

028.02

Александар Ћуковић¹
Универзитет Црне Горе
Факултет политичких наука
Подгорица

СМРТ ЧИТАОЦА?

Анстракт: Овај рад представља покушај сагледавања кризе у коју је запала култура читања у савременом добу, са посебним освртом на смрт читаоца, уз указивање на одређене аспекте који су њени могући узроци и рефлексије. Рад покушава указати на појаву „имитатора“ који је замијенио „истинског читаоца“, као и на одређене ситуације и услове који су тој појави погодвали.

Кључне ријечи: *смрт читаоца, купац, имитатор, култура читања, смрт аутора*

Чини се да смрт књиге у папирном облику, дакле смрт штампе и Гутембергове ере, а са њом и свих оних ситних књижевничких радости које носе мирис хартије и лијепо урађених корица, па и немоћ књиге да мијења свијет као раније, толико не престрављују самог писца колико смрт читаоца. Ни биолошка смрт, на коју је већина великана од пера с презрењем знала гледати не може толико успаничити писца, као тренутак у коме он са пустог острва посматра давлeње сопствене публике (ма била она само и потенцијална).

Сви они који се данас баве књигом, макар и површно (колико год то нестручно и рогобатно звучало), могу се подијелити у два по снази прилично равноправна табора. Један је онај који гласно брани тезу да данас сви пишу, а слабо ко чита; док други заузима став да је одувијек било тако, те да се број истинских читалаца, правих познавалаца књижевности никада није ни повећавао, нити смањивао, већ да је увијек био у извијесној константи, резервисан за оне малобројне. Уз уважавање оба гледишта, која по свој прилици могу бити тумачена као „општа истина“ која је наизглед лако доказива, од неизмјерне је важности констатовати да је читање уопште, односно култура читања, данас скрајнута са мјеста које би јој по правилу морало бити загарантовано. У времну у ком живимо истински читалац више није у жижи интересовања. Рекли би да се тренутно изгубио, да можда ишчекује погодан тренутак да однекуд ускочи,

¹ cukovicaaleksandar@yahoo.com

али се и та илузија брзо распршила када је његову ролу преузео обичан имитатор који, стварајући илузију читања, умирује вањштину и поручује јој да се не брине и не размишља. Више је који су прецизно импортовани у тај механизам који нипошто не треба схватати као неку теорију завјере, већ као систем који је једноставно породило самог имитатора.

Без свих тих фактора, којима ћемо се надаље нешто детаљније позабавити, имитатор не би могао замијенити читаоца.

Кренимо, наизглед, од последице: писац без публике не постоји. Смрћу читаоца писац је осуђен на мучан нестанак, уз много патње и понижења. Сво ово данашње додворавање читаоцу само свједочи о томе како се са неког од књижевних брда већ назире филмска појава смрти, која безглаво галопира остављајући за собом бљутаве мисли, сијући пустош бестселера, идентичних топ листа и пошаста у виду оних „свих који пишу“ ни за кога, а ти „сви“ (www.onogost.me, 2.6.2016) множе се из часа у час. Интересантно примјећује проф. др Жарко Паић када каже да „осим неколико прекретних аутора, све друго је 'игра стаклених перли', естетски погон једне индустрије фикције која је потребна савременом читаоцу онолико колико турске мелодраматске сапунице и америчке серије о патолошком криминалу нарцистичкога друштва спектакла. Не треба ништа заустављати. Нека сватко мисли својом главом и пише против себе! Сви данас пишу, а мало њих мисли.“ (Ћуковић, 2015:208)

Теза да је данас више „писаца“ него истинских читалаца, изгледа истинито. Свака промискуитетна особа нашла је за умијесно да распростре пред друштво поуке из сопствене ризнице. Али, оно што плаши јесу подаци који указују да је читаност такве продукције огромна, иако то није никаква новост. Најопштије говорећи о култури читања ми не можемо игнорисати ни такву продукцију јер је она реалност (и увијек је била), али се можемо запитати зашто се неки здравији однос између такве врсте читања и „истинског читања“², које му је, условно, у најмању руку супротстављено, благо

² Разлика између „читања“ и „истинског читања“ можда би се најсликовитије могла објаснити једном мишљу Реја Бредберија из „Фаренхајта 451“, гдје се дословце каже: „Разлика између човјека који само коси траву и правог баштована, управо је у том додиру. Оног што коси траву готово да и није било; баштован у том врту остаје заувјек“ (Бредбери, 2015: 163). Нашем поимању „истинског читања“, најближи је свакако примјер баштована. Такође, важно је одбацити сваку врсту фетишистичког односа према књигама, у конкретном случају ону врсту читања у којој, како Пруст примјећује,

речено деформисао. Одговор свакако лежи, уз уважавање свих оних свакодневних изговора и оправдања, у поремећеном систему вриједности. Кажу „књига је скупа“, али опет прода се пет и више издања неког тривијалног штива, а Достојевски се дијели уз купљену књигу или по некој више него приступачној цијени. Кажу „савремено доба уствари одвлачи људе од књиге“. Опет се вратимо истом примјеру: робијаш, политичар, старлета... и поставимо питање - од какве књиге? Или, пак, кажу „савремене технологије су уништиле књигу“, или „угрожен је институт слободног времена“... За каква читања слободно вријеме није препрека? За каква читања интернет није препрека, већ благодет? Зашто не поставимо сљедеће питање: „У реду, ако су услови исти и за 'једно' и за 'друго' читање, у чему је онда ствар?“ Или можда нијесу?

Проблем свакако чучи у вриједностима које се баштине, односно у поремећају система вриједности. Ни они који би требали радити на његовању и промоцији културе читања то не чине или у најмању руку бар не искрено. Све те њихове кампање за промоцију читања своде се на пројекте који, рекли би, имају контра ефекат или су устројени тако да не производе ама баш никакав ефекат, сем рекламног. Неки најекстремнији видови сличних, а све учесталијих кампања те врсте, заправо вријеђају праве читаоце и оне који се баве културом читања.

Изузеци не би требало да нас претјерано занимају јер у овој области немају моћ да суштински произведу ефекат, као ни лако и гордо јуришање у одбрану општих ствари, распрострањеног мишљења и ставова који су се одомаћили попут неког од природних закона. Општеприхваћено мишљење, најшире заступљено, најлакше је и бранити (не и одбранили), баш због недостатка страха од критике, од другости, од туђег мишљења. Стога, када су у питању читање и читалац, најлакше је рећи да је увијек владала слична ситуација: мало је истинских читалаца, мало истинских писаца. У наведеном нема ничег спорног, осим тог духа који истом тезом уједно поручује да је ријеч о ствари о којој не треба размишљати јер

учен човјек чита ради читања, да би упамтио прочитано, „накрцава се њиховим нетакнутим обликом (мисли се на књиге – прим.аут.), уместо да оне за њега буду усвојив елемент, начело живота, а не тек страно тело, начело смрти“ (Пруст, Марсел, 2011: 36-37); он не умије изаћи бољи из сусрета са књигом, није способан промишљати је на некој новој, неоткривеној равни, бити креативан, богатији. Такав читалац дискурсу не читава нови смисао, није способан за то, већ га само штуро складишти и барата информацијама.

је она таква по себи, да од ње треба једноставно дићи руке јер је сваки другачији потез скуп и неразуман. Оно што додатно брине и што нам се данас јавља све јасније и слободније јесте и та тиха, али неумитна „хајка“ против читаоца и читања, ма како и на ком нивоу га ми дефинисали. Овдје је, у суштини, а ваља поновити, ријеч о читању и читаоцу као најширем могућем појму, најшире схваћеној културолошкој или пак социолошкој категорији.

Цивилизација која почива на читању почела је сасвим чудно (иако не неочекивано) да се односи према феномену читања, односно читаоца. И сами кораци које она наводно предузима за „заштиту и промоцију“ читања, у очима иоле пристojне (не образоване, начитане, културне, или ма какве друге) особе, изгледају само као сукцесивни процес легитимизације читавог система који је читање поставио на саму маргину.

Када смо већ код тога, интересантно је на које се све начине довијају наводни „промотери читања“. На примјер, румунски град Клуж, у Трансилванији, први је према писању медија у свијету прије пар година омогућио бесплатан градски превоз путницима који читају књигу у аутобусу, а на иницијативу Виктора Мирона, активисте чија је намјера била да подстакне људе да више читају књиге док се возе у јавном превозу. Мирон се залагао и за друге кампање у којима је промовисао читање, а једна од њих јесте и пројекат „Bookface“, који подразумијева да сви људи који као профилне фотографије на Фејсбуку имају књиге, добијају попусте у књижарама. Ово прије сличи добро осмишљеном пројекту колективне и јавне симулације читања, него ли кампањи која би заиста поспијешила и афирмисала исто. Полазишна грешка јесте, наравно, у самој мотивацији. Не изгледа да је примарна књига, већ аутобуска или трамвајска карта. Креатори оваквих кампања морају имати на уму да књига, односно читалац, мора бити референтно тијело.

Слично тој иницијативи, у Белгији су умјесто популарних покемона јурили књиге! Инспирирана игрицом „Pokemon Go“, директорка једне белгијске основне школе развила је игрицу у којој учесници умјесто за цртаним монструмима, трагају за књигама. Док су ловци на покемоне користили GPS и камеру мобилног телефона, Авелин Грегوار је смислила игрицу за коју је потребно приступити групи на Фејсбуку „Књиголовци“ (Chasseurs de livres). Када играч прочита књигу, „ослобађа“ је и враћа у свијет, слика је и ту слику поставља у групи на Фејсбуку, наговјештавајући мјесто на ком је књига скривена. Ни на овом примјеру не изгледа да је цивилизацијска суштина књиге примарна, већ да се до ње долази (читај за њу

се занима) преко друштвене мреже Фејсбук, уз инспирацију игрицом која је преплављивала свијет.

Такође, у низу сличних примјера који су само посланица медијима, али не и онима којима су наводно примарно намијењени, као дио кампање за подстицање читања, широм Лондона је 2014. године постављено 50 клупа, специјално дизајнираних у стилу популарних дјечјих романа чија радња има везе са тим градом. Посјетиоци су могли да их пронађу пратећи серију трагова које имају везе са писањем, писцима и књигама. Између осталих, на клупама су се могли видјети меда Паддингтон, Шерлок Холмс, Мери Попинс и Џејмс Бонд (Обратити пажњу на избор). Клупе у оквиру кампање „Books about Town“ коју су покренуле двије хуманитарне организације и Национални фонд за писменост могле су се наћи у Блумсберију, Гриничу, Риверсајду и Ситију до средине септембра те године, када су продате на аукцији, након које је сав новац од продаје употребљен за борбу против неписмености.

Код нас, у државама бивше СФРЈ, промоција читања схвата се и покушава се спроводити углавном по оној наслијеђеној матрици: доводе се писци да гостују у школама, организују се јавни часови, чита се поезија, издавачи поклањају књиге библиотекама сеоских школа, приређују се сајмови, све се то лијепо упакује у занимљиве слогане „Црна Гора чита“, „Читање је прича за сваки дан“, „Десет дана без екрана“, „Лектира на другачији начин“, „Читај ми!“, „Година читаоца“... а једна сплитска музичка група је чак снимила пјесму и спот „Рижото с плодовима књига“ (по наруџби градске књижнице „Марко Марулић“). Међутим, ни у једном од наведених примјера читалац се суштински не ставља у први план. И колико год он на овај краткорочан, кампањашки начин био истуран у први план, увијек ће пред њим макар за корак бити установа, издавач, маркетинг, аутор, конгломерат, а понајприје купац.

Основна теза која говори о смрти читаоца јесте рођење купца. У савременом свијету и тренутној констелацији односа, читалац је умро прије аутора у сваком смислу и више никакво рођење неће бити могуће. О реанимацији - након проналаска модалитета за препород (зашто не и рођење?) система вриједности.

Да би текст био довршен, читалац мора да га настави, а писац да му се поскрајне. Међутим, данас се догодило супротно. Жеља индустрије, корпорације, јесте да аутор не умре јер је потребан као бренд, као заштитни знак, као реклама, као лакмус папир за даља стремљења корпорације... Конгломерат се ни ту не зауставља, већ граби корак даље и одлучује се најприје усмртити читаоца!

Ипак, кренимо редом. Да ли је могуће да се у свакој књижари одреда појави идентична топ листа најчитанијих и најпопуларнијих дјела за одређени временски период, понајвише за мјесец или годину? Ко себи даје за право, да сервира та дјела и тим чином каналише будућност само оној једној страни? Условно речено *дјела*, јер корпус књижевности и теорија културе познају исправнији термин, у смислу прецизности и за наш осврт прихватљивији, а то је шунд.

Поставља се питање одакле нама та топ листа, коју читалац ових редова најприје мора схватити као персонификацију система (без)вриједности који је управо изграђен и који треба по сваку цијену одржати? Ко ју је саставио, ако нијесу читаоци, писци, критичари, ако нијесу књижевници, или пак људи који са књижевношћу другују у правом смислу те ријечи, дакле на неексплоататорском подијуму, изражавајући своју слободну вољу засновану на неком елементарном искуству? Под елементарним искуством мислимо на многоструки губитак невиности у читалачком смислу. Саставља је издавач. Онај који се изборио на тржишту и који покушава да оствари монопол над највећом некритичком масом, која себе назива читаоцима, а уствари су у питању само имитатори.

Овдје укратко треба елаборирати разлику између читаоца и купца. Да би је упростили свешћемо је на разликовање по боји! Читалац разликује црно и бијело, а надарен је да разумије све оне размаке, хоризонтално и вертикално згуснуте на платну умјетности. Купац је читалац који не жели дјело и који му није способан учитати нови смисао. Он је приврженији аутору него дјелу и то због увјерења да аутор неће изневјерити његова давно формирана „очекивања“, што би уједно била једна од кључних дистинкција између читаоца и купца. Купац царује у потрошачком друштву. Он је мали бог, немоћан ни да буде први у селу, а немоли други у Риму.

Књижевник Слободан Владушић примјећује следеће: „Допадљивост шопинга проистиче из чињенице да такозвани мали човјек осјећа да је у праву само као купац. И никако другачије. То значи да постоји један прећутни друштвени уговор да једино као купци добијамо третман који више не добијамо као људи или грађани: а то је моћ да о нечему одлучујемо. Као купци смо увијек у праву, док у другим улогама никада нисмо у праву. Дакле, шопинг служи за одржавање илузије о нашем властитом достојанству, о томе да имамо неку моћ одлучивања, коју више немамо као грађани. То је оно што је на неки начин, истовремено и смијешно и трагично: то што шопинг више нема никакве везе са куповином робе, већ са осјећањем

признатости. Чини ми се да је то осјећање које данашњег човјека претвара у потрошача. Ја, наравно, нисам човјек који проповиједа да нико ништа не купује, али бих волио да шопинг поново постане куповина, што значи да човјек шопингом не компензује своју грађанску и националну нијемост“ (Ћуковић, 2015: 64). Овакав Владушићев став помаже нам да терминолошки боље одредимо и то да је смрћу читаоца рођен, можда не баш купац, већ „онај који шопингује“ или, по њему, „потрошач“.

Такође, ако би још даље пошли у терминолошком одређивању и били баш загрижени да га прецизније окарактеришемо, корисно би било споменути текст „Читачи против читалаца“ (www.jezikofil.rs, 1.6.2016) др Марине Николић која примјећује да је читач, како неки лингвисти наглашавају, „неуобичајена ријеч у српском језичком стандарду“, осим у значењу апарата за читање, те да се њено значење везује превасходно за технички уређај којим се нешто читава. Она додаје: „Читач може означавати и човјека, па у *Хазарском речнику* постоји читач снова, а 'Читач' је преведени назив популарне књиге Бернарда Шлинка. У оба случаја, особа читач је у функцији средства, медијума, који преноси информацију, тумачи нечије снове, односно чита текст другој, неписменој особи. За особу која погоди шта је другоме на уму, може се рећи да је читач мисли. Данило Киш у 'Часу анатомије' говори о читачу и о читаоцу, а они ту имају различита значења, први је конзумент, а други је, како писац каже, 'сјенка писца'. Иако рјечници српског језика читача и читаоца тумаче једним дијелом значења као синонине, мали је број забиљежених примјера такве употребе. (...) Читалац несумњиво означава особу која чита, али се неки лингвисти залажу за читача умјесто читаоца, тврдећи да су 'читаоци увијек читаоци »нечега«: Политике, романа...' У прилог оваквом мишљењу иде и рјечничка дефиниција у рјечницима Матице српске да је читалац 'онај који чита књиге, новине и др. текстове', чак и поред тога што дати примјери употребе уопште такву нужну колокацију не подразумевају.“

Дакле, рекло би се, да је на читаоцу да одабере термин који би му највише одговарао за појам који описујемо, као и да има у виду то да се више термина који ће се рабити у остатку текста недвосмислено односе на „оно право“.

Сљедствено томе, намеће се и сасвим логично питање шта је чему узрок - да ли је прво умро читалац, па се родио купац, или је прво рођен купац, па је преминуо читалац?

Проблем се продубљује када писац, у покушају да одложи сопствену смрт, што је само једна етапа (почетна) у додворавању

ономе који шопингује, настоји истовремено да унапријеђује и усавршава саме технике додворавања. То, ипак, не чини сасвим својевољно, већ уз све оне конклюдентне радње са издавачем, маркетинг менаџерима, медијима и читавим конгломератом који и нема нарочито развијену свијест о сржи умјетности. Под њиховим притиском, бира тему, наслов, стил и сву ону плиткост јер комерцијализам диктира циљну групу – масу. По укусу масе формира се и „дебљина“ књиге. Ту нема оног истинског одсуства аутора. Просјечан читалац, а по Кишу је сваки читалац просјечан, све се теже хвата у коштац са метарским томовима! Тако он „бира“ и језик, што је само илузија избора, јер је и језик унапријед „одабран“.

Није проблем прихватити да је језик онај који говори, а не аутор, али је проблем што се управо тим језиком убија читалац, умјесто да му се гради простор. Тако језик постаје средство, таман као и аутор, у рукама машинерије која успоставља нова правила по којима ваља играти. Шта тиме постижемо? Најсажетије речено, долазимо до онога што Ратко Божовић назива „усахлом креативношћу“ истичући да без потребе прекорачења наметнутог начина понашања, без напуштања свеprisутног морања – нема ништа од слободног живљења и креативне самопотврде (Божовић, 2009: 76). Све критеријуме унијете споља стваралаштво одбацује попут страног тијела, не трпи. Истинско стваралаштво се беспштедно разрачунава са њима. Бесконфликтан начин постојања (сушта супротност креативности) до ког снажно држи писац који жели опстати, своју пасивност неумитно преноси на читаоца, односно купца (да не ређамо све оне изразе претходно побројане).

У прилог наведеном, јавља се још једна термилошка одредница, која овог пута понајбоље описује писца из претходних редака, а у питању је оно што књижевни критичар Радоје Фемић назива „припејд ствараоцем“ (www.novipolis.rs, 10.11.2016), који својим дјелањем унапријед „плаћа“ услугу, а услуга је саставни дио потрошачког друштва.

Павле Миленковић у том смислу каже, а важно га је у цјелости пренијети: „Кич се не може побиједити тако што ће бити скупљи, јер ће увијек бити јевтин, најприје у естетском смислу: служи се површном заводљивошћу – слadak је. Кич не мами садржајем већ спољашњошћу, он је сав у глазури. Њега је, нажалост, немогуће потиснути ни састављањем конкурентске „топ листе“ која изискује активније емоционално и мисаоно учествовање у умјетничком дјелу, будући да просјечни конзумент 'умјетности', као и умјетности нема времена, а врло често ни претходне припреме за активни однос према

дјелима која сежу даље од кичасте презентације. То не значи да је кич по дефиницији лош. Понекад (мада све рјеђе) он може бити мамац који буди жељу за интензивнијим и аутентичнијим доживљајем догађаја умјетничког дјела, до чега се доспијева тек испод крхке глазури коју нуди кич. Но већини је, на жалост, ова танка шећерна глазура довољна. За све што је испод површине, интересовање престаје. Један од одговора може бити адекватна културна политика, која обликује тржиште културним добрима у складу са циљевима и вриједностима подизања квалитета културне потрошње, умјесто повећања његовог квантитета. Образовање и образовни систем свакако могу имати значајну улогу у формирању сензибилитета за дјела умјетности, као и за критички однос према кичу. Но, у сиромашним друштвима као што је наше, то може бити не само изазован, већ и неостварив задатак.“ (Ћуковић, 2015: 157-158)

Миленковић, како се види, истиче „припрему за активни однос према дјелима“, спомиње „пробијање глазури“, „адекватну културну политику“, „образовни систем“, да би се на самом крају лагано оградио синтагмом „неостварив задатак“. Новоуспостављени врједносни систем који диктира потрошачка ера константно спутава „припрему“ коју он помиње, упућујући само на глазуру чије пробијање Миленковић тражи. И не само да систем перфидно упућује на саму глазуру, он је истовремено и јача. Културна политика и образовни систем не само у сиромашних народа, већ чини се свуда, устројени су на начин да ни учвршћивање глазури није потребно – они су једноставно слабашни да изврше не само пробијање, већ и стварање слике о битисању ичега „испод“, што је, колико год парадоксално звучало, ствар навикавања, односно „вјежбе“. Према Ноаму Чомском у том тренингу, природно учествује читав образовни, односно школски систем. Он примјећује: „Свако ко се бави, или се икада бавио дјецом, зна да су она веома знатижељна и креативна. Она желе истраживати и схватити шта се догађа. Дobar део школовања у ствари представља напор да се томе стане крај и да их стисну у калуп, да их науче одређеном понашању, да престану размишљати, да не стварају проблеме. То почиње од вртића и наставља се даље у правцу онога о чему Хантингтон говори; о држању руље на одстојању. Људи би требало да буду послушни произвођачи, требало би да раде оно што им се каже и остатак живота проведу као пасивни потрошачи. Не размишљајте ни о чему. Најбоље је да не знате ништа. Радите оно што вам се каже, усмерите пажњу на неке друге ствари и повећајте потрошњу на максимум.“(Чомски, 2006: 8)

Чини се да недостају и воља и вријеме или, искреније, неко много боље и смисленије оправдање. На фону прљавих индустријских руку, огрубјелих од потребе да се преброји новац, Зоран Живковић примјећује да је данашњем писцу знатно лакше на Балкану и додаје да „иако индустрија књиге већ увелико пружа пипке и овдје, њено канцерогено дејство на умјетност прозе још није метастазирало. Писац на Западу нема избора – он или игра по правилима индустрије књиге или не игра уопште...“ (Ћуковић, 2015: 107) Порука која се све прегнантије шаље је више него јасна. Индустрија књиге понаша се патерналистички према писцу, али у једној увијеној форми, говорећи му на примјеру других „ком се царству најбоље привољети“. И занимљиво, то не чини оним што Александар Прњат именује језичко-експресивним патернализмом (Прњат, 2009), што би било некако прихватљивије књижевнику и његовом хабитусу, већ буквалним, рационалним примјерима и радњама из окружења, својеврсном окрутном и опипљивом селекцијом. Индустрија ће држати књигу у папирном облику док то њој буде одговарало, међутим, као што рече Бранислав Јанковић у једном интервјуу, „више се плашим за читаоце него за издаваче!“ (www.laguna.rs, 21. 6.2016), јер по природи ствари, они и не размишљају о читаоцима, већ као што смо видјели, једино о купцима (имитаторима). Стога, неће презати да своје бизнис идеје преусмјере у нешто исплативије токове.

Свакако, савременом писцу је свеједно да ли ће његово дјело бити штампано или електронски објављено, писца би требало да занима једино да ли ће оно бити (про)читано, јер је ако говоримо суштински, књига уствари једино духовна форма. Док год човјек буде имао жељу за духовним, за књигу неће бити опасности јер по Прусту, читање нас може увести у духовни живот, али га не саздаје. У питању је жеља, али оног тренутка када се та сфера представи као мање „срећна“ и мање „исплатива“ животна опција, писац остаје без публике. Сада, када је књига никад ближе, готово на дохвату руку, на „клик“, никад приступачнија, као да је згасла жеља за њом, а жеља је изузетно важна ствар, на шта нам указује поменути Пруст, снажни заговорник немијешања ауторове биографије и дјела. Он нам скреће пажњу да веома добро осјећамо да наша мудрост почиње тамо гдје ауторова мудрост завршава, те да бисмо ми хтјели одговоре онда када једино што нам аутор може понудити јесу управо жеље. „Те жеље он може само да пробуди у нама подстакнувши нас да проматрамо врхунску лепоту до које му је крајњим напором његове уметности допуштено да досегне.“ (Пруст, 2011: 28)

Индустрија се прилагођава пучини и, једним дијелом, учествује у њеном даљем обликовању што сличи процесу самоодржања. Суочен са читаоцем (купцем) који нема времена да промишља, да завири испод површине или пак уложи минималан напор да то стање некако покрене са мртве тачке, писац запада у илузију да прилагођавајући се „оном који шопингује“ продужава свој списатељски живот борећи се за публику. Он одвећ тиме потписује сопствену смртну пресуду. Тим болесним (са становишта умјетности), али уједно и рационалним чином већ даје сагласност да илузија естраде буде оклоп који ће замијенити свијет истинске књижевности. Зар било какав оклоп и било каква правила у умјетности, а самим тим и књижевности нијесу најљепша и најмекша постеља за сањање догматских снова. Сјетимо се само да Фуко на једном мјесту, у тексту „Шта је аутор?“, аутора назива идеолошком фигуром.

Василије Марковић прогнозира: „Литература, ако је буде, биће диригована, наручивана, ријечју кастрирана. Као, уосталом, и васколика умјетност.“ (Марковић, 2014: 12) Па, недавно је и позната књижевна критичарка и есејисткиња др Мирјана Поповић-Радовић у једној емисији истакла да више немамо књижевне јунаке, већ да је савремена литература фељтонистичка, што је још један доказ додворавања писца, јер се, уосталом, то „најбоље“ чита (да не кажемо „продаје“). Без смрти аутора нема ни рођења јунака, а јунака рађа једино читалац. Ко је заборавио, поновиће му се - мртавац не може да рађа!

ЛИТЕРАТУРА

- Božović, R. (2009) *Ram za sliku*, Beograd: Čigoja.
- Bredberi, R. (2015) *Farenhajt 451*, Podgorica: Nova knjiga.
- Пруст, М. (2011) *Кад би свет пропао (О читању и други списи)*, Београд: Службени гласник.
- Prnjat, A. (2009) „О jezičko ekspresivnom paternalizmu – replika Mihailu Markoviću“, *Filozofija i društvo*, 3 (20):247-250.
- Ђуковић, Александар (2015) *Контуре хоризонта*, Подгорица: Јумедиа Монт.
- Фуко, М. (1983) *Шта је аутор?*, превод Невенка Нововић: у Теоријска истраживања 2, Механизми књижевне комуникације, Београд: Институт за књижевност и уметност.
- Čomski, N., Barsamian D. (2006) *Propaganda i javno mnjenje*, Novi Sad: Rubikon.

- <http://onogost.me/kultura/milorad-durutovic-knjizevnik-danas-pisu-svi-starlete-striptizetebiznismeni-kriminalci> (2.6.2016)
- <http://jezikofil.rs/citaci-protiv-citalaca/> (1.6.2016)
- <http://www.novipolis.rs/sr/blog/30209/neuvodne-napomene.html> (10.11.2016)
- http://www.laguna.rs/zn580_zanimljivost_intervju_branislav_jankovic_mi_retko_kada_zelimo_da_se_suocimo_sami_sa_sobom_laguna.html (21.6.2016)

Aleksandar Cukovic

SUMMARY THE DEATH OF THE READER

This paper is an attempt to perceive a crisis that was plunged into the reading culture in the modern age, with special reference to the "death" of the reader, indicating certain aspects that are possible causes and reflections. The paper tries to point out the emergence of "copycat" which has replaced "genuine reader", as well as on specific situations and conditions that are favorable for this phenomenon.