

Весна Трифуновић

Јована Диковић

Етнографски институт САНУ, Београд

vesnita@eunet.rs

jokileto@eunet.rs

„Миле против транзиције“: друштвене промене и сукоби вредносних оријентација кроз призму једне телевизијске серије¹

У овом раду полазимо од констатације да постсоцијалистичка трансформација не подразумева само политичке и економске промене које погађају одређено друштво у овом процесу, већ да са собом носи и низ нових социјалних феномена, које дато друштво интерпретира на одговарајући начин. Такве нове појаве се често препознају и на посебан начин обрађују у творевинама популарне културе које су намењене и обрађају се широкој популацији. Имајући то у виду, одлучиле смо да испитамо начине на које су нове друштвене појаве нашле одраз у једној специфичној домаћој серији, која се показала посебно популарном у друштву Србије током почетне фазе тзв. друге транзиције.

Кључне речи:

ТВ серије,
транзиција,
популарна
култура,
медији.

Масовни медији, дефинисани као електронски и штампани медији намењени масовној комуникацији (Spitulnik 1993), и популарна култура, која се обично односи на културне творевине које су препознате од стране широке популације (Lohof 1972), свакако су нераскидиво повезане области. Може се приметити да се популарна култура генерално преноси путем различитих форми масовних медија, а како медијум такође може бити и порука (в. McLuhan 1994), креације популарне културе не би требало разматрати одвојено од начина њиховог преношења. Исто тако, антрополошки приступ популарној култури

¹ Текст је резултат рада на пројекту *Културно наслеђе и идентитет* (бр. 177026), који финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја РС.

указује на један од њених значајних аспеката, а то је однос између ствараоца и конзумента. Овај однос имплицира широко разумљиве поруке у одређеном социо-културном контексту, засноване на дељеној културној компетенцији за неку форму популарне културе (Žikić 2010).

У овој огромној, богатој и разноврсној области, телевизијске серије се налазе међу најприсутнијим формама у свакодневном животу. Узрок њихове велике популарности може бити чињеница да је телевизија, као њихов преносилац, један од доминантних и свеprisутних масовних медија данашњице. Широко је прихваћено да телевизија преноси посебну врсту забавног програма која одговара преференцама публике, као и то да овај медиј може имати озбиљан ефекат на друштво и, самим тим, на начин на који ће одређени емитовани садржај бити прихваћен и интерпретиран. Телевизија је носилац и изазивач значења и задовољстава (Fiske 2001). Статистике показују да у Србији становништво проводи и до пет сати дневно у гледању телевизије. С друге стране, ТВ серије, посебно домаће, налазе се међу најгледанијим програмима.²

У контексту друштва Србије, серије у домаћој телевизијској продукцији одувек су имале значајну улогу, што се потврђује и култним статусом који су неке од њих задобиле.³ Деценијама је у овом друштву постојала култура породичног окупљања испред телевизора у сврху гледања омиљене ТВ серије. Људи памте и цитирају смешне изјаве и препричавају интересантне, забавне ситуације из ових серија, од којих су неке чак ушле и у област фолклора и постале, на пример, део шаљења.⁴ Надаље, већина популарних домаћих серија емитована је више пута у различитим периодима, што значи да је и више различитих генерација упознато са њима. Одатле оваква врста програма представља и део колективног памћења

² Оба податка су изнета на основу резултата истраживања које је спровела AGB Nielsen Media Research група: <http://agbnmr.com/whereweare/dynPage.asp?lang=local&id=354&country=Serbia>

³ Таква је, на пример, серија „Грлом у јагоде“, која је остала нарочито упамћена по својој музичкој теми, затим серије „Сиви дом“, „Бољи живот“, „Позориште у кући“ итд. Ипак, треба назначити да придавање култног статуса одређеној серији умногоме зависи од преференци саме публике, тако да као критеријуме првенствено треба узети популарност и упознатост различитих генерација са њом, као и евентуални утицај који је она имала на публику.

⁴ Широко раширена пракса шаљења путем цитирања ликова из серија или филмова у свакодневној комуникацији представља посебно занимљиву тему и може бити део засебног истраживања. Како не би долазило до значајних дигресија, овде ћемо само рећи да се таква врста шаљења може посматрати као део фолклора мањих група, које су често велики поштоваоци одређене серије или филма, што значи да такве шале могу бити неразумљиве онима који нису упознати са датом серијом или филмом. О популарности саме ове појаве могу посведочити бројни форуми на интернету у којима учесници наводе своје омиљене реплике из домаћих филмова и серија (в. на пример: [http://forum.cdm.me/showthread.php?614-Citati-\(biseri\)-domacih-filmova!](http://forum.cdm.me/showthread.php?614-Citati-(biseri)-domacih-filmova!)). Исто тако, као илустративан пример може се навести и извод из текста на једном домаћем интернет-порталу, у коме пише следеће: „Оно што је за Американце чувена Терминаторова: 'Вратићу се', за Србе су: 'Вози, Мишко', 'И тата би, сине' и бројни други цитати без којих се свакодневна комуникација готово и не може замислити“ (в. <http://www.smedia.rs/zabava/vest/16199/Smesno-Replike-Domaci-Filmovi-Nikola-Simic-Milan-Gutovic-Bora-Todorovic-Kultne-replike-iz-domacih-filmova-VIDEOFOTO.html>).

људи у друштву Србије (Ђурковић 2005).

Управо оваква присутност и значај домаћих серија чини их погодним за преношење многобројних социјалних порука. Оне могу третирати различите теме, али неке од најпопуларнијих претежно прате живот обичних људи, док се главна радња одвија у кругу породице или на послу. Овакве серије су често креиране тако да представљају одраз свакодневног живота у одговарајућем друштвеном контексту, са благом, углавном хумористичком дозом критике људских мана, карактера, односа и делања. Већина њих је намењена широкој популацији, коју је некада чинила претежно радничка класа, док је то данас углавном средња класа. Поред тога, овакве серије су најчешће емитоване на националној телевизији у ударном термину, недељом увече, у осам или девет часова. Њихова заједничка тема, односно – живот обичних људи који се суочавају са свакодневним проблемима и притом доживљавају свакојаке, углавном хумористичке ситуације, класификује их у оквире жанра социјалног реализма (в. Jordan 1981).

Овај жанр одликује наратив о личним догађајима значајним за главне ликове, али који утиче и на остале ликове на неки посредан начин. Иако су ти догађаји наизглед у вези са социјалним проблемима, обично као централну тему имају снажање људи у животу. Ликови су веродостојно приказани у смислу „убичајености“ свог дома, породице, пријатеља, док су места одвијања радње исто тако „убичајена“ – попут круга породице или радног места. Време догађања је смештено у садашњост, а када је реч о стилу, он сугерише непосредан и потпун приказ реалности (в. *ibid*). Може се, дакле, рећи да је велики број домаћих ТВ серија своју популарност достигао управо у оквирима поменутог жанра. Поред своје истакнуте забављачке улоге, овакве ТВ серије имају и комерцијалну и идеолошку позадину. Као такве, оне често одговарају на текуће друштвене ситуације и објашњавају нове друштвене феномене и вредносне оријентације. Овај њихов значај уочен је и са антрополошког аспекта, о чему сведоче истраживања из области домаће антропологије ТВ серија.⁵ Тако су, рецимо, у серијама које су настале у јеку процеса транзиције уочени смена оријентација, вредности и јављање нових друштвених феномена.⁶

Период прве транзиције⁷ у Србији обележили су догађаји који су значајно утицали на овај процес и усмерили његов правац развоја, као што су грађански рат, потпуна изолација земље услед санкција УН-а и хиперинфлација, што је произвело социјално и културно пропадање, економску несигурност и наглу пауперизацију становништва. Овакве околности су нагнале неке ауторе на размишљање да домаћа продукција ТВ серија током овог периода није донела

⁵ В. зборник Антропологија ТВ серија 2013.

⁶ В. *ibid*.

⁷ У начелу је прихваћено да се транзиција у Србији може поделити на две фазе, односно – на тзв. прву транзицију или блокирану трансформацију, која је обележила период од 1989. до 2000. године, док се период од 2000. године до данас означава као тзв. друга транзиција или одблокирана трансформација (в. Лазивић 2000; Лазивић *et al.* 2004).

ништа посебно, ново и вредно памћења (в. Đurković 2005). Ипак, овакве тврдње се дефинитивно могу одбацити ако се узму у обзир наслови серија које су настале и емитовале се у то време.⁸ Током деведесетих година снимљено је девет ТВ серија, од којих се за четири може рећи да су достигле значајну популарност.⁹

Након прве транзиције, односно, од 2000. године долази најпре до политичких промена, које је потом пратило увођење реформи на различитим социјалним нивоима. У овом периоду снимљена је серија „Миле против транзиције“, која је по својој форми потпуно одударала од до тада емитованих серија. Нашу истраживачку пажњу привукла је чињеница да је ово био први тзв. *one man show* у домаћој телевизијској продукцији, где се кроз хумористичке монологе једног лика просуђује о новим друштвеним феноменима, уведеним транзицијом. Користећи се Кавелтијевом терминологијом, рекло би се да је ова серија представљала иновацију (Cawelti 1969) чији су главни показатељи поменути монолошка драматизација, напуштање старог модела породичне серије, као и приказивање у каснијим вечерњим часовима. Још једна од значајних разлика која ову серију издваја од претходно поменутих, типичних домаћих серија и чини је занимљивом за анализу јесте и то што је њоме начињен прелазак са рефлексije и дескрипције друштвене ситуације на заузимање критичког становишта према свакодневном друштвеном и политичком животу. Оваква иновација се може довести у везу са променом идеолошке и политичке климе која је наступила 2000. године, у смислу оживљавања правога полипартизма и идеолошких пролиферација, стварања цивилног сектора и повраћаја медијских слобода. То је допринело да друштво постане комплексније и стратификованије, а сама јавност – далеко свеснија своје одговорности и улоге коју има у друштву. Такође, не треба занемарити одсуство цензуре и аутоцензуре у ипак значајном проценту, чиме је постало много лакше него претходних деценија да се у јавности иступа са критичким опсервацијама о друштвеној, економској и, нарочито, политичкој ситуацији.

Стога се иновативна форма и сиже серије „Миле против транзиције“ могу посматрати и као добар показатељ опште друштвене трансформације и транзиционог налета, ентузијазма и општег политичко-социјалног узавирања, који су се одвијали у датом периоду.

Ова серија, дакле, представља једну потпуно нову форму у домаћем контексту, кроз коју се на специфичан начин пародира на широк спектар промењених политичко-социјалних односа и вредности које представљају показатеље транзиције, као што су покушаји успостављања либералне

⁸ Подаци о свим српским и југословенским серијама могу се наћи на Википедији (Wikipedia).

⁹ Међу те серије се могу сврстати „Сложна браћа“ и „Отворена врата“, које су достигле култни статус код различитих генерација публике, другачијег су жанра од ТВ серија о којима је до сада било речи и немају у свом фокусу проблеме које доноси транзиција. Серије које по својој форми и сижеу недвосмислено спадају у жанр социјалног реализма, у којима се третирају питања везана за транзицију и које су у овом периоду постале веома популарне јесу „Срећни људи“ и „Породично благо“.

демократије, политичке коректности, интеграције у ЕУ, појава невладиних организација итд. Исто тако, она је код домаће публике, иначе пријемчиве за програм телевизијских серија, достигла велику популарност, за коју верујемо да је заснована управо на успеху представљања и способности исмејавања мана система у настајању. Зато се наше основно истраживачко питање бави аспектом комуникације серије и преношењем поруке од ствараоца ка крајњим конзументима. Друго истраживачко питање разматра могућност промене унапред тенденциозно осмишљених значења у том комуникацијском ланцу. Тако у раду истичемо да се аналитички потенцијал серије налази у њеним већ поменути специфичностима, које су, дакле, омогућиле стварање посебне платформе за „преговарање“ око значења и основне поруке између ствараоца и конзумента. То ће се у раду показати као веома интересантан аспект серије – разлике између основних интенција аутора и начина на који је сама публика доживела лик Милета и његов однос према транзицији.

Сматрамо да је превасходно методолошки значајно сместити дату серију у шири друштвени контекст, али и у контекст самог медија на коме је емитована, а потом је анализирати не само као забављачку форму, него и као индикатор политичких, социјалних и културних модификација и сукоба вредносних оријентација, који су се одвијали у овом осетљивом периоду. Укратко, намера нам је да у овом раду испитамо начине на који су нови друштвени феномени и вредносне оријентације, везани за почетну фазу тзв. друге транзиције, представљени путем телевизијске продукције једне специфичне, домаће серије, и њихов „судар“ са рецепцијом свих тих појава код домаће публике, а све кроз лик Милета као главног носиоца серије.

„Миле против транзиције“ о другој транзицији

„Транзиција – најновија болест нашег друштва.“
Миле са Чубуре

„Миле против транзиције“ је српска ТВ серија коју је режирао Радивоје Андрић по сценарију Срђана Анђелића. Емитована је први пут 2003. године, на ТВ и радио станици Б92, која је у време режима Слободана Милошевића била перципирана као опозициони медијски пионир у антиратном, антinationалистичком и антирежимском извештавању. Након демократских промена 2000. године, ТВ Б92 је наставила да производи и емитује програм, али овог пута слободно и без препрека, трудећи се да достигне највише стандарде у различитим телевизијским формама, попут документарних филмова,¹⁰ вести,

¹⁰ Телевизија Б92 је била први телевизијски медиј у Србији који је покренуо снимање и емитовање документарних филмова о страшним и монструозним злочинима почињеним од стране различитих српских војних формација, парамилитарних и специјаних јединица Југословенске народне армије (ЈНА) током рата у Босни и Хрватској. Са друге стране, велики део документарних филмова бавио се Милошевићевим режимом, студентским и грађанским

политичких емисија, забавних шоу-програма, и томе слично. Републичка Радиодифузна агенција је 2006. године овој телевизији доделила националну фреквенцију. Од свог оснивања до данас, радио и телевизија Б92 остали су доследни у промовисању својих главних вредносних оријентација, а то су демократија, проевропска политика и космополитизам, настављајући притом да критички посматрају и прате рад различитих влада од почетка тзв. друге транзиције.

Емитовање серије „Миле против транзиције“ подударило се са неколико веома важних догађаја. Првенствено, одмах након убиства премијера Владе Зорана Ђинђића 2003. године, држава се нашла у некој врсти вакуума, фокусирајући се на спречавање и предупредивање криминалних структура, њихових лобистичких група, као и на хапшење починиоца убиства, док су за то време питања спољне и унутрашње политике (европске интеграције и даље транзиционе реформе) стављена по страни. Током 2004. године изабрана је нова влада, коју је водио премијер Војислав Коштуница, лидер Демократске странке Србије (ДСС). Војислав Коштуница је био на власти све до 2008. године (у два наврата је био премијер, у првом – од 2004. до 2007. године, и у другом – од 2007. до 2008. године). Током овог периода, премијер Коштуница и његови коалициони партнери у обе владе значајно су допринели додатној економској и политичкој стагнацији земље, блокирајући основне правце и почетне идеје транзиције (које су се поприлично базирале на испуњавању прозападних и модернизацијских императива, у циљу учлањења у Европску унију). Демократска странка Србије са Војиславом Коштуницом на челу, конзервативна и пронационалистичка, али са демократском агендом, била је само номинално посвећена политици интеграција и учлањења у Европску унију, док је у пракси званична политика премијера заступала „јак евроскептицизам“ (Taggart i Szczerbiak, 2002; Koresky i Mudde, 2002).¹¹ Такав став је био посебно уочљив на терену спољне политике, када су Коштуничина и прва и друга влада преиспитивале легитимитет и релевантност Хашког трибунала.¹²

Мењајући политички курс спољне државне политике ка Истоку, премијер Коштуница је отворено заговарао политичко и стратешко приближавање Русији и Кини. Са друге стране, на плану унутрашње политике, очување аутономије Косова и Метохије у оквиру граница Србије постало је његово централно политичко усмерење. Коштуничине изјаве током 2008. године указивале су све

протестима, економским ембаргом и масовним осиромашењем становништва током деветих година прошлог века.

¹¹ „Јак евроскептицизам је принципијелно противљење Европској унији и европским интеграцијама, и стога се може видети у партијама које заступају мишљење да њихове земље треба да повуку чланство, или чија се политика према Европској унији базира на снажном одбацивању целокупног пројекта европских интеграција онако како су тренутно осмишљене“ (Taggart i Szczerbiak, 2002:7).

¹² На исти начин се такође преиспитивало и минимизирало учешће режима Слободана Милошевића у етничким чишћењима на постору Босне и Хрватске у последњем рату, као и одговорност његове политике за НАТО бомбардовање и девастацију земље 1999. године.

јаче на одустајање од европских интеграција, противљење ССП споразуму, као и неслагање са политиком коалиционог партнера – Демократском странком према Косову, што је све допринело да влада падне у марту 2008. године. Такав политички амбијент је генерално утицао на повећање антиевропског сентимента и неповерења према Европској унији и интеграцијама.

Када је серија „Миле против транзиције“ емитована први пут на телевизији Б92 2003. године, постигла је успех изван свих очекивања. Духовите и проницљиве досетке главног јунака Милета са Чубуре о транзицији постале су део свакодневних шала и реплика. Убрзо се популарност ове серије, посебно њеног главног карактера, пренела на разне ТВ цинглове, песме, па и на рекламне спотове.¹³ Са друге стране, и сама форма серије била је посебна. Као што је већ поменуто, по први пут се у српском телевизијском програму појавила такозвана форма *one man show*, с хумористичким монолозима и епизодама у трајању до 15 минута, које су емитоване сваке суботе у 23 часа.¹⁴

Прва епизода упознаје гледаоце са ликом Милета са Чубуре и са његовим кућним амбијентом. Он је средовечан, ожењен мушкарац, који живи са женом и сином, хронично је незадовољан и без новца. Живи у малом стану, у ентеријеру карактеристичном за социјалистичке филмове, и са успоменама на бившу Југославију, попут Титове статуете, разгледница са Хрватског приморја, југословенске заставе, и томе слично. Чини се да је његов кућни амбијент тенденциозно креиран на овакав начин, имајући у виду да су режисер и продуцент серије желели симболички да се поиграју са још увек присутном „титоносталгијом“ и „југоносталгијом“ код средовечне и старије популације у земљи. Са друге стране, његов стан је права ризница српских традиционалних артефаката, као што је веза белог лука, венац црвених осушених љутих папричица, традиционална српска капа – шајкача, пар малених опанчића окачених на улазна врата од његовог стана итд. Такође, једна од Милетових специфичности јесте управо коришћење тог пара опанчића као хипнотизерског средства када год би се узнемирио у епизоди.

„Миле против транзиције“ је серија која је тенденциозно осмишљена као иронија и очигледна пародија на стереотипизираним Србина. У многим аспектима

¹³ Чувени српски глумац Зоран Цвијановић, који је прославио лик Милета са Чубуре, промовисао је у маниру веома познате „милетовске“ гестикулације неколико производа, а међу њима – и једну банку. Било би веома интересно пратити како се његов лик са ТВ серије пренео на сферу маркетинга, у сврхе убеђивања и освајања потенцијалних купаца или корисника одређених услуга. Сама идеја рекламе била је да преобрати Милета из великог скептика у сигурног корисника, убеђеног у добар квалитет услуга те банке – тј. у доброг потрошача. И то је заиста била веома проницљива употреба једног популарног ТВ лика. Нажалост, у раду нема довољно места да се осветли аспект промене Милетовог карактера од највећег скептика до убеђивача у комерцијалне сврхе, као ни то како је тај обрт деловао на саме потрошаче.

¹⁴ У последњем серијалу „Миле против транзиције“, емитованом такође на телевизији Б92 2007. године, режисер и сценариста увели су још неколико ликова, Милетову жену и њену најбољу другарицу, као и Милетовог оца и једног комшију који су му били главни помагачи и подршка у његовој борби против транзиције.

Миле обједињује оно што се сматра стереотипом српског менталитета: бахатост, тврдоглавост, домишљатост, неповерљивост и, изнад свега, склоност ка теоријама завере. Милетов карактер је веома интересантан – он представља комбинацију национално освешћене особе, са једне стране, али и особу са јаким наслеђем социјалистичког схватања живота, које се огледа кроз његову реторику и радне навике, са друге стране. Као што је публициста Теофил Панчић приметио: „Миле је срећни и поносни баштиник културе свакодневља ’самоуправног социјализма’, али само у оним њеним аспектима који му пријају, који имају данданашњу ’употребну вредност’. На другој страни, и он се пре десетак-петнаестак година ’национално освестио’, одбацио Заблуде и на стари ’самоуправљачки’ културни код накалемио нову Доминантну Нарацију, ону о Нацији и Традицији, те изнад свега Нашој Посебности У Космосу“ (Панчић, 2005). Због свега наведеног, Миле представља заиста прави транзициони карактер – не само због ствари које говори и ради, већ и због менталних преусмеравања, промене вредности и идеологије, и самопозиционирања у времену којим доминирају значајне социјалне, политичке и економске промене. Он сам је метафора транзиције. Он је *everyman* једне епохе и рефлексивна „доминантног конформистичког еклектицизма“ (Панчић, 2005).

Дакле, социјални критицизам, тј. критицизам српског менталитета у форми самоироније, представља формулу серије „Миле против транзиције“, у оном смислу у којем је Кавелти дефинише: „Формула је конвенционални систем за структурирање културних производа“ (Cawelti 1969:386). Он даље објашњава да ове формуле због „њихове блиске повезаности са одређеном културом и временским периодом имају далеко ограниченији репертоар тема, карактера и места“ (ibid:387-388). Уколико се његова дефиниција примени на ову серију, њена формула би била, начелно говорећи, подређена другој транзицији и њеним последицама. Транзиција првенствено подразумева прилагођавање на нове и промењене социо-културне, политичке и економске обрасце. У контексту Србије, то подразумева прилагођавање прокламованим вредностима либералне демократије, владавине права, као и цивилног друштва, посебно невладиних организација. Такође, постсоцијалистичка транзиција неизбежно намеће нове геополитичке околности, попут Европске уније, европских интеграција и светског тржишта. Успостављање слободног тржишта подразумева и мењање радних навика и радне етике, стечених у социјализму. Судајући по многим јавним анкетама које се у Србији константно спроводе од 2000. године наовамо, подршка грађана уласку у Европску унију никада није значајно опадала испод 50%. Међутим, велики део грађана Србије има веома нејасно и песимистичко схватање транзиције, а посебно европских интеграција (А. А. 2009). Сходно томе, само условно говорећи, Миле би могао да представља оних 50% грађана Србије који не прихватају тренутно стање ствари.

Милетова борба против транзиције (тј. против Европске уније и интеграција, као и против свеукупних транзиционих промена) састоји се од неколико довитљивих метода, које за циљ имају да „преваре“ транзицију. На пример, када су нови ригорознији саобраћајни прописи ступили на снагу, као

део сета промена, Миле је патентирао мајицу са пришивеним појасом за возаче, како би преварио полицајце. Потом, када је издавање антидепресива без рецепта постало забрањено (што није био случај током деведесетих), Миле је у томе видео прилику и почео је да кријумчари кинеске антидепресиве у замену за животне намирнице. Главно питање које је поставио тада било је: како сада људима забранити узимање бенседина када су га користили десет година (епизода „Бенседин“). Миле није могао да схвати сврху забране и сматрао је да му је неко одузео слободу одлучивања, те узимања антидепресива. Са друге стране, један од примера у низу његових „доприноса“ борби против транзиције било је његово отворено залагање за пиратерију. Наиме, он је одбијао да купи ориганлни ЦД зато што је веровао да највећи део новца од тога иде у Пакт за стабилност за Југоисточну Европу. Уместо тога, одлучио је да купује бугарске (пиратске) ЦД-ове, јер чак и његов музички стуб прихвата само пиратску музику.

На основу ових укратко представљених главних тема из неколико епизода, очигледно је да је поигравање са самоиронијом основна намера серије. То потврђује и главни глумац Зоран Цвијановић, који је прославио Милетов лик. Серија и њени креатори су – по његовим речима – желели Милета да представе као отелотворење најгорих особина српског менталитета. „Циљ је био да људи у себи препознају те Милетове особине и да их ми на неки забаван начин упозоримо да не смеју да им се препусте, да изгубе контролу и постану – Миле“ (Лазич 2005).

По мишљењу Марка Живковића, иронија може бити симптом, али исто тако – и одбрамбени механизам (Живковић 2007: 607). У том смислу, веома важно питање које се овде поставља јесте да ли је иронија представљена у серији – заиста иронија. Уколико желимо то питање да проблематизујемо, првенствено морамо поћи од главне намере креатора серије, а потом је упоредити са реакцијама публике. Једино на тај начин можемо добити јаснију слику постигнутих циљева серије. Због тога је овде важно водити рачуна о основној методолошкој парадигми антрополошких студија популарне културе, тј. о вези између креатора и примаоца, инсистирајући на комуникацији, а не на естетици као примарној функцији одређеног креативног дела (Cawelti 1969; Жикић 2010).

Постоје најмање три нивоа комуникације серије, а следећи навођени имају посебан значај за анализу. Први представља мало шири политички контекст, који је отелотворен у телевизијској и радио станици Б92, коју један део популације перципира као „месијанску“ (а понекад и као „издајничку“), док – са друге стране – одређени број људи верује да је овај медиј демократски и објективан. Други ниво чине интернет-форуми на којима људи размењују мишљења о серији.¹⁵ Последњи ниво представља јавна дебата међу интелектуалцима о серији (Милосављевић 2005; Панчић 2004, 2005), а који заправо сумира претходна два нивоа.

¹⁵ Постоји неколико корисних форума, попут следећих:

<http://www.elitemadzone.org/t53307-0#342724>,

<http://forum.burek.com/mile-vs-tranzicija-novi-mile-stara-borba-t262133.html>,

http://www.moviestation.org/movie/39416/Mile_vs_tranzicija .

Интересантно је да је на свакоме од посматрана три нивоа присутно двосмислено схватање ироније. Миле је првенствено замишљен као симпатичан и драг антихерој или губитник транзиције; међутим, чини се да је на сваком нивоу присутна и перцепција Милета као хероја, односно – неиронична представа српског менталитета, којој је у том смислу измакла првобитна намера критике српског противљења транзицији, односно промени уопште. За оне који су се идентификовали са Милетом у неким аспектима, он није представљао ништа друго до комичну и „претерану“ верзију свих оних који су веровали да се оправдано противе транзицији. Или, другим речима – тужан, али истинит шоу готово судбоносног пропадања српског народа (Милосављевић 2005). На тај начин се у комуникацијском ланцу почетна замисао серије ненамерно претворила у своју супротност, тј. у антииронију. Живковић, с друге стране, такође констатује да серија „Миле против транзиције“ представља одличан пример неодређене ироније, која Милета „чини иконом савремених српских околности“ (Живковић 2007: 603). На тај начин остаје отворено једно значајно питање. Да ли је ова серија заиста постигла свој првобитни циљ? Ако није, она је само подражавала песимистичке представе о транзицији и тиме постигла контраефекат – нити је утицала на мејнстрим перцепцију, нити је, у ширем смислу, допринела мењању српског „менталитета“.

Закључак

Може се рећи да се кроз сукоб у тумачењу основне поруке серије „Миле против транзиције“ преламала социјална реалност српског друштва, у којој су различите вредносне оријентације у непресталној колизији, посебно након 2000. године. Другим речима, доминантни политички актери, попут политичких партија, невладиних организација и осталих цивилних удружења у Србији, континуирано се конфронтирају по питању својих различитих политичких агенди и вредносних оријентација, делећи људе на оне који су „за реформе, Запад, Европску унију и демократију“ и на оне који су „против реформи, Запада и Европске уније, а за Исток“ (због чега их противници неретко идентификују са националистима). Оваквим поделама се у великом броју случајева искључује могућност да се неке од ових категорија могу чак и преплитати. Што је још важније, није нужно да вредности „за“ и „против“ из оба корпуса буду самоподразумевајуће. Коначно, познато је да поделе оваквог типа онемогућавају неку врсту политичког, социјалног, економског и културног континуитета, јер не пружају могућност да се дође до било каквог важнијег консензуса.

У овом случају се дати проблем манифестовао на примеру креирања и рецепције једне телевизијске серије, што је омогућено њеном посебном, иновативном формом, али и промењеним идеолошко-политичким контекстом. У том смислу, дата серија и дебата коју је подстакла могу се посматрати као својеврсни вентил кроз који је горући проблем сукобљених вредносних оријентација у овом друштву нашао пут за исказивање у јавности. Посматрано из

антрополошког угла, аналитички потенцијал серије „Миле против транзиције“, као творевине која припада широкој области домаће популарне културе, нарочито се увиђа путем њеног смештања у конкретан друштвени контекст и постављања у дијалог са самим конзументима. Тим путем је она постала средство разоткривања једног значајног друштвеног проблема, који игра посебну улогу у условима опште друштвене трансформације.

Извори:

- AGB Nielsen Media Research: <http://agbnmr.com/whereweare/dynPage.asp?lang=local&id=354&country=Serbia>
- A. A. “Šta nam znači EU”. *Politika*, Decembar 27, 2009.
- Lazić, Jasmina. “Intervju – Zoran Cvijanović: Espresso bato”. *Vreme*, 734, January 27, 2005. Retrieved August 20, 2011 from <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=404318>
- Pančić, Teofil. “Mile sa Čubure u Vladi”. *Vreme*, 680, Januar 15, 2004. Retrieved August 20, 2011 from <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=364193>
- Pančić, Teofil. “Mile protiv tranzicije – koplje u trnje: Nacionalna klasa”. *Vreme*, 734, Januar 27, 2005. Retrieved August 20, 2011 from <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=404318>
- [http://forum.cdm.me/showthread.php?614-Citati-\(biseri\)-domacih-filmova!](http://forum.cdm.me/showthread.php?614-Citati-(biseri)-domacih-filmova!)
- <http://www.smedia.rs/zabava/vest/16199/Smesno-Replike-Domaci-Filmovi-Nikola-Simic-Milan-Gutovic-Bora-Todorovic-Kultne-replike-iz-domacih-filmova-VIDEOFOTO.html>

Литература:

- Antropologija televizijskih serija. 2013. Ivan Kovačević, Marija Brujić (ur.). Nova srpska antropologija. kolo 1, knj. 10.
- Backes, Uwe. Patrick Moreau. 2008. Communist and Post-Communist Parties in Europe. Gottingen: Vandenhoeck and Ruprecht.
- Cawelti, John G. 1969. The Concept of Formula in the Study of Popular Culture. *Journal of Popular Culture*, Vol. 3, No. 3, 381–390.
- Ђурковић, Миша. 2005. Prva Petoletka: Domaće televizijske serije i transformacija sistema vrednosti u tranziciji. *Sociološki pregled*, Vol. XXXIX, No.4, Institut za evropske studije, 357–381.
- Fiske, John. 2001. *Television Culture*. Taylor & Francis e-Library.
- Jordan, Marion. 1981. *Realism and Convention*. U: R. Dyer, C. Geraghty, M. Jordan, T. Lovell, R. Paterson and J. Stewart (eds.), Coronation Street. London: British Film Institute, 27–39.
- Kopecky, P. Cas Mudde. 2002. The Two Sides of Euroscepticism Party Positions on European Integration in East Central Europe. *European Union Politics*, Vol. 3. London: Sage Publications. 297–326.
- Lazić, Mladen. 2000. Elite u postsocijalističkoj transformaciji srpskog društva. U:

- Lazić Mladen (ur.), Račji hod - Srbija u transformacijskim procesima. Beograd: Filip Višnjić.
- Lazić, Mladen. Slobodan Cvejić. 2004. Promene društvene strukture u Srbiji: slučaj blokirane post-socijalističke transformacije. U: Anđelka Milić (ur.), Društvena transformacija i strategije društvenih grupa: svakodnevnica Srbije na početku trećeg milenijuma. Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta, 39–70.
- Lohof, Bruce A. 1972. Popular Culture: The Journal and the State of the Study. *Journal of Popular Culture*, Vol. 6, No. 3, 453–462.
- McLuhan, Marshall. 1994. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Boston: The MIT Press, MA (Reprint Edition).
- Milosavljević, Dragan. 2005. Mile, tranzicija. Manipulacija: Kriva ogledala Teofila Pančića. *Nova srpska politička misao*. No. 106. Retrieved August 20, 2011 from http://www.starisajt.nspm.rs/komentari2005/2005_dm_mile_1.htm
- Mihailović, Srećko. 2010. Priča o tranziciji ili naracija o našim beskrajnim menama. U: Kako građani Srbije vide tranziciju. Istraživanje javnog mnjenja tranzicije. *Službeni glasnik*. 7 – 29.
- Ristić, Irena. 2008. The Socialist Party of Serbia. Uwe Backes and Patrick Moreau (eds.) *Communist and Post-Communist Parties in Europe*. Gottingen: Vandenhoeck and Ruprecht. 343–371.
- Spitulnik, Debra. 1993. Anthropology and Mass Media. *Annual Review of Anthropology*, Vol. 22, 293–315.
- Taggart, Paul and Aleks Szczerbiak. 2002. The Party Politics of Eurocepticism in EU Member and Candidate States. SEI Working Paper No 51 (also Opposing Europe Research Network Working Paper No 6) Sussex: Sussex European Institute.
- Verdery, Katherine. 1998. Transnationalism, Nationalism, Citizenship, and Property: Eastern Europe Since 1989. *American Ethnologist*. Vol. 25, No. 2. Blackwell Publishing. 291- 306
- Živković, Marko. 2007. Mile vs Transition – a Perfect Informant in the Slushy Swamp of Serbian Politics. *Social Identities*, Vol. 13, No. 5. Routledge, 597–610.
- Žikić, Bojan. 2010. Antropološko proučavanje popularne culture. *Etnoantropološki problemi*, Vol. 5, No. 2, 17–39.