

DA LI JE INSTAGRAM PUTOPIS NOVIH MEDIJA?

IS THE INSTAGRAM THE TRAVELOGUE OF THE NEW MEDIA?

IVANA RALOVIĆ

Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet u Beogradu

IVANA LAKOVIĆ

Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet u Beogradu

***Apstrakt:** Ovaj rad virtuelnu društvenu mrežu Instagram posmatra kao savremenu renesansu putopisa. Osnovna teza je da se pisanje o putovanju na Instagramu može svrstati u žanr putopisa, budući da ispunjava formalne odlike koje ovaj žanr podrazumeva: temu putovanja i deskriptivno načelo (Peković). Pre nego što je kao takav definisan u ovom radu, taj njegov potencijal prepoznali su milioni korisnika Instagrama, moderni putopisci koji zasnivaju svoj legitimitet kako kao putnici prve klase u zemlje egzotike, tako i kao vodiči kroz udaljene ili strane činjenice, svakodnevnog života, događaje i detalje, čineći nas čitaocima koji imaju mogućnost učestvovanja u diskusiji na temu njihovog putovanja.*

***Ključne reči:** Putopis, Instagram, žanr, tekst, slika, hešteg*

***Abstract:** This work sees the virtual social network Instagram as a contemporary renaissance of the travelogues. The main thesis is that the writing about the journey on Instagram can be classified into the genre of the travelogue, as it meets the formal characteristics that this genre implies: the theme of the journey and the descriptive principle (Peković). Prior to being defined as such in this paper, millions of Instagram users, modern travel writers who base their legitimacy as first-class travelers to exotic countries, as well as guides through distant or foreign facts, everyday lives, events and details, making us readers who have the opportunity to participate in the discussion on the topic of their journey.*

***Key words:** Travelogue, Instagram, Genre, Image, Hashtag*

1. Uvod

Rad pod nazivom *Da li je Instagram putopis novih medija?* nalazi se pred izazovom da pojasni da li i koliko pisanje o putovanju na Instagramu nalikuje putopisu i da dâ argumente zašto bi Instagram (sa heštegovima koji upućuju na putopis) mogao da se svrsta u polje putničke tekstualnosti, da se smesti unutar okvira u kome su mesto našli tekstovi o putovanju, tekstovi čija je glavna tema putovanje, dakle pored tekstova u kojima je ostvarena dominantna estetska funkcija (književni putopis) i tekstovi u kojima je estetska funkcija izostala (novinski članci, vodiči, televizijski putopisi, putopisne reportaže, tekstovi o putovanju u blogosferi), odnosno „proizvodi namijenjeni masovnoj putničkoj potrošnji (vodiči, razglednice, poster, plakati, televizijski programi, turistički prospekti, suveniri itd.)” i „putničke proizvođačke prakse (putnički dnevnik, bilješke, foto albumi, private obiteljske video snimke itd.)” (Duda 2005: 100). U tako teorijski postavljenom kontekstu posmatrano, putovanje i prevođenje putovanja uz opis i sliku na Instagramu može čitati kao putopis. Pišući o putopisu i pisanju, Mišel Bitor (Michel Butor) pribeležio je i da „nije neophodno da postoji knjiga u uobičajenom smislu; dovoljno je da postoji trag, kakav god da je, zapis o putovanju, i baš je to ono što je danas teško izbjeći. Sama činjenica da u svom putopisu nižem gradove i mesta u sasvim određenom rasporedu, primorava me da pribeležim čvrst znak na površini zemlje. Pošto sam već predložio uvođenje nove nauke¹, mogu jednako da predložim i novu umetnost – onu koja će se sastojati od samog putovanja i možda, tu i tamo, ostaviti neke tragove, ali budući da će oni biti podređeni opštem utisku, takva inovacija u putopisu, takva promena vozila, ili ta dugotrajna stanica, mogla bi izazvati toliko divljenja ili komentara kao kakva prelepa slika u velikoj poemi.” (Bitor 2009: 107). Nije li Bitor još 1974. godine kada je tekst nastao, anticipirao nešto nalik Instagramu? Istina, Instagram možda nije umetnost, ali sa svim tim divljenjima i komentarima, uopšte nije daleko od opisanog slučaja, dovoljno je da samo reč umetnost zamenimo rečju medij.

¹ „Predlažem uvođenje nove naučne discipline (ionako niču kao pečurke ovih godina, a skupljaju se u tami laboratorijskih komora; neka berba će čak doneti i plodove), discipline koja je tesno povezana s književnošću, koja se bavi putovanjima i kojoj sam rado dao ime iterologija, kako bi sadržala kretanje u samoj reči.” (Bitor 2009: 97).

2. O nekim odlikama putopisnog žanra

U *Rečniku književnih termina*, Tanja Popović za putopis beleži da je: „dokumentarni oblik koji opisuje događaje, ljude i utiske koje je pisac sreo i doživeo na nekom putovanju“ (Popović 2007: 591–592). I Slobodanka Peković, naglašava informativnu vrednost navodeći da su u društvenim naukama. „često bili korišćeni kao dokumentarni izvor“ nejednakog stepena pouzdanosti (Пековић 2001: 13). O putopisu se najčešće govori kao o žanru sklopljenom od drugih žanrova, hibridnoj dokumentarnoj vrsti koja ima moć morfoloških transformacija, o diskursu koji „vrlo lako upija u sebe različite pripovedne stilove i žanrove“ (Gvozden 2005: 47). Putopisni sastavi nalaze se na ničijoj zemlji, raskršću na kome se susreću i ukrštaju različite forme pisanja i znanja pa je stoga oduvek predmet proučavanja različitih disciplina.

Temeljno načelo ovog žanra je ravnopravnost naracije i deskripcije (Гвозден 2005: 48). Uz tematiku (putovanje) i „deskriptivno načelo“ Slobodanka Peković kao nužno i/ili frekventno žanrovsko obeležje izdvaja hibridnost (Пековић, 2011), a Borm (Jan Borm) nefikcionalnost, vezujući za putopis čitalačku pretpostavku da je u pitanju narativ o putovanju koje se zaista dogodilo (Borm 2004: 18–19). U pitanju je žanr „od koga je očekivan veran prikaz pojava“ (Ђерић 2012: 471). Diskursu vernosti Gvozden pridodaje konstataciju da tekstovi koji pripadaju putopisnom diskursu „ne dokumentuju faktualitet, već i aktualitet pisca i teksta“ (Гвозден 2005: 50), verodostojnost nije rezultat putopisnog teksta već njegovo žanrovsko ishodište (isto prema Duda 1998: 73).

Putovanje je *conditio sine qua non* za nastanak putopisa: „(n)eophodan uslov putopisa je ustvar i izvan samog teksta. Kada je ta konvencija prihvaćena, to jest kada prihvatimo da je autor putovao, da tekst ima realnu referencu ili da se veza sa realnom referencom (mesta, ljudi, itd.) uvek može rekonstruisati, tek tada počinju da funkcionišu i druga pravila žanra. Zbog snage osnovne pretpostavke moguće je prihvatiti kao delove putopisa estetizaciju putnikovog iskustva, njegove meditacije, ekskurzije u istoriju, stilizaciju, refleksiju i slično.“ (Гвозден 2011: 22–23).

U knjizi iz 1988. godine Meri Bejn Kembel (Mary B. Campbell) izdvaja nekoliko atributa, tj. „porodičnih sličnosti“ kojima se odlikuje putopisni žanr: 1) hibridnost, 2) tematizacija putovanja, 3) „žanrovska usmerenost na istinu“, 4) pripovedanje u prvom licu i 5) funkcija „kulturalnog prevođenja“ (Campbell 1988: 5–6, 11). Ovo su osnovne karakteristike koje se susreću u svim, pa i u

Instagram putopisu, odnosno Instagram nalogu koji tematizuje putovanje, jednoj od podvrsta ili ogranaka u beskrajnom moru Instagram tema.

3. Atributi Instagram putopisa

Između žanra putopisa i novomedijskog žanra o putovanju oličenog u Instagramu mogu se napraviti brojne paralele. Na formalnom planu, Instagram putopis ne razlikuje se mnogo od putopisa u klasičnom smislu i lako se uklapa u porodicu ovog žanra, u šta ćemo se uveriti ako kao primer uzmemo bilo koju od brojnih akademskih studija koja sistematizuje osobine tipičnog putopisa. Ova nova putopisna forma lako se uklapa u žanr u kome autor, kao i svaki drugi pisac dokumentarne proze, donosi odluku kako da predstavi činjenice koje je iskusio, odlučuje šta će uvesti u tekst, koje događaje i koja kazivanja o ljudima koji se na putovanju susreću će objaviti, koje podatke koji se tiču pohađenog prostora (etnografske, sociološke, turističke, geografske, itd.), koje lične utiske i stavove će preneti, fenomen koji je „najbolje definisati u njegovoj pluralnosti“ (Гвозден 2005: 46 prema *Kembrički vodič kroz putopis*) u kojem autor gotovo nesputan ograničenjima žanra rešava kako će uklopiti informativnu (saznajnu) i estetsku fizionomiju teksta.

Kod Instagrama, narator-putnik kroz multimedijalni tekst koji stvara, vodi svoje pratiocice na spoljašnje ili unutrašnje putovanje opisano pomoću slika i reči. Početak Instagram objave uvek je slika, kao snažan izvor informacije, nalazi se u predvorju deskripcije i može ili ne mora biti praćena oznakom lokacije, naslovom, prpratnim tekstom i mogućnošću ostavljanja komentara. Tekst ispod slike, kao i oznaka lokacije, najčešće podrazumevaju korišćenje hiperveza (linkova) koji služe za preusmeravanje pratilaca na druge stranice. Ova hipertekstualnost narušava linearnost putopisa, a sam putopis obogaćuje novim informacijama. Linkovanje odnosno povezivanje sa drugim sadržajima na Vebu, postiže se pomoću heštegov.² Na taj način tema se kate-

² Eng. *Hashtag* je na internetu i društvenim mrežama predstavlja simbol # iza koje stoji naziv neke aktuelne teme u formi fraze, skraćene, reči, sintagme ili više spojenih reči, ili kombinacije slova i brojeva, koje se koriste bez upotrebe razmaka. Hešteg ima dugu istoriju poznatu u digitalnom svetu, a moderna istorija heštega kakvog danas poznajemo počinje 2007. godine kada ga je programer Kris Mesina (Chris Messina) upotrebio na Tviteru (Twitter) i pokrenuo njegov novi život. Već 2010. godine reč *hashtag* uvrštena je u *Oxford dictionary*, a 2012. godine, proglašena je za reč godine od strane Američkog dijalektološkog društva (ADS) zbog uticaja na jezik i kulturu. Više na: "Hashtag" is the 2012 Word of the Year <https://www.americandialect.org/hashtag-2012>.

goriše ili obeležava, a ostali korisnici društvene mreže, koji prate taj specifičan hešteg mogu da vide objavu, čak i ako ne prate korisnika. Hešteg pomaže da se sadržaj podeli sa ljudima koji prate iste teme. Zanimljivo je da Instagram predstavlja verbalnu sredinu savršeno višejezičnu: kratke sintagme ili pojedinačne reči izražene kroz formu heštegova na različitim jezicima (engleski jezik dominantan) mogu da uključuju veliki broj logograma i piktograma.

Budući da se o Instagramu može govoriti i kao o generacijskoj karakteristici, bliže određenje teme moglo bi da bude: čitanje Instagrama kao putopisa generacije Y. Instagram putopis mesto je susreta sa svetovima i životima, gorišiva materijalnost, svakodnevnica u detaljima jer pojam putovanja u kontekstu Instagrama može da se odnosi ne samo na stvarna putovanja, već i putovanja kroz svakodnevne živote korisnika, aktivnosti i razmišljanja koja dele sa pratiocima. U ovom ključu posmatran, Instagram putopis približava se i diskursu memora, i svojevrsnoj (auto)biografiji, on je mesto na kome se prećutno podrazumevaju referencijalni pakt I autobiografski sporazum. Ako je klasičan „putopis novo tkanje čiju potku mogu činiti elementi autobiografije, memoara, pisama, dnevnika, reportaže, eseja” (Campbell 1988: 6), tkanje Instagram putopisa, dodatno je usložnjeno multimedijalnošću i hipertekstualnošću i nalikuje na paukovu mrežu.

Narativni resursi putopisa mogu se uporediti sa vizuelnim rezervoarom Instagrama. Autor Instagram putopisa kroz vizuelnu prezentaciju i tekst obogaćen ključnim rečima, heštegovima, linkovima ka drugim destinacijama na mreži, kraćim ili dužim opisom, postiže sličan efekat onom koji daje i narator na verbalnom nivou u putopisu starih medija. Reč je o drugim, novim sredstvima i neznatno izmenjenim tehnikama pripovedanja. Na delu je zame-na starih medija novim, a da se stari medij sadrži u novom, odnosno ovo je, kako je u Orsetovoj teoriji objašnjeno, pojava gde se novi mediji smatraju i važni su kao posrednici evolucije ljudske komunikacije, a ne kao alternativa starim medijima.

Brojni su i elementi novine, pa tako Instagram putopis ne prenosi samo „mentalnu sliku putnikovih iskustava” (Gvozden 2005: 49 prema Pickford 2003: 187) već najčešće podrazumeva posredovanje iz usmenog u pismeno uz fotografski ili video zapis. Neke nove opcije Instagrama verovatno će doneti i

Kada se kreira hešteg, on biva automatski indeksiran i pretvoren u link (dobija jedinstveni URL) i pojavljuje se u pretragama, tako da će svako ko ukuca određeni hešteg dobiti sve stranice, komentare, objave koje sadrže istu ključnu reč odnosno temu.

mogućnost samo usmenog posredovanje (trenutna dužina snimaka na Instagramu je 15 sekundi), čime bi se Instagram putopis približio televizijskoj reportaži o putovanju, ali bi i dalje ostao – putopis.

U putopisu kakav poznajemo od ranije, postojao je jaz između vremena putovanja i vremena pisanja („autorov susret s nekim krajolikom i opis tog krajolika ipak podrazumevaju vremenski raskorak” (Gvozden 2005: 48)), kao i jaz između vremena pisanja i vremena čitanja. Ovaj raskorak, kako je tehnologija napredovala, bivao je sve manji. Svedoci smo da Instagramu ne mora da postoji asinhronija između procesa putovanja i pisanja odnosno objavljivanja teksta na Instagramu i čitanja. Jaz se prevazilazi time što autor-putopisac može u isto vreme i biti na odredištu i pisati/objaviti (jedna od opcija je i uključivanje uživo putem videa) i što pratilac/čitalac može komentarisati slike i tekstualni sadržaj koje je korisnik postavio u realnom vremenu. Kao posledica toga, korisnik može da dobije trenutnu povratnu informaciju o postavljenom sadržaju i može da manipuliše u skladu sa tim. Rezultat je novi oblik polifonije u kojoj se autorski glas meša s glasom pratilaca – komentatora koji se upliću u radnju na način nepoznat putopisnom pisanju u kasičnom smislu.

Očigledno je da Instagram putopis, za razliku od putopisnog teksta poznatog od ranije, na formalnom planu jasno ograničenog početkom i krajem i smeštenog među koricama knjige, biltena, uvodne i odjavne špice..., praktično nema kraja: hiperlinkovan on otvara nove stranice i širi se, a svakim komentaram i klikom na link putovanje počinje ponovo i nastavlja se sa neizvesnim ishodom jer Instagram je, kao i svaki svaki hipertekst, vrt sa stazama koje se računaju.

4. Umesto zaključka

Autori i pratioci zamenjuju pisce i čitaoce i kreću zajedno na stvarno ili simbolično putovanje koje se oslanja na brojne multimedijalne resurse. Rezultat je novi hibridni tekst, informativan, dokumentaran i zanimljiv; veoma često površna, zabavna forma za koju nije potreban pun angažman posvećenog čitaoca.

Mnogo pre pojave Instagrama, u razmatranjima o internetu i novim tehnologijama, Mark Poster ukazivao je na eksploziju narativa, na činjenicu da svako ko ima kompjuter (dodaćemo: mobilni telefon, odnosno džepni kompjuter) i internet može biti i proizvođač priča namenjih (uskog) publici, povezujući te narative sa Liotarovom (Jean Francois Lyotard) teorijom o postmo-

dernim malim pričama, nasuprot dominaciji metanarativa karakterističnog za moderno doba (Poster, 2006: 543-545). Na pitanje da li se autor Instagram teksta o putovanju, budući da je narativna instanca Instagram putopisnih digitekstova³, može nazvati putopiscem (eng. „traveller“/„travel writer“), odgovoreno je i pre nego što je pitanje postavljeno. Potencijal Instagrama da postane plodno tle za putopisanje, prepoznali su milioni savremenih putopisaca, nazivajući sebe tako. Danas se konstatuje da je hešteg *traveller* upotrebljen 29.807.508 puta do 6.5.2019. godine, #traveller 29.807.508, #travelwriter 1893459, #travelwriting 100900, #travelwriters 25684 puta. Gotovo svi nazivi za putopis koje susrećemo u većini velikih evropskih jezika, nalazimo i na Instagramu (#travelbook, #travelogue, #travelaccount, #travelstory, #travelnarrative, #journeywork, #travelmemoir, #travelerstale, #traveljournal, #reiserzählung, #reisegeschichte, #reiseführer, #reiseskizzen, #reisenovellen, #reisebild, #récitdevoyage...). Ovim heštegovima, pridružuju se i novi nazivi, rođeni u Instagram okruženju: #instatravel, #travelgram, #travelblogger, #instatravelling, #travelblogger, #instapassport, #igtravel, #travelblog, #travelingram, #ig_worldclub, #worldingram... i sl.⁴

I za savremenog Marka Pola, pisanje je bitan deo putovanja. Bez pretenzija da zađemo u sferu ekonomije, važno je konstatovati da i poput vremena Marka Pola, investicije za putovanje se i na Instagramu privlače tako što se podstiče interesovanje javnosti pričama o dalekim mestima, uz mudro dozirani subjektivizam i anegdoticizam.

Današnji putopisci svesni su globalizacije, mešanja naroda i kultura, povećanog interesovanja za koncepte hibridnosti, možda i više nego ikada u istoriji putopisanja, i doprineli su renesansi putopisa i njegovom osavremeniji-

³ Prema Ivani Uspenski digitekstualnost je „tekstualnost u tradicionalnom smislu dopunjena implikacijama koje na ovaj pojam ima tehničko-tehnološko okruženje koje tu tekstualnost invocira u digitekstualnost, a tekst u digitekst“ (Uspenski 2010).

⁴ Najbolji Instagram heštegovi za putopisce i fotografe, po izboru sajta breakintotravelwriting.com su: #travelwriter #travel #instatravel #travelgram #tourism #instago #passportready #travelblogger #wanderlust #ilovetravel #writetotravel #instatravelling #instavacation #travelblogger #instapassport #postcardsfromtheworld #traveldeeper #travelstroke #travelling #trip #traveltheworld #igtravel #getaway #travelblog #instago #travelpics #tourist #wanderer #wanderlust #travelphoto #travelingram #mytravelgram #visiting #travels #travelphotography #tagsta_travel#beauty #amazing #arountheworld #tourist#solotravel #instago #ig_worldclub #worldcaptures #tourism #worldplaces #worldingram #traveller #traveler #hotel #luxuryhotel
<https://breakintotravelwriting.com/best-instagram-hashtags-for-travel-writers-and-photographers/>

vanju, ubacivanju u nove tokove, zalučni su za spektakularni ulazak tog prastarog veličanstvenog žanra u nove medije.

Putovanje i Instagram imaju još jedan zajednički sadržalac. On je oličen u čuvenom ocu psihoanalaze, koji je progovorio kako na temu putovanja, tako i na temu narcizma, sveprisutnog na Instagramu. Freud je smatrao da postoji jači motiv od radoznalosti koji podstiče na putovanje – želja da se pobjegne (Fussell 1980: 16), da nagon za putovanjem ima svoje temelje u siromaštvu, ograničenjima i opstruktivnim pritiscima uobičajenosti (Musgrove 1999: 41). Ako su se moderni Narcis i begunac negde susreli, to je svakako na Instagramu. Ali, to će biti predmet novog istraživanja.

Iako je u pitanju „žanr bez pravila“ (Гвозден 2005: 47 prema Huenen), rubni, neuhvatljiv, „klizavi žanr“ (Thompson 2011: 27) koji se tokom svoje duge istorije mimikrijski prilagođavao novim okolnostima, pred najozbiljnijim izazovom da Instagram naloge koji tematizuju putovanje svrstamo u žanr putopisa, nailazimo u sudaru sa razmišljanjem Jovana Dučića: „Ne opisuju se gradovi nego vizije, ni narodi nego rasni geniji, ni umetnička dela nego umetničke mogućnosti, ni kultovi nego njihovi uticaji, ni događaji nego viši motivi, ni istorije naroda nego istorije duha i duše. Nema težeg roda nego putopis, jer nema opsežnije studije o jednom rasnom geniju; ni možda veće veštine nego dati kroz prividno naivnu umetnost ono što je predmet čiste nauke i erudicije“ (Дучић 1971: 70). Iako je jasno da je veliki pesnik mislio na književni putopis, još 1914. (odnosno 1933. godine) postavio je standarde koji nas danas navode da se zamislimo gde su granice ovog žanra. Ima li Instagram, uprkos formalno ispunjenim uslovima, legitimitet da uđe u veliku porodicu putopisanja i što je važnije – da se tu zadrži, razvije i ostvari pun potencijal koji ovaj žanr može da podrazumeva. Otuda znak pitanja u naslovu ovog rada.

Literatura

Best Instagram Hashtags for Travel Writers and Photographers <https://breakintotravelwriting.com/best-instagram-hashtags-for-travel-writers-and-photographers/> (01.05.2019.)

Bitor, Mišel, „Putovanje i pisanje“, sa francuskog prevela Dragana Zubac, *Polja*: mesečnik za umetnost i kulturu, God. 54, br. 455 (jan.-feb. 2009), str. 95-108.

Borm, Jan, „Defining Travel: On the Travel Book, Travel Writing and Terminology“, in: *Perspectives on Travel Writing*, eds. Glenn Hooper and Tim

Youngs. *Studies in European Cultural Transition*, Vol. 19, Ashgate Publishing, Adelshot, 2004, pp. 13–26.

Гвозден, Владимир, *Српска путописна култура 1914–1940. Студија о хронотопичности сусрета*, Службени гласник, Београд, 2011.

Гвозден, Владимир, *Чинови присвајања: од теорије ка прагматици текста*, Светови, Нови Сад 2005.

Duda, Dean, „Ostavljeno veslo na galiji nacije: književni modernizam i kultura putovanja“, *Reč*, Beograd, 73/19 (2005), str. 97–117.

Дучић, Јован, *Есеји, Путописи: Моји сапутници, Матица Српска* Нови Сад, *Српска књижевна задруга*, Београд, 1971.

Ђерић, Гордана. „Путописање, имагологија и сећање: могућности анализе“, *Књижевна историја*, Београд, год. 44, бр. 147 (2012), стр. 469-485.

Campbell, Mary B., *The Witness and the Other World. Exotic European Travel Writing, 400-1600*, Cornell University Press, Ithaca – London, 1988.

Musgrove, Brian, “Travel and Unsettlement: Freud on Vacation” in Steven H. Clark, ed., *Travel Writing and Empire: Postcolonial Theory in Transit* (London-New York: Zed Books, 1999).

Пековић, Слободанка, „Путопис – условљеност жанра“, у: *Књига о путопису*, зборник радова, ур. Слободанка Пековић, Институт за књижевност и уметност, Београд, 2001, стр. 11–26.

Popović Tanja, *Rečnik književnih termina*, Logos Art, Beograd, 2007.

Poster, Mark, „Postmodern Virtualities“, in *Media and cultural studies: keywords*, Durham, Meenakshi Gigi and Douglas Kellner (eds.), Malden, Blackwell Publishing, 2006, 533- 549.

Thompson, Carl, *Travel Writing*, London and New York Routledge: Taylor & Francis Group, 2011.

Uspenski, Ivana. *Rekonceptualizacija teorije čitanja internet formi*, doktorska disertacija, Beograd: FDU, 2010.

Fussell ,Paul, *Abroad, British Literary Traveling Between the Wars* (New York-Oxford, Oxford University Press, 1980).

“Hashtag” is the 2012 Word of the Year

<https://www.americandialect.org/hashtag-2012> (01.05.2019.)