a, 3). Komen dalje diskutuje o razlici između medijske antropologije ("media anthropology") i antropologije medija/masovnih komunikacija ("anthropology of media/mass communication") i zalaze se za korišćenje termina medijska antropologija. Prema ovom autoru "'antropologija medija' kao i ostale fraze poput 'antropologija X-a' [primeri koje autor navodi su antropologija sporta, turizma, obrazovanja, nasilja, gesta, sećanja, kiberprostora] sugerišu samo jednu povremenu naučnu eskurziju u određeno socijalno polje, bez zahtevanja da se uspostavi nova disciplina" (isto, 14) dok naziv "medijska antropologija" podrazumeva "žestoku afirmaciju identiteta i autonomije, jer kao i fizička, socijalna, politička, ekonomska i lingvistička antropologija, medijska antropologija sebe afirmiše kroz svoje ime čiji je identitet osiguran dobro definisanim predmetom i specifičnom konceptualnom leksikom" (isto). Komen u razmatranju značaja medijske antropologije ide toliko daleko da tvrdi da "kulturna antropologija postmodernosti ne može da bude ništa drugo negoli medijska antropologija" (isto, 18).

Komen i Rotenbuhler smatraju da antropologija medija nastaje iz antropologije modernih društava s jedne strane i kulturnog zaokreta u studijama medija s druge strane. Prema ovim autorima, antropologija medija skreće pažnju sa 'egzotičnog' na svakodnevno, i sa domorodačkog/indigenog na industrijsko, u isto vreme zadržavajući metodološke i konceptualne faktore ranije antropološke tradicije (Coman and Rothenbuhler 2005, 1).

Prema Keli Esku "antropologija medija obuhvata etnografski informisane, istorijski zasnovane i kontekstualno osetljive analize načina na koje ljudi koriste i shvataju medijske tehnologije (Askew 2002, 3).

Spitulnikova smatra da su masovni mediji u isto vreme i artefakti, i iskustva, i prakse i procesi (Spitulnik 1993, 293) i ističe da postoji više mogućih antropoloških pristupa masovnim medijima: kao institucijama, kao radnim prostorima, kao komunikacijskim praksama, kao kulturnim proizvodima, kao socijalnim aktivnostima, kao estetskim formama i kao istorijskim razvicima (isto).

¹⁰ Prema Silvermanovoj, iste te godine Antropologija SAD je zvanično prepoznata kao legitimna oblast proučavanja – Američka antropološka asocijacija izdala je 1969. godine rezoluciju da su antropološka istraživanja savremenog društva Sjedinjenih Država do tada bila relativno zanemarena, ali da AAA sada priznaje legitimitet i značaj takvih istraživanja i profesionalne obuke (Silverman 2007, 526).

Rotenbuhler naglašava da je medijska antropologija interdisciplinarno polje istraživanja, mesto susreta između dve discipline – sociokulturne antropologije s jedne strane, i studija medija i komunikacije s druge (Rothenbuhler 2008, 1).

Čileanski antropolog Osorio smatra da su masovni mediji mehanizam kroz koji se vrši difuzija kulture i daje jednu prilično uprošćenu definiciju antropologije medija – "antropologija masovnih medija je subdisciplina antropologije koja proučava načine na koje kultura oblikuje društvo kroz masovne medije (Osorio 2005, 36).

Antropološki pristup jednako istražuje i stvaranje/produkciju, i širenje/distribuciju i korišćenje/potrošnju medija na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i na transnacionalnom nivou. Istraživačka pitanja koja interesuju antropologiju medija su, između ostalog, koja značenja ljudi konstruišu iz predstava i zvukova posredovanih masovnim medijima, koji novi oblici socijalne interakcije su omogućeni razvojem i 'dostupnošću' medijskih tehnologija, kakvu ulogu masovni mediji imaju u oblikovanju socijalnih odnosa i kolektivnih identiteta, kako ljudi koji su tokom istorije bili 'isključeni' iz medijske produkcije koriste medije da bi ostvarili političke i kulturne ciljeve, kako masovni mediji predstavljaju i oblikuju kulturne vrednosti unutar datog društva...

d) Doprinos antropologije studijama medija

Doprinos antropologije proučavanju medija sagledava se u svetlu njene metodologije – obavljanju etnografskog terenskog rada i usmerenosti pažnje na pojedince koji učestvuju u stvaranju i 'korišćenju' medija. Antropološke studije medija nastoje da opovrgnu postojeće 'stereotipe' o etnografiji medija kao o "jedva empirističkoj verziji istraživanja tržišta" koja podrazumeva ispitivanje gledalaca televizije u njihovim dnevnim sobama o tome šta oni zaista misle o određenim programima, bez smeštanja njihovih medijskih praksi u šire strukture/kontekste i prepoznavanja njihove kompleksnosti (v. Ginsburg et al. 2002). Snaga antropologije leži u njenoj brizi za ljude i njihove proživljene prakse. Antropologija u prvi plan smešta ljude – koji fotografišu, slušaju radio, rade ispred i iza video kamere, i ispituje kako oni koriste ove tehnologije za njihove sopstvene kulturne, ekonomske i ideološke ciljeve (Askew 2002, 1). Vrednost antropološkog pristupa jeste u razumevanju medija kao jednog aspekta savremenog socijalnog života koji se ne razlikuje od prava, ekonomije, umetnosti ili religije – "antropolozi kategorički odbijaju uobičajenu tendenciju da tretiraju medije kao odvojene od socijalnog života i u etnografijama naglašavaju međuveze između medijskih praksi i kulturnih sistema mišljenja" (isto, 10). U drugim disciplinama koje izučavaju medije, etnografska istraživanja interpretativnih praksi publike su uglavnom primenjivana na televizijsku

publiku u zapadnim kontekstima, te Spitulnikova naglašava da su antropolozi doprineli studijama medija time što su proučavali upotrebu novina, romana, radija, televizije, muzičkih snimaka u različitim društvima (Sputilnik 1993, 299). Istraživači medija iz drugih disciplina oslanjaju se na antropološke teorije i metode onda kada se drugi naučni pristupi društvu pokažu neadekvatnim ili nedovoljnim "nedovoljnost kvantitativnih i makrostudija medija dovodi do interesa za kvalitativne, etnografske pristupe (Hobart 2005, 26). Pored etnografije, istraživači iz drugih disciplina nalaze inspiraciju i u 'starijim' antropološkim teorijama Tarnera, Dirkema, Elijadea, Levi-Strosa, za čiju izvandisciplinarnu upotrebu, kako piše Rotenbuhler, naučnici iz polja studija komunikacija dobijaju kritike jer se te studije smatraju nesavremenim i prevaziđenim (Rothenbuhler 2008, 9) – "istraživanja Hortenzije Paudermejker i njena studija o Holivudu verovatno deluju prevaziđeno i kao nešto što nije vredno preporuke današnjem studentu antropologije, dok studentima studija komunikacije ta ista monografija deluje sveže, interesantno i inspirativno" (isto, 12).

II Antropolozi na novom "terenu": antropološki pristup popularnom filmu

Antropološko interesovanje za popularni film može se načelno podeliti na dva hronološka perioda – na kasne četrdesete i rane pedesete godine XX veka, period koji su obeležila pionirska istraživanja Hortenzije Paudermejker, zatim Margaret Mid, Gregori Bejtsona i ostalih naučnika koji su radili pod okriljem istraživanja "Kultura na distanci" pri Kolambija Univerzitetu, i na period posle osamdesetih godina XX veka kada u disciplinarnim okvirima dolazi do šireg interesovanja za masovne medije, a time i za dugometražni komercijalni film. Antropolozi "starije generacije" posmatrali su dugometražne filmove kao svojevrzne "kulturne dokumente" a njihova analiza je bila usmerena na pitanja poput toga šta je kulturna funkcija filmova i u čemu se ogleda njihov uticaj na publiku, kakva je veza filmova sa njihovim kulturnim izvorima, da li i na koji način filmovi 'rasvetljavaju' opšte kulturne obrasce itd. Teza koja se provlači kroz ta rana antropološka pisanja o komercijalnim dugometražnim filmovima glasi da oni u savremenim društvima po svojoj prirodi i kulturnom značaju predstavljaju analogiju tradicionalnim pričama, mitovima i ritualima u 'primitivnim' društvima (Weakland 1995). U antropološkim analizama popularnih filmova koje su rađene od kraja osamdesetih godina do danas, prevladuje gledište po kome su filmovi savremeni mitovi u kojima se izražavaju ključne kulturne kontradikcije, odnosno u kojima se "nude" imaginarna rešenja sociokulturnih tenzija (v. Traube 1989; Drummond 1996; Allison 2001; Battaglia 2001; Krasniewicz 2006; Sutton and Wogan 2009). U ovom radu najviše pažnje će biti posvećeno ranim pionirskim pokušajima da

se antropološkim konceptima i metodima pristupi proučavanju dugometražnog filma, prevashodno iz razloga što su ta istraživanja danas posle više od šezdeset godina gotovo potpuno zaboravljena i u određenom smislu "odbačena" kao prevaziđena i nerelevantna.

a) Hortenzija Paudermejker i istraživanje holivudske industrije

Istraživački interesi Hortenzije Paudermejker (1900-1970)¹¹, učenice Malinovskog, po mnogo čemu su bili ispred tadašnjeg vremena. Ona je, pored toga što je bila autorka jedne od prvih studija o holivudskoj industriji (Powdermaker 1950)¹² sprovela prvo antropološko istraživanje savremenih zajednica u SAD (Wolf 1971, 783) i bavila se popularnom kulturom, medijima i komunikacijom u vreme kada to nije bilo moderno – na primer, u okviru antropoloških seminara koje je držala na Berkliju analizirala je tekstove pesama Boba Dilana, Bitlsa i Leonarda Koena (Scheper-Hughes 1991, 458). Njeno interesovanje za kulturnu industriju Holivuda bilo je potpuno neuobičajeno za antropologiju tog vremena – "glavni tok discipline je još uvek bio sumnjičav prema bilo kakvom 'upadu' u moderna društva i svet popularnih filmova teško da je bio kandidat za ozbiljno antropološko istraživanje" (Silverman 2007, 520). Prema pojedinim autorima, studija *Hollywood: The Dream Factory*, iako je doživela brojne kritike (kako u vreme kada je objavljena tako i danas) predstavlja jedinu etnografiju o ovoj američkoj instituciji koja je ikada napisana (Cherneff 1991, 429). Esku ukazuje na izrazite paralele između zaključaka Paudermejkerove o moći/uticaju koji filmovi holivudske industrije imaju na njihovu publiku i gledišta teoretičara Frankfurtske škole (pre svega Adorna i Horkhajmera) koji, iako su o medijskoj produkciji pisali gotovo u isto vreme, nisu bili upoznati sa radom Hortenzije Paudermejker (Askew 2002, 5)

Dodala bih da značaj rada Paudermejkerove nije bio samo u tome što je njen izbor određene istraživačke oblasti bio "prvi" u disciplini – pri pažljivom čitanju njene monografije primetićemo da se ona u svojoj analizi blisko dotakla nekih tema i pitanja (koje, doduše, nije detaljnije razmatrala) na kojima su istraživači iz drugih disciplina mnogo godina kasnije izgradili svoje akademske karijere – uočila je važnost proučavanja publike, značaj formula u stvaranju proizvoda po-

¹¹ Biografski podaci dostupni su na <http://astro.temple.edu/~ruby/wava/powder/powdbio.html> (poglavlje iz knjige *Women Anthropologists: Selected Biographies*, Sydel Silverman), takođe v. i Wolf 1971 ili temat posvećen Hortenziji Paudermejker časopisa *Journal of Anthropological Research* 47(4) iz 1991. godine.

¹² Monografija *Hollywood: The Dream Factory* dostupna je u celosti na ličnoj Internet stranici vizuelnog antropologa Džeja Rubija <http://astro.temple.edu/~ruby/wava/powder/table.html>

popularne kulture, te kompleksni odnos između popularne i folk kulture. Ona se odlučila da istražuje sopstvenu kulturu decenijama pre nego što su "antropolozi došli kući", a *Hollywood: The Dream Factory* pisala je u prvom licu i sa ličnim osvrtom na probleme sa kojima se tokom istraživanja susretala u vreme kada antropološka 'ispovedna' proza nikome nije bila ni na pameti.

Paudermejerova filmovima pristupa kao institucijama savremenog društva i smatra da antropološki pristup filmovima treba u isto vreme da bude i funkcionalistički i istorijski. (Powdermaker 1947, 80-81). Institucije je, u skladu sa funkcionalističkom pristupom, posmatrala kao organizovani sistem ljudskih aktivnosti koje zadovoljavaju osnovne ljudske potrebe (isto). Ona naglašava da filmovi pored toga što predstavljaju vid zabave imaju brojne funkcije – bilo latentne ili manifestne, od kojih su najvažnije psihološke i obrazovne funkcije (isto). Velika popularnost filmova, prema ovoj autorki, stoga se može objasniti time što filmovi zadovoljavaju neke od "najdubljih potreba modernog čoveka" – filmovi su gotove fantazije proizvedene na pokretnoj traci koje nude beg od anksioznosti i usamljenosti, čudesna iskustva koja ne mogu da se dožive u svakodnevnim aktivnostima, u kojima se prikazuju rešenja problema i pružaju modeli socijalnih odnosa (Powdermaker 1950, 12-15).

Paudermejerova je terenski rad u Holivudu obavljala od jula 1946. do avgusta 1947. godine. Za to vreme sprovela je preko 900 intervjua¹³ sa producentima, rediteljima, glumcima, kameranima i drugim pojedincima koji su bili uključeni u proizvodnju filmova (isto, 5). Pored intervjua, građu za istraživanje činili su različiti izvori – brojna dokumentacija Američke filmske asocijacije, oglasi, štampa i magazini itd (isto). Svakodnevno je odlazila na snimanja filmova da bi posmatrala kako se filmska ekipa ponaša tokom seta i redovno je posećivala sastanke filmskih udruženja i sindikata. Njen primarni interes bio je da istraži socijalnu organizaciju, odnosno socijalnu strukturu Holivuda, i da utvrdi način na koji ova važna institucija američkog društva funkcioniše, ne bi li tako bolje razumela samo društvo u kome je živela. Ona holivudsku industriju nije proučavala kao izolovani fenomen – već u svetlu njenog odnosa sa društvom kao celinom. Paudermejerova polazi od hipoteze da socijalni sistem u kojem su filmovi napravljeni značajno utiče na njihov sadržaj i značenje (isto, 4). Socijalni sistem definiše kao "kompleksnu koordiniranu mrežu uzajamno prilagođenih obrazaca i ideja koji kontrolišu ili utiču na aktivnosti članova" (isto). Ona nije analizirala sve aspekte proizvodnje filmova, već su njena istraživačka pitanja bila usmerena na one aspekte sistema produkcije (i pojedince) koji imaju najveći uticaj na filmove, i nalazi da su to pre svega istorijski i ekonomski faktori, unutrašnji 'tabui'/zakoni te međusobni odnosi ljudi kroz koje Holivud kao socijalni sistem funkcioniše (isto, 9).

¹³ Paudermejerova ove intervjue nije snimala niti ih je beležila, tek pošto bi se razgovor završio zapisivala ih je po sećanju.

b) Proučavanje kultura na distanci (Columbia University Research in Contemporary Cultures)

Analize filma, književnosti i drugih formi popularne kulture u okviru istraživanja "Kultura na distanci" predstavljaju preteču studija medija i studija kulture¹⁴ (Beeman 2000, xxviii). Proučavanje kultura na distanci ("The Study of Culture at the Distance"¹⁵) vezuje se za istraživački projekat pri Univerzitetu Kolombija koji su od 1947. do 1951. godine vodile Rut Benedikt, a nakon smrti Benediktove (1948.) Margaret Mid (Metraux 1980, 362). Cilj ovog inderdisciplinarnog projekta u kome je učestvovalo više od 120 istraživača bio je da se razviju metodi za proučavanje savremenih kultura/društava (istraživala su se sledeća savremena društva/nacije: Kina, Čehoslovačka, Sirija, Poljska, Francuska, Tajland, Italija, Nemačka, Velika Britanija, Rumunija). Kako je tokom i nakon završetka Drugog svetskog rata terensko istraživanje azijskih i evropskih društava bilo praktično nemoguće, naučnici uključeni u projekat su kao istraživačku građu koristili proizvode popularne/masovne kulture poput dugometražnih komercijalnih filmova i romana, koju su potom pri analizi kombinovali sa dubinskim intervjuima (i psihološkim testovima) koje su obavljali sa imigrantima/pripadnicima proučavanih društava koji su živeli u SAD.

Ova rana antropološka čitanja filma bila su zasnovana na danas napuštenim paradigama tzv. studija nacionalnog karaktera, odnosno u okviru tzv. škole Kulture i ličnosti ("Culture and Personality School"). Kako Bošković ističe, odnos pojedinaca i društava u kojima žive je bio jedna od osnovnih preokupacija ovog pravca. Na nastanak škole Kultura i ličnost posebno je uticala psihoanaliza, odnosno Frojdovi stavovi o odnosu pojedinaca i društva. Teoretičari škole smatrali su da se ličnost formira kroz socijalizaciju i da vaspitanje dece predstavlja jedan od ključnih momenata u razvoju pojedinca, te da različite kulture/društva proizvode različite tipove ličnosti, koji se baziraju na specifičnim oblicima socijalizacije u ovim kulturama (Bošković 2010, 74-75).

Kada je reč o metodologiji tematske analize filmova u okviru projekta, prema Volfenštajnovoj trebalo je pokazati na koji način su teme koje se u filmovima ponavljaju povezane sa varijablama razvojne psihologije, da bi se na

¹⁴ Bimen smatra da je Margaret Mid imala veliki uticaj na formiranje disciplinarnog polja studija kulture. Naime, Midova je tokom oktobra i novembra 1949. godine na Univerzitetu u Birmingemu održala seriju predavanja koja su se odnosila na istraživanje savremene/popularne kulture pod okriljem projekta Kultura na distanci (čuveni Centar za istraživanje savremene kulture u Birmingemu osnovan je 1964. godine)

¹⁵ Pored "the study of culture at the distance" korišćeno je još nekoliko naziva za ovaj projekat – "the study of national character", "the study of national culture".

toj osnovi izdvojile grupe filmova unutar date kulture koje bi se potom mogle porediti u različitim kulturama (Wolfenstein 2000, 293)¹⁶.

Bejtsonova tematska analiza nacističkog propagandnog filma "Hitlerjunge Quex" iz 1933. godine predstavlja najpoznatiji primer istraživanja dugometražnih filmova u okviru istraživačkog projekta Kulture na distanci (manji deo studije koja je prvi put objavljena 1944. preštampan je u Bateson 2000, 331-347). Bejtson je ovim istraživanjem želeo da odgovori na pitanje "kakav tip ljudi su bili nacisti?" Njegovo interesovanje je bilo usmereno na preplitanje tema u jednom dugometražnom filmu u kome je film kao celina shvaćen kao jedinstvena psihološka ili umetnička jedinica i svaki događaj na ekranu je posmatran u kontekstu filma kao celine (isto, 332). Bejtson je smatrao da na neki način svaki film (ili bilo koji drugi umetnički proizvod) govori o psihologiji onih koji su ga proizveli i svoju filmsku analizu objašnjava sledećim rečima "u analizi je film tretiran ne samo kao puki san pojedinca ili delo umetnosti već takođe i kao mit, i zbog toga u analizi možemo da primenimo istu onu vrstu analize koju antropolozi primenjuju na mitologiju primitivnih ili modernih naroda" (isto, 333).

Džon Viklend, učenik Bejtsona i Midove¹⁷ i učesnik projekta Kulture na distanci, nastavio je da se bavi analizom dugometražnih filmova nakon što je projekat pri Kolambiji završen. Pored detaljnih metodoloških smernica koje se odnose na tematsku analizu filmova (Weakland 1995) značajne su njegove analize kineskih komercijalnih filmova (Weakland 1966). Viklendovo istraživanje imalo je primenjeni karakter¹⁸ – objašnjavanje elemenata kineske kulture da bi se predvidele kineske reakcije na spoljnu politiku SAD i da bi se razumeo značaj izjava kineskih političkih vođa (Suton and Wogan 2009, 9). Nje-

¹⁶ Sam proces analize filmskog sadržaja ova autorka je objasnila na sledeći način – "1. Imamo skup koncepata i propozicija iz razvojne psihologije koji se odnose na edipov kompleks; 2. Oni sigerišu broj varijabli koji može biti ilustrovan u filmskom sadržaju (odnos između oca i sina); 3. Poseban način postupanja sa takvim varijablama u filmu konstituiše temz (figura oca koji napada figuru sina); 4. Takva tema se može тумачити primenom predstava iz razvojne psihologije – mi formulišemo hipotezu o poreklu teme iz osnovnih psiholoških motiva – neprijateljstvo sina koje je projektovano na oca" (Wolfenstein 2000, 295-296).

¹⁷ Viklend nije završio započeti doktorat iz antropologije jer se pod Bejtsonovim uticajem zainteresovao za proučavanje šizofrenije i alkoholizma, tako da će psihoterapija biti oblast kojom će se baviti do kraja njegovog života <http://www.nytimes.com/1995/07/16/obituaries/john-weakland-an-originator-of-family-therapy-is-dead-at-76.html>

¹⁸ Kako beleže Saton i Vogan njegovu studiju "Chinese Political and Cultural Themes: A Study of Chinese Communist Films" iz 1966., izdali su US Naval Ordnance Test Station i distribuirali je vojnim istraživačkim postrojenjima širom zemlje.

govo istraživanje se bazira na analizi 17 kineskih komunističkih filmova koji pripadaju različitim filmskim žanrovima – adaptacije tradicionalne kineske opere, fantastije, drame i komedije (Weakland 1966, 478). On je u ovim filmovima koji su bili instrumenti političke propagande tragao za važnim socijalnim temama i predstavama koje su utkane u strukturu filmskog zapleta sa ciljem da podrže određeno sociopolitičko gledište. Viklend zaključuje da su političke teme u kineskim filmovima vešto upletene u šire kulturne teme poput teme porodice, pozicije žene u društvu, teme obrazovanja itd. Važna novina koju je Viklend uveo u antropološko proučavanje filmova bio je interes za pitanja koja su se ticala recepcije filmskog teksta. Naime, on je ove filmove gledao u društvu kineskih informanata (njegova žena je bila Kineskinja) i po završetku filma Viklend je sa njima razgovarao o uočenim filmskim temama.

c) Savremeni antropološki pristup popularnom dugometražnom filmu

Savremenu antropološku literaturu koja se bavi analizom komercijalnih dugometražnih filmova, koliko je meni poznato, čine svega tri monografije¹⁹ (Traube 1989; Drummond 1996; Sutton and Wogan 2009) i nekoliko članaka objavljenih u antropološkim časopisima (Traube 1989; Allison 2001; Battaglia 2001; Krasniewicz 2006). Zajednički imenitelj tog malog korpusa radova jeste usmerenost analize na sam medijski tekst bez ispitivanja procesa njihove produkcije i recepcije publike, i sagledavanje filmova kao modernih kulturnih mitova.

Prema Suttonu i Voganu, objavljivanjem knjige Elizabeth Traub "Dreaming Identities: Class, Gender and Generation in 1980s Hollywood Movies" prekinuta je pauza u antropološkom ispitivanju filmova (Sutton and Wogan 2009, 10). Budući da meni ta studija nije bila dostupna, pristup Traubove prikazaću na osnovu jednog drugog njenog rada koji je objavljen iste godine. Traubova u tekstu "Secrets of Success in Postmodern Society"²⁰ razmatra filmove iz osamdesetih godina koji obrađuju temu mita o uspehu ("self-made man"), odnosno koji se bave socijalnom mobilnošću pojedinaca i kojima je struktura zapleta zasnovana na generacijskoj opoziciji između mladih i starih (Traube 1989, 273). Autorka pokazuje koji su to ideološki obrasci "Reganove ere" našli svoje mesto u ovim filmovima. Traubova nastoji da kontekstualizuje relativ-

¹⁹ Knjiga Gordona Greja Cinema: A Visual Anthropology (2010.) se bavi dugometražnim filmovima (i to svega na nekoliko strana kinematografijom tzv. Trećeg sveta), ali nas njen naslov, odnosno antropologija u nazivu dela, može navesti na krivi zaključak da se u tom delu prikazuju antropološki pristupi filmu. Gordon se ne bavi ni etnografskim filmom niti vizuelnom antropologijom već najveći deo knjige čini "udžbenički" pregled istorije kinematografije i teorija filma.

²⁰ Za kritiku analize v. Moffatt 1990.

nu popularnost ovih kinematografskih predstava o uspehu i da istraži šta ovi filmovi nude kao ogovore/rešenja na izražene kulturne tenzije tog perioda, prevashodno na one koje se tiču odnosa između individualizma i organizacije/kompanije. Prema autorki, fantazija utisnuta u ove filmske priče o uspehu posebno je privlačna za tadašnje (a i buduće) mlade radnike u kompanijama, jer ti filmovi upućuju na nade i anksioznosti omladine srednje klase i "nagovaraju" nas da se 'pomirimo' sa sadašnjošću, da živimo prema standardima korporativnog sveta birokratskih organizacija" (isto, 295).

Li Dramond u studiji "American Dreamtime: Cultural Analysis of Popular Movies, and Their Implications for a Science of Humanity" iz 1996. godine takođe polazi od problema kulturnih tenzija i kontradikcija koje su izražene kroz filmove kao mitove. Popularni filmovi su prema Dramondu glavni izvor moderne američke mitologije (Drummond 1996, 8). Dramond smatra da popularni filmovi sadrže i prenose veliku dozu otuđenosti i da bi to objasnio poziva se na Bejtsonov koncept šizmogenezisa – "reprezentacije nerazrešivih dilema koje leže u srcu kulturnih sistema i koje čine život podnošljivim samo prikrivanjem njegovih suštinskih nekoherentnosti" (isto, 3). Dramond ističe da prepoznavanje "šizmogenih" karakteristika savremene kulturne produkcije predstavlja samo prvi korak kulturne analize koja mora biti zasnovana na označavanju detalja određene kulturne produkcije koja se pojavljuje u određeno vreme i u kojoj "uživaju" određeni ljudi (isto). Dramond teorijsko-metodološki okvir istraživanja filmova zasniva na strukturalizmu i semiotici, i analizira one filmove koji se bave odnosom između ljudi i tehnologije (serijal Ratovi zvezda), ljudi i životinja (Ajkula), ljudi i ne-ljudi (ET), odnosno one filmove koji postavljaju pitanje šta znači biti ljudsko biće/čovjek i koji "izazivaju" uspostavljene identitetske granice.

Na tragu Dramondovih interesovanja za međuodnos ljudi i tehnologije, početkom dvehiljaditih objavljena su dva antropološka rada čiji je fokus na filmovima koji se bave biotehnologijama i odnosom između ljudi i mašina (Allison 2001; Battaglia 2001). Alisonova se bavi konceptualizacijom nasilja u medijima/proizvodima popularne kulture i u američkom društvu, odnosno unutar određenog istorijskog trenutka. Ona razmatra filmove o nasilnim kiborzima (Robokap serijal) da bi pokazala proces fragmentacije identiteta u savremenom društvu budući da ovi filmovi odražavaju postmoderni svet prelomljenih kolektivnih identiteta, svet protoka, migracije i deteritorijalizacije (Allison 2001, 241). Batađija analizira filmove koji se bave klonovima/idejom ljudskog dvojnika (najviše pažnje je posvećeno filmu Multiplicity) kontekstualizujući filmsku analizu u savremene debate o novim genetskim tehnologijama. Batađija tvrdi da filmovi o klonovima i replikantima predstavljaju "opipljivi dodatak kapaciteta da se destabilizuju socijalne paradigme i znanje o stvaraočima" (Battaglia 2001, 496) i da nas ovi filmovi pozivaju da ponovo uzmemo u razmatranje ideju granice između replikacije i reprodukcije i problematiku umnožavanja istosti (isto, 506).

Kresnevičeva u tekstu "Round up the Usual Suspect: Anthropology Goes to Movies" takođe zagovara pristup popularnim filmovima kao kulturnim mitovima/ritualima, i smatra da je za antropološki pristup posebno važno da se istraže načini na koje se filmovi "šire izvan ekrana" da bi se potom integrisali u kulturu kroz govor, igračke, i druge artefakte (Krasniewicz 2006, 11). Prema ovoj autorki, da bi filmovi uopšte bili značajni kao predmet interesovanja antropologa neophodno je da se oni bave uobičajenim obrascima kulture koja uvek traži načine da postavi/adresira svoja egzistencijalna pitanja (isto, 12). Ti obrasci su istrajne kategorije, kulturne teme, interpretativne strategije, integralni skup simbola i pogleda na svet koji članovi datog društva smatraju normalnim i neutralnim. Kresnevičeva smatra da ako se filmovi ne bi odnosili na pomenute obrasce (makar i na kontradiktoran način) da bismo mi imali manje razloga da ih gledamo i da ih koristimo. Autorka razmišlja o ovim kategorijama iz perspektive teorije metafore kognitivnog lingviste Dzordža Lakofa i filozofa Marka Džonsona. Ona smatra da treba posmatrati načine na koje filmovi definišu, stvaraju i izazivaju ove kulturne kategorije uz pomoć kojih razlikujemo ideje, predmete i iskustva. Krasnevičeva na primeru prototipa majke u Hičkokovim "Pticama" pokazuje kako mnogi filmovi upućuju na teškoće pri definisanju nekih od naših najvažnijih kategorija kao što je na primer srodstvo – u filmu su prikazani različiti tipovi majki koje se ne uklapaju u idealni tip majke (isto, 14).

U studiji "Hollywood Blockbusters: The Anthropology of Popular Movies" (Suton and Wogan 2009) Saton i Wogan ispituju pojedinačne visokobudžetne filmove (The Godfather; Shark; Field of Dreams, 1989; The Big Lebowski 1998; The Village 2004) i razmatraju ih u vezi sa "klasičnim" antropološkim temama poput darivanja, konceptualizacija granica, egalitarnih društava, oralnosti i pisanja i 'poznavanja' Drugog. Saton i Wogan polaze od tekstualne analize filmskog sadržaja i takođe poput ranijih autora sagledavaju popularne filmove kao savremene mitove u kojima se izražavaju ključne kulturne kontradikcije, to jest koji nude imaginarna rešenja sociokulturnih tenzija. Njihova namera jeste da otkriju skriveni simbolizam u datim filmovima i da pokažu kako se taj simbolizam odnosi na sociokulturne tenzije u američkom društvu (isto, 24). Studija Satona i Vogana predstavlja najbolji primer šta antropološka analiza dugometražnih komercijalnih filmova može da "ponudi" ostalim disciplinama koje se bave proučavanjem filmova, i to ne samo u smislu "razumevanja" filmova kao takvih, već jednog potpunijeg/šireg razumevanja "nas"/"naše" kulture/društva koji smo te filmove učinili popularnim.

U ovom kratkom pregledu o antropološkim pristupima masovnim medijima, namera mi je bila da skrenem pažnju na činjenicu da su se antropolozi ba-

vili medijima decenijama pre nego što su osnovane naučne discipline kao što su studije medija ili studije kulture. Istraživanja Hortenzije Paudermeijker i autora okupljenih oko projekta "Kultura na distanci" predstavljaju primer rano antropološkog interesovanja za masovne medije i ne možemo ih odbaciti kao "prevaziđene" i "zastarele" samo zato što su društvene i kulturne fenomene posmatrali u funkcionalističkom ili "psihološkom" ključu. U antropološkom pristupu popularnom filmu pažnja je sa etnografije publike (pre)usmerena na sam filmski tekst i u odnosu na antropološka istraživanja drugih medijskih 'proizvoda'/formi dugometražni komercijalni filmovi su najmanje proučavani u okviru discipline. Zbog toga bih na kraju ovog rada, kao neku vrstu 'poziva' da se trenutno stanje promeni, citirala Satona i Vogana – "da li će antropolozi ikada pronaći društvo/kulturu koja troši toliko energije na mitove kao što to mi činimo sa holivudskim filmovima – konstantno ih gledajući i pričajući o njima? (Suton and Wogan 2009, 2)

Literatura:

- Adorno, Teodor i Horkhajmer, Maks. 2008. "Kulturna industrija" u *Studije Kulture*, ur. Đorđević, Jelena, 66-99. Beograd: Službeni glasnik.
- Allison, Anne. 2001. Cyborg Violence: Bursting Borders and Bodies with Queer Machines. *Cultural Anthropology* 16(2): 237-265.
- Antonijević, Dragana. 2006. "Antropološki pristup modernim oblicima folklorne komunikacije – grafiti i formulativne SMS i imejl poruke", u *Svako-dnevna kultura u postsocijalističkom periodu*, 279-294, ur. Radojičić Dragana. Beograd: Etnografski institut SANU.
- Antonijević, Dragana. 2008. O Crvenkapi, Dureksu i ljutnji: proizvodnja, značenje i recepcija jedne bajke i jedne reklamne poruke. *Etnoantropološki problemi* 1 (3):11-38.
- Antonijević, Dragana. 2012. Sanjaju li klonovi ljubav? Predstave o klonovima u popularnoj kulturi. *Etnoantropološki problemi* 2 (7):359-380.
- Askew, Kelly. 2002 Introduction to *The Anthropology of Media: A Reader*, ed. Askew, Kelly and Wilk, Richard, 1-13. London: Blakwell Publishers.
- Banić Grubišić, Ana. 2012. Obrok dana posle sutra. Predstave o hrani i ishrani u postapokaliptičnim filmovima. *Etnoantropološki problemi* 1(7):185-212.
- Bateson, Gregory. 2000. "An Analysis of the Nazi Film Hitlerjunge Quex" in *The Study of a Culture at a Distance*, eds. Mead, Margaret and Metraux, Rhoda, 331-347. New York: Berghahn Books.
- Battaglia, Debora. 2001. Multiplicities: An Anthropologist's Thoughts on Replicants and Clones in Popular Film. *Critical Inquiry* 27(3): 493-514.
- Beeman, William. 2000. Introducton: Margaret Mead, Cultural Studies and International Understanding in *The Study of a Culture at a Distance*, eds.

- Mead, Margaret and Metraux, Rhoda, xiv-xxxi. New York: Berghahn Books.
- Bošković, Aleksandar. 2010. *Kratak uvod u antropologiju*. Beograd: Službeni glasnik.
- Brigs, Adam i Kobli, Pol. 2005. *Uvod u studije medija*. Clio: Beograd.
- Cherneck, Jill. 1991. Dreams Are Made like This: Hortense Powdermaker and the Hollywood Film Industry. *Journal of Anthropological Research* 47(4): 429-440.
- Coman, Mihai and Rothenbuhler, Eric. 2005. "The Promise of Media Anthropology" in *Media Anthropology* eds. Rothenbuhler Eric, Coman Mihai, 1-11. London: Sage.
- Coman, Mihai. 2005. "Cultural Anthropology and Mass Media: A Processual Approach" in *Media Anthropology* eds. Rothenbuhler Eric, Coman Mihai, 46-55. London: Sage.
- Coman, Mihai. 2005a. Media Anthropology: An Overview for European Association of Social Anthropologists (EASA) Media Anthropology Network e-seminar May 17, 2005.
- Čurčić, Nevena. 2004. Texts, Audiences and Relations of Power Research Paradigms in Media and Cultural Studies. *Glasnik Etnografskog instituta SANU* 52:29-42.
- Dickey, Sara. 1997. Anthropology and Its Contributions to Studies of Mass Media. *International Social Science Journal* 153 (49):414-427.
- Drummond, Lee. 1996. *American Dreamtime: A Cultural Analysis of Popular Movies, and Their Implications for a Science of Humanity*. Lanham: Rowan and Littlefield Publishers.
- Erdei, Ildiko. 2008. Television, Rituals, Struggle for Public Memory in Serbia during 1990s. *Etnoantropološki problemi* 3(3):145-169.
- Gavrilović, Liljana. 2004. "Preludijum za antropologiju medija" u *Etnologija i antropologija stanje i perspektive Zbornik radova EI SANU*, 143-150, Beograd: Etnografski institut SANU.
- Ginsburg et al. 2002 Introduction to *Media Worlds: Anthropology in New Terrain*, eds. Ginsburg, Faye, Abu-Lughod, Lila, Larkin, Brian, 1-36. Berkely: University of California Press.
- Ginsburg, Faye. 2005. "Media Anthropology: An Introduction" in *Media Anthropology* eds. Rothenbuhler Eric, Coman Mihai, 17-25. London: Sage.
- Ginsburg, Faye. 1994. Some Thoughts on Culture/Media. *Visual Anthropology Review* 10: 136-141.
- Hobart, Mark. 2005. "The Profanity of the Media" in *Media Anthropology*" eds. Rothenbuhler Eric, Coman Mihai, 26-35. London: Sage.
- Hol, Stjuart. 2008. "Kodiranje, dekodiranje" u *Studije Kulture*, ur. Đorđević, Jelena, 275-285. Beograd: Službeni glasnik.

- Ivanović, Zorica. 2005. Teren antropologije i terensko istraživanje pre i posle kritike reprezentacije, u: *Etnologija i antropologija: stanja i perspektive*, ZbEI SANU 21. Beograd: 123-141.
- Kelner, Daglas. 2004. *Medijska kultura*. Clío: Beograd.
- Kovačević, Ivan. 2006. Društvena svojina u Belgiji – mali ogleđ iz antropologije medija. *Glasnik Etnografskog muzeja u Beogradu* 70: 175-182.
- Krasniewicz, Louise. 2006. Anthropology goes to the Movies. *Expedition* 48 (1): 8-14.
- Krstić, Marija. 2009. "Kursadžije" – terapeutska uspavanka? Analiza popularne domaće humorističke serije. *Antropologija* 7:137-152.
- Krstić, Marija. 2009. Srbi, narod najluđi – humoristička serija "Kursadžije" Grand produkcije. *Etnoantropološki problemi* 1(4):87-105.
- Kulenović, Nina. 2011. *Socijalna ontologija u filmu "Avatar"*. Beograd: Filozofski fakultet – Univerzitet u Beogradu i Odelejenje za etnologiju i antropologiju.
- Metraux, Rhoda. 1980. The Study of Culture at a Distance: A Prototype. *American Anthropologist* 82(2): 362-373.
- Milosavljević, Ljubica. 2008. Formiranje stava o starima kao glasačima kroz medijske izvore. *Etnološko-antropološke sveske* 12 (1):83-109.
- Milosavljević, Ljubica. 2010. "Namćori" iz komšiluka: predstavljanje starosti u domaćoj televizijskoj reklami. *Etnoantropološki problemi* 3 (5):75-97.
- Milosavljević, Ljubica. 2010. Konstrukcija starosti: štampa o domovima za stare (1945-1960) *Etnoantropološki problemi* 2(5):165-183.
- Moffatt, Michael. 1990. Do We Really Need "Postmodernism" to Understand Ferris Bueller's Day off? A Comment on Traube. *Cultural Anthropology* 5(4): 367-373.
- Osorio, Francisco, 2005, Proposal for Mass Media Anthropology, in *Media Anthropology* eds. Rothenbuhler Eric, Coman Mihai, 36-45. London: Sage.
- Pavićević, Aleksandra. 2010. Smrt u medijima. *Glasnik Etnografskog instituta SANU* 58(1): 39-55.
- Peterson, Mark. 2003. *Anthropology & Mass communication: Media and Myth in the New Millenium*. New York: Berghahn.
- Powdermaker, Hortense. 1947. An Anthropologist Looks at the Movies. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 254: 80-87.
- Powdermaker, Hortense. 1950. *Hollywood: The Dream Factory*. A Little, Brown and Company Edition.
- Radojčić, Dragana. 2009. Kulinarsko umeće u medijima. *Glasnik Etnografskog instituta SANU (Beograd)* LVII (1): 93-106.
- Ristivojević, Marija. 2012. Proučavanje muzike u antropologiji. *Etnoantropološki problemi* 2(7):471-486.
- Rothenbuhler, Eric. 2008. Media Anthropology as a Field of Interdisciplinary Contact for European Association of Social Anthropologists (EASA)

- Media Anthropology Network e-seminar October 22 – November 05 2008.
- Scheper-Hughes, Nancy. 1991. Hortense Powdermaker, the Berkeley Years (1967-1970): A Personal Reflection. *Journal of Anthropological Research* 47 (4): 457-471.
- Silverman, Sidel. 2007. American Anthropology in the Middle Decades: A View from Hollywood. *American Anthropologist* 109(3): 519-528.
- Spitulnik, Debra. 1993. Anthropology and Mass Media. *Annual Review of Anthropology* 22: 293-315.
- Sutton, David and Wogan, Peter. 2009. *Hollywood Blockbusters: The Anthropology of Popular Movies*. New York: Berg
- Traube, Elizabeth. 1989. Secrets of Success in Postmodern Society. *Cultural Anthropology* 4 (3): 273-300.
- Trifunović, Vesna. 2008. Odnos horora i humora: primer filmova "Hostel" i "Euro Trip". *Etnoantropološki problemi* 1(3):103-121.
- Trifunović, Vesna. 2009. Konceptualizacija gubitnika i dobitnika tranzicije u popularnoj kulturi. *Etnoantropološki problemi* 1(4): 107-121.
- Trifunović, Vesna. 2010. Internet kao teren: primer sakupljanja folklorne građe. *Glasnik Etnografskog instituta SANU* 1 (58): 157-168.
- Weakland, John. 1966. Themes in Chinese Communist Films. *American Anthropologist* 68(2): 477-484.
- Weakland, John. 1995. "Feature Films as Cultural Documents". In *Principles of Visual Anthropology* ed. Hockings, Paul, 45-67. New York: Mouton de Gruyter.
- Wolf, Eric. 1971. Hortense Powdermaker 1900-1970. *American Anthropologist* 73(3): 783-787.
- Wolfenstein, Martha. 2000. "Movie Analysis in the Study of Culture" in *The Study of a Culture at a Distance*, eds. Mead, Margaret and Metraux, Rhoda, 293-308. New York: Berghahn Books.
- Žakula, Sonja. 2012. Da li kiborzi sanjaju biomehaničke ovce? Telo i hiperrealnost. *Antropologija* 12(2): 43-61.
- Žikić, Bojan. 2007. Telo u japanskoj animaciji. *Antropologija* 4: 82-98.
- Žikić, Bojan. 2010. Antropološko proučavanje popularne kulture. *Etnoantropološki problemi* 2(5):17-39.
- Žikić, Bojan. 2012. Pop pesma: epistolarna forma popularne kulture. *Etnoantropološki problemi* 2(7):487-508.
- Žikić, Bojan. 2012. Popularna kultura: nadkulturna komunikacija. *Etnoantropološki problemi* 2(7):315-341.

Primljeno: 11.11.2012.

Prihvaćeno: 20.4.2013.

Ana Banić Grubišić

**AN ANTHROPOLOGICAL APPROACH TO MEDIA – A SHORT
REVIEW (WITH PARTICULAR EMPHASIS ON FEATURE FILMS)**

This paper provides a chronological overview of the anthropological study of media with special emphasis on the feature film. It discusses the different theoretical and methodological approaches to the study of mass media with an overview of the issues and problems anthropologist interested in the field of mass media were dealing with. As a relatively "young" sub-discipline of anthropology, anthropology of media at the same time combines textual and contextual/ethnographic approach, thus offering a comprehensive view of the global culture of today. The aim of this paper is to determine whether the specific anthropological approach to media exists and what its characteristics are, in order to indicate the possible benefits of anthropological research of this field in relation to other social sciences and humanities.

Key words: anthropology of media, feature film, text, audience ethnography, history of anthropology