

МЕДИЙНИ НОСТАЛГИИ – КОПНЕЖ ПО СЪКРОВЕНОТО БЪДЕЩЕ?

Магдалена КОСТОВА-ПАНАЙОТОВА

Югозападен университет „Неофит Рилски“, Благоевград
E-mail: panayotova@swu.bg

MEDIA NOSTALGIA - LONGING FOR INTIMATE FUTURE?

Magdalena KOSTOVA-PANAYOTOVA

South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad
E-mail: panayotova@swu.bg

ABSTRACT: In this paper I will discuss the communication is not equal to shared consciousness. It is useful, As J. D. Peters asserts, to eliminate certain unrealistic notions of communication as a reduplication of the I or the I's thoughts in the Other. We are different and even when we understand things perfectly well, we do not agree with each other and there is nothing wrong with that. The consolidation of a community is more a question of the reconciliation of differences, rather than the achievement of a strained dialogue by all means. Here also refers to the nostalgia, which in turn is related to the media. Media can function as platform, projection place and tool to express nostalgia.

KEYWORDS: nostalgia, media, the communication, diferescs, dialogue, newspaper.

*Заревото на залеза позлатява с чара на носталгията всичко;
дори и гилотината.
(„Непосилната лекота на битието“, Милан Кундера)*

Ако наричаме *носталгия* горчиво – сладкият копнеж по миналото, който носи очарованието на спомена и въображението, то днес определено се наблюдава бум на носталгичните опити да се удържи едно въображаемо време и пространство в параметрите на естетическото.

И ако преди век-два носталгията често е възприемана като патологично състояние (Hofer, 1688; 1934), то днес тя все повече се приема като феномен, който спомага за изграждането на човешката идентичност в моменти на преход (Davis, 1979) и посредством релаксация чрез отпратки към миналото е насочена към преодоляване на проблематични или кризисни моменти, и така тя се явява своеобразен антистрес механизъм.

Носталгията – този „социален феномен на масовата култура“ е „историческа амнезия“ (Niemeyer, 2014, p. 5). Необратимостта на времето (Pickering and Keightley, 2006, p. 920), е централно понятие, което според теоретичите прониква в съвременните дискурси и практики. Светлана Бойм отделя условно два носталгични сюжета – *реставриращ* и *рефлексиращ* (ироничен). Първият от тях¹ поставя акцент на гръцкото *nostos* – *завърщане* и се опитва да възстанови митичното колективно място на пребиваване, с една дума опитва се да превърне историята в митология, занимава се с миналото и бъдещето на нациите. Докато *рефлексиращата носталгия* размишлява върху тъгата като такава и по-скоро отправя към индивидуалната и културната памет. Според Бойм дори когато референциите на двете групи се пресичат, използваните в тях наративи и модели на идентичност не съвпадат. Така дори при използването на едни и същи механизми и символи на паметта, генерираните повествования са различни (Бойм, 2001).

Носталгичната памет е емоционална: най-добре се помни онова, което е оцветено от ярка емоция. Този аспект на носталгията е елегантно отразен от Кундера, който в „Непосилната лекота на битието“, пише: „Заревото на залеза позлатява с чара на носталгията всичко; дори и гилотината.“ (Кундера, 1984, с. 4). Емблематичен пример за носталгичните хипостазии в литературата е музеят на Орхан Памук от книгата му „Музеят на невинността“ (2010), изграден в чест на носталгичните спомени за една невъзможна любовна история.

¹ „реставраторската носталгия“ слага ударение на *nostos* и предлага да се възстанови загубеният дом и да се запълнят дупките на паметта. ... Носталгичните (хора) не мислят за себе си като за носталгични, те вярват, че техният проект е истината.“ (Boym, 2001, p. 41).

Винаги е имало носталгия по отминалите времена и далечните пространства, но в началото на XXI век това е особено ясно открито в голяма част от медийни мрежи като *Фейсбук* и различни групи и форуми. Както твърди Катарина Нимайер в предговора на „Медия и носталгия“: „Наистина, част от уеб пространството може да бъде видяно като колективна мансарда или като антикварен пазар, където се събират и споделят колективни носталгии.“ (Нимайер, 2014, с. 3).

Очевиден е безпрецедентният бум на медийни стратегии, свързани с *носталгията* още в края на миналия век. Едно от възможните обяснения за това е обществената тревожност в края на хилядолетието – време, в което хората се обръщат назад, за да търсят източник на сигурност. Преходът между вековете като цяло се свързва с усещането за културна и социална несигурност.

Появата на носталгични разкази в бившите социалистически страни доведе до лавина от теоретични изследвания за *носталгията*, напр.: *noestalgia* в Германия или *югоносталгия* в бивша Югославия, и дори *titostalgiji* (Kovačević, Trebješanin, Antonijević, 2013). Източна Европа се превърна в истински полигон за тестване на различни теории за смисъла на носталгията и за причините за нейния произход (Palmberger, 2008; Berdahl, 1999; Mijić, 2011).

Посткомунистическата носталгия бележи копнежа по загубената цялост на един потънал в миналото свят, чийто трагикомични символи са възприемани по един съкровен начин. Според Бойм (2001) хората живеят в свят, в който се съчетават прогрес и примитивизъм, а най-модерните технологични и научни открития се използват все по-често за пресъздаване на спомени от миналото (потъването на Титаник, гладиаторските битки в древен Рим, клонираните динозаври от Джурасик парк).

Тук няма да се занимаваме с употребите на носталгията като „историческа амнезия“, както и употребата ѝ като една успешна търговска стратегия, която използва различни културни символи, като например символите на бившия Съветски съюз, ГДР или пък различни исторически и културни пластове и си играе с емоциите на потенциалните потребители, обърнати към миналото (Kessous and Roux, 2012).

Това, което прави *носталгията* интересен феномен, е, че тя, отразена в медийните образи, много често е свързана с по-дълбоки пластове, които докосват естетическото и според Пол Грейдж (2002) „носталгичното настроение“ е свързано с усещането за загуба.

Носталгията е част от човешката идентичност, доколкото с течение на времето изграждаме определени понятия и символи, които свързваме със собствената си идентичност и запазването ѝ предполага запазването ни като изградени личности напред във времето. Така например, едно от най-светите времена за човека е неговото детство. И разглеждайки митологемата за „щастливото детство“ в новата руска литература от края на XX век, критикът В. Курицин вижда, че функционирането на символите на съветската идеология не са само повод за ирония над един рухнал свят, но и как те извикват в паметта, подобно на любимите бонбони от детството, образите на чистотата и невинността на мислите и чувствата в редица произведения на *соцарта* в Русия. Такъв, според критика, е смисълът на безкрайните изброявания в романа на Вадим Месяц „Вятърът от бонбонената фабрика“, където заедно с другите изреждани детайли от времето на детството, се изброяват и имена на бонбони по азбучен ред, някои от които вече не съществуват – „Алено цвете“, „Буревестник“, „Вечер“, „Загадка“, „Киевлянка“, „Лястовичка“, „Мир“, „Щъркелче“ и т. н. – тази верига в романа е дълга.

Носталгията като една от характерните черти на *соцарта* в бившия Съветски съюз има в основата си интенция, която Лев Рубинщайн, нарича „преконструиране на езика“, „надаряването му с нови позитивни кодове“. Тя е свързана със скъпи за човека преживявания, тя носи впечатления, които са изпълнени със смисъл (Рубинштейн, 1997).

Ако *носталгията* е някаква форма на паметта, осъзната или не, то често тя конструира минало, каквото не е съществувало, но което отразява копнежа по един различен свят. Много характерен е филмът „Good bay, Lenin“ (2003), в който героят Александър претворява в сегашното своя идеал за ГДР и чрез различни ритуали и предмети маскира това, което се е променило след 1989 г., за да скрие от майка си, която е в кома от времето на падането на Берлинската стена, какво се случило. Вариант на подобна интенция за осмисляне на миналото като един затворен свят виждаме във филма „Ъндърграунд“ (1995) на Емир Костурица, където

в центъра на сюжета е абсурдна ситуация, при която група членове на сръбската комунистическа съпротива през Втората световна война остават затворени в продължение на десетилетия в мазето на къща, манипулирани от свой съратник, част от комунистическата номенклатура. Може би именно усещането за загуба провокира трансформирането на миналото чрез въобразеното, а съвременните медии понякога стават пространства на носталгията, разбираана като копнеж по различни времеви и пространствени преживявания.

Носталгичният бум в съвременните медии днес има и друга основа, свързана с усещането за загуба. Копнежът по златните времена е свързан с все по-затруднената комуникация между хората, което на пръв поглед изглежда парадоксално, имайки предвид очевидния „бум“ на комуникационните технологии и техническата възможност за няколко часа да прекосим земното кълбо. Въпреки това очевидно е, че бариерите пред прякото общуване помежду ни се увеличават, на практика много по-често посягаме към копчетата и клавишите на телефона, телевизора, компютъра и пр., отколкото излизаме на реална среща.

В стремежа си да формира някакъв общ надреден език, обществено-политическото, медийното пространство често борави с думи и изрази като *толерантност*, *консолидиране*, *включване*, *диалог*, заредени като че ли с „магически“ смисъл. Струва ми се обаче, че двадесет и първи век дойде изключително уморен от подобни съдружия и в него комуникация все по-малко означава именно диалог и все повече „разпръскване“, ако използвам термина на Джон Дърам Питърс от неговата книга „Да говориш на вятъра“ (История на идеята за комуникация), 2005. Във връзка с теория на комуникацията Питърс разглежда две понятия, които според него имат и различни източници и традиции в история на културата: *диалогът* и „*разпръскването*“. Първото той свързва със Сократ, второто – с Исус. Това са двете главни фигури в моралния живот на Западния свят. За автора на тази книга *диалогът* може да бъде тираничен, *разпръскването* е нещо съвсем различно. Комуникацията, внушава Питърс, следвайки Левинас, носи знака на неуспеха и неавтентичността, тогава, когато е търсена като един вид сливане на душите. Според него в най-добрия случай тя е танц на различията, а не съчетаване на душите. В този смисъл еднопосочната комуникация има определени предимства. Голяма част от културата не е непременно двоична и реципрочна, твърди Питърс. Човек има нужда да общува, споделяйки мисли, идеи, усещания, аромати, без непременно да очаква отговор на тези преживявания. Има някаква мъдра утеха в това да разбереш, че другият не може да усеща света като теб и не е необходимо.

Медиите, и по-конкретно вестникът, изначално основава своя тип комуникативна стратегия върху идеята за „разпръскването“, доколкото диалогът в него е вторично и твърде субективно понятие. В този смисъл е безполезно да се обвиняват медиите в изопачаване на диалога. „Настройвайки се на определена честота“ журналистът не преследва споделеност на света. Той споделя своите усещания за него. Струва ми се, че наистина предизвикателствата на комуникацията днес не са да бъдем верни на вътрешния си свят, а да имаме милост към другите затова, че няма да могат да ни видят така, както се виждаме ние.

Когато говорим за бума на комуникационните технологии, все пак сме длъжни да отдадем дължимото на двата големи стимуланта пред всяко желание – смъртта и разстоянието. Възможността на съвременните медии да преодоляват разстоянията, създавайки допълнителни пречки пред прекия контакт, и едновременно с това разпръсквайки огромно количество информация – подгръзва желанието, доколкото прави все по-невъзможно сближението между хората.

В това отношение особено интересен феномен са емигрантските медии.

В тях, особено що се отнася до вестниците, е прието да се смята, че заляга трайната атмосфера на носталгия, която предопределя някои от особеностите на типовете материали. Без да абсолютизирам – в случаите на обратна връзка трайно проличава стремежът на читателите да прочетат за личности, които познават, за събития, за които са чували. (В редакцията например на вестник „Неделник“, в който работех като журналист 5 години, звъни дама, която се вълнува от годишнината на Апостол Карамитев, защото навремето го е гледала наживо, или се обаждат господин, който има какво да сподели във връзка с интервю с Надежда Михайлова). Казаното не означава, че комуникацията е подчинена главно на носталгични мотиви, но отдалечеността на читателя като разстояние предопределя част от спецификите на диалога.

Живеейки в България, журналистите в български вестници имат фоновата компетентност за отзвук на едно или друго събитие в чужбина, за начина на приемане на една или друга медия, за динамиката на променените обществени нагласи – все неща, на които може да разчита само опосредствано пишещият от разстояние. В този смисъл, колкото и крайно да звучи – изпращането на текстовете и материалите „отвъд“, доста напомня на изпращане на сигнали до НЛЮ, защото комуникацията между журналистите „тук“ и читателите „там“ е изпълнена с празнини. Макар че лесно може да се опонира – не само разговорът от разстояние, но и разговорът „тета-а-тет“ е изпълнен с празнини. В комуникацията от разстояние, каквато е появата на поредния брой на вестника, тези празнини обаче имат периодичност. Всеки брой трябва да гради мост над празнината между предходното и следващото изказване, отчитайки възможността хипотетичният адресат никога да не е идентичен с действителния.

В нашата комуникация *носталгията* невинно е обръщане към миналото, понякога тя просто е обръщане към други пространства и време, опит за преодоляване на необратимостта, чрез превръщане на историческото време в митологично пространство. *Носталгията* е преди всичко „сила, която прави нещо“ (Dames, 2010, p. 272), носи със себе си копнеж по бъдещето, но по едно съкровено за нас бъдеще. Носталгичните дискурси и усещания са винаги в рамките на „хоризонта на очакване“. Именно този стремеж отразяват част от медийните носталгии днес.

Теориите за край на културата се оказаха силно преувеличени. В този смисъл ми се струва подходящо сравнението на Светлана Бойм по повод носталгичния медиен бум с хода на коня в шаха. (Бойм, 2001). Бих продължила тази идея, защото, развитието на културата *напред, срещу, извън, по диагонал* оголва една насоченост навън, настрани, оголва потенциала на проекта на съвременността, втурвайки се в „страничните алеи“, „възстановява невзетото предвид минало“. По този начин действа *проспективната носталгия*, залагайки и принадлежност към настоящето, и критическа дистанция към него.

БИБЛИОГРАФИЯ:

- Курицин, В. (2000)** Русский литературный постмодернизм. – В: <<http://www.guelman.ru/slava/index.html>> (Kuricin, V. (2000) Russian literary postmodernism. – In: <<http://www.guelman.ru/slava/index.html>>)
- Рубинштейн, Л. (1997)** Проблемы литературы. // *Дружба народов*. № 6, с. 181. (Rubinshtejn, L. Problems of Literature. // *Druzha narodov (Friendship of Nations)*. № 6, p. 181.)
- Berdahl, D. (1999)** "(N)Ostalgie" for the Present: Memory, Longing, and East German Things. *Ethnos* 64 (2), p. 192 – 211
- Boym, S. (2001)** The Future of Nostalgia. New York: Basic Books.
- Grainge P. (2002)** Monochrome Memories: Nostalgia and Style in Retro America, Praeger.
- Dames, N. (2010)** Nostalgia and Its Disciplines. – In: *Memory studies*, 3(3), p. 269 – 275.
- Davis, Fr. (1979)** Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia, New York: Free Press.
- Hofer, J. (1934)** Medical Dissertation on Nostalgia by Johannes Hofer. [trans. Carolyn Kiser Anspach] // *Bulletin of the History of Medicine*, 2, p. 376 – 391, 1688.
- Kovačević, Trebješanin, Antonijević (2013)** Teorijsko-pojmovni okvir zaproučavanje nostalgije. – In: *Antropologija*, 13, sv. 3.
- Kessous, A. and Roux, E. (2008)** Nostalgia – a connection to the past: a semiotic analysis. // *Qualitative Market Research: An International Journal*, 11, 2, p. 192 – 212.
- Kessous, A. and Roux, E., (2012)** Nostalgie et management des marques: approche sémiotique. – In: *Management & Avenir* 2012, 4.
- Mijić, Em. (2011)** Yustalgija: Sećanje i materijalna kultura socijalizma kao okvir za konzumiranje sadašnjosti. // *Etnoantropološki problemi*, 6 (3), s. 763 – 782.
- Niemeyer, K. (2014)** Introduction: Media and Nostalgia. – In: *Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future*. Palgrave Macmillan
- Palmberger, M. (2008)** Nostalgia Matters: Nostalgia for Yugoslavia as Potential Vision for a Better Future. // *Sociologija*, 50 (4), p. 355 – 370.
- Peters, J. D. (1999)** Speaking into the Air // *A History of the Idea of Communication*. The University of Chicago Press.
- Film 1 (2003)** „Goodbye, Lenin!“, directed by Wolfgang Becker.
- Film 2 (1995)** „Underground“, directed by Emir Kusturica.