

Mirjana B. Matović*

Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača, Novi Sad

Svetlana T. Lazić**

Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača, Novi Sad

MULTIMODALNO ČITANJE MUZIKE

Originalan naučni rad

UDC 81'27:78

316.774

<https://doi.org/10.18485/kkonline.2018.9.9.9>

Savremena popularna muzika kao dimenzija sveukupnog iskustva nudi prostor za dinamičnu realizaciju interakcije različitih medija. Kao višeslojnom i složenom konceptu koji se kontinuirano razvija, potreban joj je prepoznatljiv matriks za analizu njenih značenja. Predmet rada je postavljanje koncepta *sociolingvistike muzike* kao načina čitanja popularnog sadržaja u okviru kritičke teorije sa posebnim akcentom na njenu multimodalnu opravdanost. Cilj istraživanja je geneza multimodalnosti i razumevanje i tumačenje sociolingvistike muzike kroz analizu društvene angažovanosti umetnika. Izjednačavajući značaj narativa, (audio)vizuelnog, muzičkog i nemuzičkog nivoa značenja u popularnoj savremenoj muzici, nadilazi se koncept popularnog teksta. Mogućnost da se tumači sredstvima sociolingvistike muzike i posmatra kroz perspektivu multimodalnosti, savremena muzika dobija razmere složenog *sadržaja*. Čitljiva kao jezik u kontekstu moderne komunikacije, savremena muzika je prevodiva mehanizmima vizuelne opismenjenosti i gramatike, čime se potvrđuje i razvija kao kompleksan proizvod moderne kulturne industrije.

Ključne reči: muzički sadržaj, sociolingvistika muzike, multimodalnost, vizuelna gramatika, vizuelna pismenost.

1. Uvod

Savremena lingvistika razvijala se uporedo sa filozofskom, logičkom teorijom znakova, a sociološkoj problematici približila se pragmatičnim aspektom jezika, njegovom vezom između apstraktnog i realnog sveta jezika i komunikacije. Nosi premisu da se značenje deli među ljudima, a podela značenja i razumevanja ustanovljavaju se kroz pregovaranje. Značenje i razumevanje se stvara u kontekstu teorija koje se individualno žive i interpretiraju (Шевкушић, 2006; Schwandt, 2007). Proces saznavanja i konstrukcije stvarnosti je stoga određen socijalnim i individualnim karakteristikama i daje im subjektivni smisao (Stojnov, 2001).

* Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača, Petra Drapšina 8, 21 000 Novi Sad, Srbija;
e-mail: mirjanamtvc@gmail.com

** Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača, Petra Drapšina 8, 21 000 Novi Sad, Srbija;
e-mail: pedagogns@gmail.com

U funkciji simboličkog izraza jezik je univerzalni medijum u čijem se centru nalazi ljudsko biće koje sa metajezičke tačke opisuje semantičke veze jezika i sveta (Хаждегер, 1982:220). Postaje krunska odrednica ljudskog postojanja u tolikoj meri da ljudska priroda, osećanja, misli i iskustva potiču iz jezika (Ber, 2001). Razumevanje se javlja u vidu ispitivanja i objašnjavanja, izazivanja i pružanja podrške i povratne informacije, a ponašanje načinom na koji osoba shvata i razume događaje (Mušanović, 1996; Ољача, 1998). Saznavanje sveta posrednim putem omogućava osobi da sama stvara šablone, odnosno konstrukte. Oni su apstrakcija koja „ljudima dozvoljava da dve stvari (ili pojave) opažaju kao slične, a u isto vreme različite od neke treće stvari (ili pojave)“ (Stojnov, 2001:51). Svet se tako smisleno posmatra samo kroz konstrukte koje za sebe stvara svaka osoba pojedinačno, a proces konstruisanja služi za nametanje ličnog značenja protoku događaja koji je do tada neizdiferenciran.

Apstraktni jezik muzike, u kontekstu njene umetničke percepcije, prikazuje se racionalnim sredstvima što njen „govor“ čini konkretnim i lingvistički prevodivim. Sveukupni jezik (*popularni tekst*) jeste kontekst, smisao i celokupna misao pri govorenju. Zato se ideja o jeziku u kontekstu simboličke kulture može objasniti metafizičim kontekstom popularnog: govoriti o jeziku kao jeziku, ne sadrži više samo uputstvo za nas koji o njemu razmišljamo, već ukazuje i na formu, oblik strukture u kojem jezička suština što počiva na događaju (kao onome što se kazuje) krči sebi put (Хаждегер, 1982:242). Da bi bio popularan, jedan tekst mora da bude *proizvođački* i osim što je kreiran po želji dominantne ideologije, on je upotreban, pristupačan i otvoren za nova tumačenja (Fisk, 2001). Kao deo takvog teksta, umetnička i savremena popularna muzika nude niz različitih mogućnosti interpretacije, što olakšava analizu modernih muzičkih izraza i oblika. Kao moderan umetnički izraz (popularan ili umetnički) popularnu muziku je moguće posmatrati i analizirati unutar njenog značenjskog okvira koji je podjednako označen muzičkim i nemuzičkim aspektom. Njihova uravnoteženost potvrđuje koncepciju savremene popularne muzike kao *muzičkog sadržaja*, složenog proizvoda savremene kulturne industrije.

Predmet rada je postavljanje koncepta *sociolingvistike muzike* kao načina čitanja popularnog sadržaja u okviru kritičke teorije sa posebnim akcentom na njenu multimodalnu opravdanost. Cilj istraživanja je geneza multimodalnosti i razumevanje i tumačenje sociolingvistike muzike kroz analizu društvene angažovanosti umetnika.

2. Muzički sadržaj

Složenost mozaika savremene popularne muzike kroz koncept *sadržaja* omogućava muzici da u okvirima jezičkog sistema ostvaruje komunikaciju. Ukoliko se takav moderni jezik definiše kao sistem znakova koji koristimo u komunikaciji i interakciji sa ostalim članovima govorne zajednice kojoj pripadamo, prihvatamo ga kao predloženi, usloženiji koncept od jednostavnog sredstva kojim ostvarujemo svakodnevnu komunikaciju (Filipović, 2009:12). Jezik, kultura i kontekst imaju centralnu ulogu u čijem središtu se nalaze socijalne interakcije koje se shvataju kao postupci konstruisanja zajedničkih verzija znanja, razumevanja. (Doolittle & Hicks, 2003; Kymlicka & Patten, 2003; Milutinović, 2016).

S obzirom na savremenu percepciju komunikacije i njenu izraženu ulogu u sferi proučavanja apstraktnih pojava, muzika nalazi svoje mesto u sociolingvistici kao „savremenoj kritičkoj humanističkoj disciplini koja izučava sve jezičke aspekte društvenog života i sve društvene aspekte upotrebe jezika“ (Filipović, 2009:22).

Jezik kao najrasprostranjenija opšta forma semioze prati čin ljudske delatnosti u svim oblastima kulture. Zahvaljujući kodovima jezik postaje komunikacija. Kada je reč o muzici i muzičkim sredstvima, ti kodovi su aktivni u svim zvučnim koncepcijama, od mikro do makro formi, od umetničke do zabavne muzike. Unutar određene supkulture jezik jeste poseban označitelj te grupe koji se menja u zavisnosti od promene njenog kulturološkog koda. Kako se društveni sistem znanja unutar zajednice menja, tako i značenja dobijaju novi smisao. Ove pojave se u kognitivnoj lingvistici nazivaju *kulturnim modelima*, a to su oni modeli koji oblikuju našu stvarnost i utiču na ponašanje većine ili svih članova naše zajednice, dok jezički okvir svakom iskustvu daje strukturu i značenje (Hudson, 2001; Ber, 2001). Kulturni modeli istovremeno utiču na postojanje različitih ideologija koje su prihvaćene u jednoj zajednici. Kao takvi, oni utiču na našu kulturnu, političku, jezičku stvarnost i u potpunosti odgovaraju koncepciji nametanja društvenih obrazaca. Postojanje različitih ideologija i kulturnih modela utiče na različite interpretacije informacija iz sveta oko nas. Tako se lakše ostvaruje društveni proces razumevanja činjenica, događaja, načina na koji objašnjavamo i usvajamo vizuelne i auditivne sadržaje (Filipović, 2009).

Sociolingvistika, dakle, kao savremena disciplina otvara mogućnosti za prepoznavanje kulturnih modela regulisanih ideologijama i označenih identitetima ne samo u humanističkim naukama nego i u umetnosti. Analiza jezičkog diskursa u tim okvirima podrazumeva i analizu komunikacije, društvene interakcije koja

pretpostavlja prenošenje značenja pomoću simbola (Gist prema: Kloskowska, 2005:182). Ukoliko se posmatračka perspektiva usmeri na pitanja: kako je komunikacija moguća, kako se njena efikasnost povećava i kojim sredstvima, kakva je veza verbalnog i neverbalnog jezika i mišljenja - dakle, ona koja se tiču njene funkcije i prirode - pitanje komunikacije u tom slučaju prevazilazi poznate okvire lingvističke prakse. Sociolingvistika u muzici svoje polje istraživanja zasniva na muzičkom izrazu oblikovanom istorijskim, kulturnim, civilizacijskim, antropološkim, sociološkim, lingvističkim, tehnološkim kontekstom. U skladu sa tim, za razumevanje analize celokupnog muzičkog izraza, a u kontekstu predmeta rada, predlaže se koncept *sociolingvistika muzike*.

3. Sociolingvistika muzike

Sociolingvistika muzike, određena metodom kvalitativnog istraživanja, proučava povezanost popularne muzike i savremenog društva prateći dinamiku uzajamnih promena i prilagođavanja. Definiše svoju istraživačku poziciju sa stanovišta praktične umetnosti diskursa, sistema znakova, dijaloznog modusa, procesa obrade i prenosa informacija, faktora za izgradnju društvenog poretka i odnosa pojedinaca u društvu. Povezivanje apstraktnog i konkretnog (upotrebno) jezika, *sociolingvistika muzike* opravdava simboličkom komunikacijom koja utiče na stvaranje društveno uslovljenih modela i razumevanje simboličke kulture čini neodvojivim od društvenog konteksta u kojem nastaje.

3.1 Sociolingvistika muzike kao deo kritičke teorije

U okviru kvalitativnog istraživanja postoje četiri paradigme: pozitivizam, postpozitivizam, konstruktivizam i kritička teorija (Denzin & Lincoln, 2011:22). Pozitivizam se odnosi na već „prihvaćeno“ mišljenje o tome šta je dominantno u formalnom diskursu, dok postpozitivizam pokušava da pruži odgovore na kritike pozitivističkih teorija. Konstruktivizam je tradicionalni pristup vrednostima zamenio terminima bezvredan i autentičan, kroz razumevanje značenja jednog pojma u odnosu na drugi i uveo kritičku dimenziju radi transformacije društvenih značenja u praksi (Denzin & Lincoln, 2011; Ber, 2001; Milutinović, 2016).

Kritička teorija je u potrazi za prikazivanjem transformacija u društvu, produkcijom znanja koje je istovremeno istorijsko i strukturalno i prihvata ga u odnosu na stepen njegove istorijske verodostojnosti i mogućnosti da se u praksi prikaže kroz društveno prihvaćenu radnju (Denzin & Lincoln, 2011).

Sociolingvistika muzike, dakle, opravdava svoje postojanje u okviru kritičke teorije. Analitički pristup utemeljen je na četiri metodološka kriterijuma: **narativnom, (audio)vizuelnom, muzičkom i nemuzičkom.**

Kroz sva četiri nivoa upečatljiva je uloga slike i reči kao sitneze značenja. Shvatanje muzike kao praktičnog dela sistema komunikacije unutar savremene sociolingvistike koja se uklapa u teorijsko-metodološki okvir socijalne semiotike potvrđuje muziku, popularnu ili elitnu/umetničku, kao multimodalni sadržaj. Jer, sve što je zapisano, nasnimljeno, zabeleženo u formi koja je čitljiva, bez obzira na vreme i mesto nastanka jeste deo multimodalnosti: „tekst nikada nije pasivan i njegove funkcije se mogu razumeti samo visoko kontekstualizovanim pristupom“ (Филиповић, 2017:67). Mozaik dobijen analizom značenja narativa, vizuelnog, muzičkog i nemuzičkog jezika daje sliku ideje i mišljenja čija se osnova ne nalazi (samo) u načinu govora već u skupu društvenih veza koje određuju i mišljenje i govor (Daglas prema: Halliday, 1982:38).¹ Kao društvena struktura, jezik (religije, politike, umetnosti, svakodnevice) jednog naroda menja se u skladu sa zahtevima savremenog doba, a njegova delotvornost je u novim rečima prilagođenim novim idejama i ideologijama.

Kao deo kritičke teorije koji se uklapa u istraživačko metodološki okvir socijalne semiotike, a utemeljena na kvalitativnom istraživanju, sociolingvistika muzike potvrđuje se u kontekstu multimodalnosti. Osnova čitljivosti popularne muzike i njenih informacija kroz muzičko-kritički teorijski fokus pronalazi se u savremenoj mogućnosti vizuelizacije sadržaja (slike i zvuka i reči i pokreta). Semiotičke šematske strukture predstavljaju vezu vizuelnog sa auditivnim. Ovakav vizuelni jezik, pomirljivi prostor-kontekst između apstraktnog i racionalnog utiče na stvaranje sasvim novog jezika vizuelne komunikacije. U osnovi ovaj tip komunikacije kao glavne funkcije ima: idejnu, koja donosi predstave oko nas i između nas; interpersonalnu, koja odražava društvene veze i interakcije; tekstualno-organizacionu funkciju prema kojoj se pokazuje sposobnost organizacije i usklađivanja tekstova koji bi uticali na usmeravanje čitalaca po izdvajanju prioriteta i različitih tipova informacija (Kress & Theo Van Leeuwen, 2006:1). Ukoliko *tekst* prihvatimo kao skup znakova koji se uklapaju međusobno i odgovaraju datom kontekstu (Kress & Theo Van Leeuwen, 2006:41), muzika kao poseban značenjski skup postaje polje neiscrpnih tumačenja, nevezano za žanr, njen elitni ili popularni karakter. Muzika posreduje u ostvarivanju

¹ „la regulación (del pensamiento) no está en las formas del habla sino en le conjunto de relaciones humanas que generan el pensamiento y el habla“. Prevod koautorke rada, dr Mirjane Matović.

komunikacije, pomaže realizaciju veze između grupa koje je ostvaruju, utiče na uspostavljanje komunikacije između ciljnih grupa, podstiče komunikativne procese. Muzika jeste komunikacija, a njena uloga u realizaciji kontakata je dvoznačna. Interni ili značaj koji sledi unutrašnje procese prati se na nivou mikro povezivanja i promena kroz usklađivanje elemenata unutar muzičkog sadržaja ili dela koji utiču na njegovo oblikovanje. Eksterni značaj prati se na nivou ostvarivanja relacija u makro perspektivi povezujući muzički sa ostalim ponuđenim sadržajima (društvenim, kulturnim, političkim, istorijskim, ekonomskim). U svakom obliku praćenja muzika posreduje, a u zoni „realnosti“ komunikacija ne postoji bez medijacije (Thurlow, 2015:2).

Budući da je njena uloga podjednako važna kao posredna i kao neposredna, da njena upotreba pokriva široko polje funkcionalnosti, da su njena značenja prožeta značenjima svakodnevice i savremene komunikacije, popularna muzika zahteva mnogo više od isključivo specijalističkih pozicija posmatranja. Multimodalno postavljena i čitana iz različitih značenjskih perspektiva, tumačena u kontekstu savremene tehnologije razvoja i produkcije sa značajnom dimenzijom savremenosti ona se prepoznaje i potvrđuje kao složeni sistem umetničke proizvođačke komunikacije - kao *muzički sadržaj*.

4. Muzika i multimodalnost

Multimodalnost nije moderni fenomen. Multimodalne analize deo su antropoloških i socioloških studija i nesumnjivo su interdisciplinarne budući da je njihova povezanost sa studijama medija i kulture, sociolingvističkim i studijama diskursa očigledna (Ibid.)

U kontekstu multimodalnosti, čitanje muzike moguće je kroz njeno razumevanje kao složenog i višeslojnog muzičkog sadržaja. Izvođenjem u koncertnim dvoranama u kojima je angažovana (uglavnom) percepcija slušnog ili svojom prisutnošću na digitalnim platformama, muzika jednako od slušaoca traži angažovanost potvrđenu poznavanjem muzičkog i nemuzičkog jezika. Multimodalno čitanje muzike podrazumeva nivo savremene društveno-kulturne opismenjenosti. Ona se ogleda u poznavanju modernih oblika komunikacije (Fejsbuk, Tviter, Snepčet, Instagram) i njihovog potencijala, kao i izgrađenog muzičkog ukusa, usvojenih kompetencija, kritičkog stava. Savremena kulturna industrija i muzička produkcija osim što se služe celokupnim izražajnim potencijalom u kreiranju muzike, istu snagu koriste u posezanju za nemuzičkim izražajnim sredstvima u pojačavanju popularne

muzike i njenih predstava (Matović, 2015). Posledično tome, implementirani jezik, ikoničke predstave i fino iznijansirani muzički elementi čine celinu koja zaokružuje punoću doživljaja i nudi dubinu i zaokruženost, sa ishodištem zadiranja u druge sfere ljudskog delovanja. Ovakav pristup vodi ka bogaćenju izražajnih sredstava u savremenom muzičkom izrazu, istovremeno ga siromašeći u muzičkom, budući da razlaže suštinu same muzike na značaj njenih nemuzičkih delova. Razumevanja muzike kroz tumačenje njenog nemuzičkog sadržaja zahteva od modernog slušaoca potpuno novi aspekt opismenosti u kojem se otvara prostor za usvajanje potpuno novog jezika kao sistema značenja i komunikacije:



Ilustracija 1: Multimodalna perspektiva muzičkog sadržaja

Kao kombinacija reči, zvuka, značenja, popularna muzika se tumači kao kompleksno štivo. Pojavljuje se najpre kao slika čiji je zadatak da privuče pažnju. Kao udarni proizvod kulturne industrije, popularna muzika predstavlja se kroz reklamu i daje vizuelne predstave sa unapred određenom namerom (Barthes, 1977), najpre kroz sliku, a potom kroz druga dostupna sredstva. Suština slike može biti ideološka što joj je zapravo, osnovna funkcija. Njena značenja u vidu teksta usmerena su ka čitaocu koja on prihvata ili ne (Barthes 1977:40). Takav tekst, prema istom autoru (1977) ima tri poruke: lingvističku, kodiranu i nekodiranu. Isti princip analize simboličkog diskursa prisutan je u sociolingvistici muzike i imenuje se predloženim značenjskim kriterijumima: narativnim, (audio)vizuelnim, muzičkim, nemuzičkim.

Muzički sadržaj ostvaruje svoju funkciju u komunikaciji sa publikom. Njegova značenja određena su mehanizmima smislenog povezivanja koje podrazumeva savremena sociolingvistika, odnosno *sociolingvistika muzike*. Ona se koristi sredstvima koja su relevantna u čitanju značenja na svim komunikacijskim nivoima zbog čega je neophodno da publika kao krajnji konzument ispunjava uslove savremene muzičke i vizuelne opismenjenosti. U tom smislu su koncepti vizuelne gramatike i pismenosti primenljivi na *muzički sadržaj* i na sva njegova muzička i nemuzička značenja.

4.1 Primer iz prakse

U skladu sa predmetom rada, prikazan je primer popularnog muzičkog sadržaja koji nude Bijonse (Beyoncé Giselle Knowles-Carter / Beyoncé)² i Džej-Zi (Shawn Corey Carter / Jay-Z).³

Bijonse je američka pop, ritam i bluz pevačica, glumica čiji se uticaj na svetskoj muzičkoj sceni meri trenutnim četvrtim mestom najbogatijih izvođača (500 miliona dolara).⁴ Najbolji poslovni i lični poduhvat Bijonse je brak sa Džej-Zijem (930 miliona dolara) hip-hop izvođačem, producentom, multimilionerskim preduzetnikom iz sveta industrije zabave.⁵ Zajedničkom sumom od preko milijardu dolara, par je daleko ispred prvog rangiranog prema citiranom izvoru. Bijonse i Džej-Zi, zajedničkim

² Srpska transkripcija imena preuzeta sa <http://www.politika.rs/scc/clanak/255037/Vatrena-Bijonse-odusevila-Beograd> Pristupljeno 01.11.2018.

³ Srpska transkripcija imena preuzeta sa <http://www.politika.rs/sr/clanak/366876/Spektar/Ritam/Obama-otkrio-ko-su-mu-omiljeni-reperi> Pristupljeno 01.11.2018.

⁴ <https://www.celebritynetworth.com/richest-celebrities/singers/beyonce-knowles-net-worth/> Pristupljeno 30.10.2018.

⁵ Par se venčao 04.04.2008. Datum prati njihovu ličnu simboliku. <https://people.com/music/beyonce-jay-z-wedding-videos-photos-10th-anniversary/> Pristupljeno 01.11.2018.

radom u svojim produkcijskim kućama, nastupima, turnejama brišu granice muzičkih žanrova novim umetničko-izvođačkim zahtevima stvarajući moderne osnove savremene kulturne industrije.⁶

Društveno politička aktivnost zvezde ne dovodi se u pitanje zbog njene apsolutne moći, pa Bijonse često koristi priliku da stane na strane afroameričke populacije u SAD. Događaj iz Nju Orleansa 2015. godine kada policija ubija nenaoružanog afroamerikanca pokreće talas pobuna sunarodnika protiv (bele) policije. Bijonse se vrlo brzo aktivira i svim dostupnim i raspoloživim sredstvima svoje profesije staje na stranu pripadnika ugrožene grupe. Snima pesmu *Formation* čiji izraz snažno pojačava video spot prepun znakova i značenja.⁷ Društvena angažovanost pevačice i njenog supruga ne završavaju se na ovoj numeri, već se istom ideološom inercijom nastavljaju na svetsku turneju *On The Run II* (2018. godine).

4.2 Lingvistička poruka / Narativni kriterijum

U pesmi *Formation* pevani tekst govori o njoj, samouverenoj, nezavisnoj, jakoj mladoj ženi koja je ponosna na svoje poreklo (mama iz Luizijane, tata Alabame) čime naglašava porodičnu istoriju.⁸ Voli svoju bebu sa afro frizurom, svoj afro nos, voli kukuruzni hleb, dominira svojim bogatstvom i svetlocrnom kožom. Dobija i uzima sve što poželi, manipuliše i mukarcima jer ima novca. Ona je snažna žena. Koncept novca je utkan u celu pesmu i njena moć se provlači kroz novac. Skoro da slušalac zaključuje da je on ključni motiv, kada Bijonse u jednom stihu otkriva svoju osnovnu ideju: „Zaradila sam sav taj novac, ali mi nikada neće oduzeti moju zemlju“.⁹

4.3 Kodirana - ikonička poruka / Nemuzički kriterijum

Lingvistička poruka pokrivena je snažnim imidžom pevačice. Bijonse je globalna zvezda kojoj je sve dozvoljeno i koja u svom umetničkom izrazu ne prihvata ograničenja. Savršen izgled, nastup, tim, privatni život i sopstvena muzička produkcija dozvoljavaju joj da zanemari sve druge aspekte (ekonomski, socijalni, politički) i da postane nosilac ideje u koju veruje. Jasan kontekst ove pesme koja je i

⁶ <https://youtu.be/7u7coPxNiTk> Pristupljeno 01.11.2018.

⁷ Stranica https://youtu.be/WDZJPV_bQ objavljena 9.12.2016. Do trenutka pristupa, 21.02.2018., registrovano je 104.454.800 prikaza.

⁸ <https://www.washingtonpost.com/video/entertainment/beyonces-formation-music-video-annotated/>

⁹ Earned all this money but they never take the country out me.

nastala kao umetnička reakcija na društveno-političku situaciju u Americi, prikriven je njenim snažnim imidžom. Bijonse to svesno koristi, kombinuje sa ličnim političkim stavom praveći vizuelnu buntovnu predstavu. U spotu se pojavljuju koncepti koji govore umesto teksta pesme: potopljeni policijski auto, poplavljene kuće, južnjačka arhitektura enterijera, afro frizure igračica. Najsnažniji koncept je odvojeno prikazivanje afroamerikanaca od belaca. U fokusu su policajci belci, naoružani naspram kojih stoji grupa afroamerikanaca predvođena pevačicom. Znak bunta, ali njene snage i moći na strani svoga naroda, Bijonse izražava podignutim srednjim prstima obe ruke.

4.4 Nekodirana – stvarna poruka / Vizuelni kriterijum

Na samom početku dato je upozorenje: parental advisory, explicit lyrics. Vizuelni sadržaj nije ocenjen kao eksplicitan iako Bijonse ima izrazit dekolte, pokazuje srednji prst. Jasne poruke su fotografija Martina Lutera Kinga na naslovnoj strani dnevnog lista *The Truth* na kojoj je napisano *More Than a Dreamer*. Najsnažnija poruka je na samom kraju, jednostavan grafit: *Stop shooting us*, dok u pozadini ide vokal koji se poklapa sa njegovim pojavljivanjem: *And I say*.

Svaka od ove tri poruke prepoznata kroz tri kriterijuma sociolingvistike muzike ima dvostruko značenje: jedno kada se posmatra samostalno, a potpuno drugačije kada se posmatra u ukupnom kontekstu koji se kao dovršen proizvod nudi publici. Kao takav, složeni koncept popularnog koji kombinuje sva tri značenjska nivoa sa konkretnim društveno političkim kontekstom jeste *muzički sadržaj*.

Bartov analitički model je primenljiv na manjim formama, u ovom slučaju pesmi kao audio vizuelnoj predstavi, jer dozvoljava paralelno čitanje različitih nivoa izražavanja i komunikacije. Kada je reč o muzičkom koncertu u režiji i produkciji Bijonse i Džej-Zija, slušalac i posmatrač se suočava sa višedimenzionalnom popularnom formom koja je rezultat mešanja različitih umetničkih jezika (teatar, film, muzika, ples). Krajnji oblik je u potpunosti nadrealističan s jedne strane, ali i dovoljno razumljiv i konkretan sa druge. Neposredno oblikujući pevački stil Bijonse u kojem se muzika i njeni delovi svode na minimum ustupajući sve više mesto rečitativnim delovima (repovanju) i električnim muzičkim rešenjima, Džej-zi postaje prepoznatljiv i u pop sferi. Snaga dvoje izvođača koja se krije iza njihovih imena je muzička **kodirana poruka** potvrđena **nemuzičkim kriterijumom**.

Najnovija zajednička turneja pod nazivom *On the Run II* je njihova lična priča. Budući da im je jedan od lajtmotiva u scenariju i beg od autoriteta (kroz imidž Boni i

Klajd u pesmi *O3 Bonnie & Clyde*), on se provlači i kroz koncept njihovog nastupa u kojem je, kao i u *Formation*, policija na jednoj, a par na drugoj strani.¹⁰ U formi akcionog filma *On The Run II* je neophodno pažljivo pratiti kako se ne bi izgubila nit scenarija u kojem je muzika sredstvo za iznošenje stavova i kritiku vrednosti modernog društva. Moderni muzički blokbaster u formi nadrealnog teatra ipak, tipično holivudski nudi srećan kraj – kao najsnažniju poruku savremene muzičke industrije Zapada.¹¹

On The Run II prožeta je i rasnim insinucijama koje kao poruka u pozadini sve vreme podsećaju prisutne da je taj problem globalnih razmera.¹² Oštra kritika bogatih i uticajnih pojedinaca afroamerikanaca koji okreću leđa svojoj zajednici upućena je numerom *The Story Of O.J.* Potvrđena **narativnim kriterijumom**, jednostavno i prefinjeno sublimisana **lingvistička poruka** pogađa suštinu odnosa afroamerikanaca (u SAD): „Ou Džej kao, 'ja nisam crn, ja sam Ou Džej' ...Okej“.¹³

Nekodiranom porukom ističe se feministička pozicija i iskorak ka problemima rodne (ne)ravnopravnosti. Bez muzike, glas naratora čita tekst koji ide na ogromnim ekranima kao vizuelnoj podlozi. Bijonse ovim koristi priliku da kod žena osvesti snagu i nezavisnost:

...Mi kažemo devojkama: možete imati ambiciju, ali ne preveliku. Trebalo bi da želite uspeh, ali ne previše. U suprotnom, ugrozićete muškarce. Vaspitavamo devojčice da budu konkurencija jedna drugoj, ne u poslu ili zaslugama, već u privlačenju pažnje muškarca.¹⁴

Na kraju teksta krupnim slovima u stop kadru piše: FEMINISTKINJA.¹⁵

Prema kriterijumu tumačenja sociolingvistike muzike ovaj nivo značenja je **(audio)vizuelni**.

Bijonse je svojim nastupom sažela sve modalitete muzičkog sadržaja i ostvarila razvojni smisao i značenje ponudivši kontekst čije je prihvatanje potpuno jer je

¹⁰ <https://youtu.be/YIBMi0JDWSM> Pristupljeno 01.11.2018.

¹¹ <https://www.rollingstone.com/music/music-live-reviews/beyonce-jay-z-stand-united-at-epic-on-the-run-ii-tour-kickoff-629550/> Pristupljeno 01.11.2018.

¹² <https://www.grammy.com/grammys/awards/60th-annual-grammy-awards> Pristupljeno 30.10.2018.

¹³ „O.J. like, 'I'm not black, I'm O.J.'...OK“ <https://genius.com/Jay-z-the-story-of-oj-lyrics> Pristupljeno 01.11.2018.

¹⁴ „...We say to girls: you can have ambition but not too much. You should aim to be succesfull but not too succesfull. Otherwise you will threaten the man. We raise girls to see each other as a competitors not for jobs or accomplishments but for attention of men.“ Privatni video snimak načinjen 06.07.2018. na koncertu u okviru svetske turneje Bijonse i Džej-Zija u Milanu.

¹⁵ FEMINIST. Privatni video snimak načinjen 06.07.2018. na koncertu u okviru svetske turneje Bijonse i Džej-Zija u Milanu.

inherentno subjektu i njegovom celovitom i jedinstvenom doživljaju i razumevanju (Lazić, 2013).

Formation je mikro element koji čini deo savremene makro popularne muzičke forme u okviru *On The Run II*. Oba oblika je legitimno označiti i analizirati kao mikro/makro *muzički sadržaj*. Ovakva perspektiva popularnoj muzici omogućava novu dimenziju tumačenja – kao fotografije, svedoka informacije i značenja u konkretnom prostoru i vremenu. Vizuelna, muzička, nemuzička i težina narativa tek zajedno imaju smisao. Komplementarno čitanje popularne muzike kroz matriks Bartove analize reklame usklađujući ga sa jezikom savremene muzičke analize prema kriterijumima sociolingvistike muzike, čini da se složeni popularni muzički oblik razume kao rezultat zahteva savremene kulturne industrije. Od Bitlsa još, popularna muzika napušta jednodimenzionalnost u kreativnom postupku i podstiče priče, akcije, konstruiše ideologije koje koristi kao umetnički podtekst. Stvara sopstvene kriterijume oblikujući svoj svet značenja i razumevanja kao poseban kulturni model.

Analizirani primeri su, dakle, lingvistički prevodivi i funkcionišu prema pravilima vizuelne gramatike u kojoj je fokus na povezivanju svih ponuđenih značenja kao pravila predstava unutar posebne kulture stvorene slobodnom kombinacijom elemenata i simbola, neodvojive od verbalne komunikacije i razumljive u datom kontekstu. Za tumačenje i razumevanje takvog jednog *složenog sadržaja* kao multimodalnog teksta neophodna je vizuelna opismenjenost publike. Savremeni slušalac ima sve neophodne karatekristike koje potvrđuju njegovu vizuelnu opismenjenost, odnosno „razumevanje i procenjivanje sadržaja, estetske i etičke vrednosti vizuelno posredovanog materijala“ (Zindović-Vukadinović, 1994:93). Disperzivnom pažnjom, on prihvata *muzički sadržaj* tako što uzima sve informacije koje ga privuku, prerađuje ih i zadržava samo ono što mu je neophodno u daljoj komunikaciji sa savremenom muzikom.

5. Zaključak

Potvrđujući svoja tumačenja u kontekstu kritičke teorije, popularna muzika danas pomera granice jednostavne upotrebe i razumevanja kroz isključivo muzičku perspektivu. Kao kombinacija zvuka, slike, reči i značenja savremena popularna muzika postaje kompleksno ostvarenje koje se sagledava kao *muzički sadržaj* i tako nadilazi tumačenja savremene muzike kao popularnog teksta. Radi se o spektakularno oblikovanim porukama koje stimulišu emocionalno i afektivno u

čoveku, omogućavajući percepciju materijala u svakom trenutku, pa i u časovima odmora i dokolice. Prilagođavajući se promenama društvenog sistema znanja i značenja popularna muzika kao *sadržaj* postaje specifičan *kulturni model* različito kreiran na osnovi sistema vrednosti zajednice i podneblja.

Savremenu popularnu muziku, odnosno *muzički sadržaj*, trebalo bi prihvatiti i kao oblik koji se razvija u skladu sa zahtevima modrene svetske kulturne industrije. Budući da je njegov osnovni fokus na vizuelnom usvajanju informacija, dostupan je publici koja je prihvatila pravila savremene vizuelne gramatike i stekla zadovoljavajući nivo vizuelne opismenjenosti. *Muzički sadržaj* je legitiman u okviru kritičke teorije u kojem se *sociolingvistika muzike* pojavljuje kao analitički mehanizam sa jasnim fokusom usmerenim ka relevantnim značenjskim elemenatima. Tako posmatrana, savremena popularna muzika se potvrđuje u perspektivi multimodalnosti kao jedinstvena, dostupna, sveprisutna informacija čije je razumevanje uslovljeno kontekstom u kojem je nastala i situacijom u okviru koje se tumači.

Literatura

- Barthes, R. (1977). The rhetoric of the image. In: R. Barthes (ed.), *Image Music Text*. Essays selected and translated by Stephen Heath. (pp.32-51). London: Fontana Press.
- Ber, V. (2001). *Uvod u socijalni konstrukcionizam*. Beograd: Zepter Book World.
- Denzin, K., & Lincoln, Y.S. (Eds. 2011). *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage: 105-117.
- Doolittle, P.E., & Hicks, D. (2003). Constructivism as a Theoretical Foundation for the Use of Technology in Social Studies. *Theory and Research in Social Education*, 31 (1), 71-103. doi: 10.1080/00933104.2003.10473216
- Filipović, J. (2009). *Moć reči; ogledi iz kritičke sociolingvistike*. Beograd: Andrejević.
- Filipović, J. (2017). Virtualno i multimodalno čitanje Rečnika tehnologije. *Heptadekagon. Rečnik tehnologije kao anti-utopija (pro et contra)*. Beograd: Institut za evropske studije.
- Fisk, Dž. (2001). *Populrna kultura*. Beograd: Clio.
- Hajdeger, M. (1982). *Mišljenje i pevanje*. Beograd: Nolit.
- Halliday, M.A.K. (1982). *El lenguaje como semiótica social: La interpretación social del lenguaje y del significad*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

- Hudson, R.A. (2001). *Sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kloskovska, A. (2005). *Sociologija kulture*. Beograd: Čigoja.
- Kress, G., & T. van Leeuwen (2006). *Reading images. The grammar of visual design*. London: Routledge.
- Kymlicka, W. & Patten, A. (2003). *Language Rights and Political Theory*. Oxford University Press
- Lazić, S. (2013). Televizijski obrazovni program u doživotnom učenju. *Pedagoška stvarnost*, 59 (2), 290-304.
- Matović, M. (2015). Kulturna industrija i popularni kapital, *Anali Filološkog fakulteta*, 27 (1), 241-260.
- Milutinović, J. (2016). *Socijalni i kritički konstruktivizam u obrazovanju*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Mušanović, M. (1996). Postmoderne epistemologije pedagogije. U: Vrgoč, H. (ur.), *Pedagogija i hrvatsko školstvo*. str. 98-107. Zagreb: Hrvatski pedagoško-književni zbor.
- Oljača, M. (1998). Fenomenološke osnove pedagogije. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu XXVI*. str. 133-137. Novi Sad. Filozofski fakultet u Novom Sadu.
- Schwandt, T. (2007). *The SAGE Dictionary of Qualitative Inquiry* (3rd edition). London: SAGE Publications.
- Stojnov, D. (2001). Konstruktivistički pogled na svet: Predstavljanje jedne paradigme. *Psihologija*, 34 (1-2), 9-48.
- Ševkušić, S. (2006). Osnovne metodološke postavke kvalitativnih istraživanja. *Zbornik instituta za pedagoška istraživanja*, 38 (2), 299-316.
- Thurlow, C. (2015). Multimodality, materiality and everyday textualities: The sensuous stuff of status, In: G. Rippl (ed.), *Handbook of intermediality: literature – image – sound – music*. pp. 619-636. Berlin. De Gruyter.
- Zindović-Vukadinović, G. (1994) *Vizuelni jezik medija – značenje i razumevanje*. Beograd. Institut za pedagoška istraživanja

Summary

MULTIMODAL READING OF MUSIC

As a dimension of an overall experience, the contemporary popular music offers a space for dynamic realization of the interaction of different media. As a multilayered and complex concept that evolves continually, popular music needs a recognizable matrix for the analysis of its meaning. The aim of this paper is to set a concept of sociolinguistics of music as a means of reading through popular content, within the frame of the critical theory with particular emphasis on its multimodal justification. The focus of the research is multimodality genesis, as well as understanding and interpretation of sociolinguistics of music through the analysis of the artist's social engagement. By equalizing the importance of the narrative, (audiovisual) visual, musical, and non-musical level of meaning in the popular contemporary music, the analysis goes beyond the known concept of popular text. With the possibility of being interpreted by the means of sociolinguistics of music and viewed through the perspective of multimodality, the contemporary music becomes a complex content. Readable as a language in the context of modern communication, the contemporary music is translatable by the mechanisms of visual literacy and grammar, thus being affirmed and developed as a complex product of the modern cultural industry.

Keywords: musical content, sociolinguistics of music, multimodality, visual grammar, visual literacy.