

«Mediji su roba, ali i aktivni tvorci naše svakodnevice» Mark Augé

Savremeni umetnik je koncentrisani, pažljivi, svestan, razvijeni čitalac kulture shvaćene kao heterogene, savršeno nestalne i stalno menjajuće tekstualne prakse. Model umetnika koji je preovlađivao tokom prethodne dve decenije je model umetnika kao 'kulturnog proizvođača', 'kulturnog semiologa', 'kontekstualnog istraživača', interpretatora tekstova kulture, odnosno kao svojevrsnog antropologa. Kao što savremena umetnost postaje diskurzivna mreža različitih praksi (i institucija), tako sve više postaje jasno da su umetnik i posmatrač zapravo društveni subjekti definisani jezikom i označeni razlikom.

Lana Vasiljević novom serijom radova nastavlja svoju 'afetu' sa kulturom i njenim aspektima, značenjima, učincima. Koristeći tehnike, forme i medije komercijalnog advertajzinga Lana postavlja pitanja koja razmatraju procese formiranja i izvođenja značenja, kao i mehanizme funkcionisanja (ne)vidljivih ideologija na kojima se temelji kultura reklamiranja i masovna kultura generalno. Njen rad proizilazi iz postmodernističke strategije rada sa citatima – njeno delo nastaje doslovnim ili nedoslovnim prenošenjem i premeštanjem 'materijala' (slike, teksta, diskursa) koji se shvata kao 'trag jezika' a dosledno tome, samo delo funkcioniše kao mapa 'tragova jezika'. Premeštanjem i transformacijom znakova banaka i njihovih reklamnih slogana, fotografija sa bilborda, časopisa i iz različitih 'bank of images' na Internetu, stihova/refrena pop i rok pesama na temu ljubavi, novinarskih kratkih vesti, čak i rada/iskaza Jenny Holzer, Lana promišlja svakodnevno iskustvo i tematizuje društvene odnose kao odnose komunikacije, odnosno kao kontinuirane operacije dekodiranja slika i teksta. U slučaju radova sa koji čine ciklus/izložbu **Ltd.** reklo bi se da se pažnja ponajviše fokusira na pitanje banalizovanja, trošenje znakova, njihovih potencijalnih značenja i svodenja potrošenih znakova na ljušturu.

Prepoznaju se tri teme kojima se Lana bavi u novim radovima – to su teme mesta/ponasanja, jezika/komunikacije i lica/identiteta. Mesta se u okviru savremenih teorija i studija kulture razmatraju kao jedan uređeni i uređujući sistem, određen kontekstom i kontekstualizujući, koji sadrži metaforička i simbolička značenja. Na Laninim radovima to su prizori ostrva, enterijeri stanova i kuća, te bezlicni ambijent korporacijske kancelarije - prizori koji su prezasićeni stereotipnim projektovanjima hedonističkog luksuznog eskapizma, statusnog hedonizma, odnosno finasijske moći i društvenog uspona/uspeha i koji, kao takvi, predstavljaju

'ponudu' globalizovane medijske kulture kao proizvode tendencije ka standardizaciji globalnih korporacija i multinacionalnog kapitala.

Jezik prikazuje realnost na osnovu konvencija i navika na osnovu kojih se konstituišu modeli prikazivanja. Njegova značenja su određena konvencijama i kontekstualnim determinacijama, a jedno društvo stvara koncept sopstvene realnosti upravo kroz stalno menjajuće procese verbalizacija i reprezentacija. Lanini radovi ukazuju na neke od ovih procesa: kako popularna kultura pokušava da uspostavi niz 'definicija' pojma ljubavi kojima zapravo izmiče suština samog pojma koji se pokušava opisati/odrediti; kako prisni govor reklame postaje eho otuđenog govora; kako se mali narativi koji strukturiraju svakodnevicu integrišu u tkivo medijatizovanog sveta samo zahvaljujući svojoj ekscesnoj prirodi.

Fotografisani fragmenti lica ljudi/modela koji reklamiraju neki proizvod na bilbordima svetskih gradova, nisu samo tema identiteta kao kulturne fikcije ili izvođenja subjekta, već i šire, tema narativizacije i presecanja različitih projekcija, želja, očekivanja, životnog stila, znanja.

U celini gledano, **Ltd.** poput kaleidoskopa nudi mnoštvo slika, mnoštvo reči, niz simbolizacija koje proizvode zapravo prazninu u realnom, nelagodnu, nemu, onaj procep, cezuru koja ne može a da ne promeni tok našeg sagledavanja i interpretiranja realnosti. Reklamni optimizam medijatizovanog društva je dekonstruisan cinizmom iskustva života u tranziciji, problematične i još uvek nerealizovane normalizacije životnog standarda, kao i prisutnih efekata globalizacije, neoliberalnog kapitalizma, distribucije sloboda, prava i vrednosti koje su vezane isključivo za ostvarivanje profita i obrt kapitala.

Zato **Ltd.** nije baš neka ljubavna pesma.

Jasmina Čubrilo