Fenomen masovne književnosti na primjeru Hrvoja Šalkovića

Zorc, Vlatka

Master's thesis / Diplomski rad

2012

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:142385

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Filozofski fakultet

Diplomski studij Hrvatskoga jezika i književnosti

Vlatka Zorc

Fenomen masovne književnosti na primjeru Hrvoja Šalkovića

Diplomski rad

Mentor: prof. dr. sc. Goran Rem
Osijek, 2012.

SADRŽAJ:

SAŽETAK 2

1. UVOD 3

2. MASOVNA I/ILI POPULARNA KULTURA 4

2. 1. MASOVNA KNJIŽEVNOST 10

2. 2. POPULARNO U HRVATSKOJ KNJIŽEVNOSTI 11

3. TKO JE HRVOJE ŠALKOVIĆ? 15

4. O ČEMU PIŠE HRVOJE ŠALKOVIĆ? 19

5. MEDIJSKA EKSPONIRANOST AUTORA 22

6. POPULARNO I MASOVNO NA PRIMJERU PROZE HRVOJA ŠALKOVIĆA 24

7. ZAKLJUČAK 33

8. LITERATURA 34

SAŽETAK

U ovom diplomskom radu pozornost je usmjerena na proučavanje Hrvoja Šalkovića kao autora popularne i masovne književnosti. Popularna i masovna književnost proizvodi su kulture u kojoj živimo i koja oblikuje nas, ali i sve što nas okružuje. To je popularna kultura koju proizvodi industrijska tehnika masovne proizvodnje, a jedini joj je cilj profit. Rezultat je industrijalizacije i urbanizacije koje dovode do urušavanja društvenih organizacija koje su spajale ljude. Takva kultura postaje dostupna svima te za njezinu upotrebu nije potrebno nikakvo posebno i dugotrajno obrazovanje.

Temeljni ciljevi rada su iščitati Šalkovićev romaneskni opus te istražiti karakteristike prema kojima on pripada masovnoj, a prema kojima popularnoj književnosti, proučiti medijsku eksponiranost autora i njegov život te utvrditi kakav utjecaj ostavlja na čitatelje i kojim se sve sredstvim pri tome služi. Pronađene karakteristike bit će potkrjepljene citatima iz djela.

Ključne riječi: popularna književnost, masovna književnost, Hrvoje Šalković

1. UVOD

U ovom diplomskom radu književni će opus Hrvoja Šalkovića biti analiziran i interpretiran spram obilježja prema kojima njegov opus može biti prepoznat kao popularna, odnosno kao masovna književnost. Djela na kojima ću iščitavati karakteristike masovne i popularne književnosti su *Pala karta, Zec na mjesecu, Oko cucka pa na mala vrata, Pravi se da ovo nisi vidio, Kombinacija d.o.o., Nulti meridijan*.

Najprije će, u drugom poglavlju, biti iznesene temeljne odrednice popularne i masovne kulture te čimbenici koji su utjecali na njihov razvoj, a potpomognute teorijama nekih od vodećih kulturalnih teoretičara kao što su Raymond Williams, John Fiske, Dominic Strinati, Dean Duda i drugi.

U trećem poglavlju opisano je stanje u hrvatskoj književnosti od devetnaestoga stoljeća do današnjih dana. Krešimir Nemec opisao je kako je izgledala popularna kultura nekada, a kako izgleda danas i na koji način se ona prezentira.

U četvrtom poglavlju opisan je javno dostupni dio života Hrvoja Šalkovića, pobrojana su djela koja je napisao i ukratko izneseni sadržaji pojedinih djela. Istaknuta je medijska eksponiranost autora koja uvelike određuje prodaju njegovih djela i osvajanje publike.

U petom poglavlju istraživane su karakteristike masovne i popularne književnosti na romanesknoj prozi Hrvoja Šalkovića. Sve pronađene karakteristke potkrjepljene su citatima iz djela.

Zadnja dva poglavlja čine zaključak i literatura. Zaključak donosi i ukratko predočuje osnovne zaključke analiziranoga te sintezu rada.

2. MASOVNA I/ILI POPULARNA KULTURA

U svojoj knjizi o ishodištima i problemima kulturalnih studija[1] Dean Duda navodi mišljenje Raymonda Williamsa[2] kako se kultura određuje prema tri dominantna načina. Prva je definicija *idealna*, i razumije kulturu kao „stanje ili proces ljudskoga usavršavanja u smislu određenih apsolutnih ili univerzalnih vrijednosti". Analiza kulture koja kreće od takvog razumijevanja usmjerena je na otkriće i opis vječnih vrijednosti u životu i djelima, i neprestano računa na univerzalnost ljudskoga stanja. Drugi općeniti način definiranja kulture Williams naziva *dokumentarnim*. Kultura je tu skup djela uma i mašte koja podrobno i na različite načine bilježe i pamte ljudske misli i iskustvo. Analitički postupak koji proizlazi iz takva shvaćanja je kritička djelatnost, odnosno vrednovanje i opis „naravi misli i iskustva, jezičnih detalja, oblika i konvencija". Treća je odredba *socijalna*, i u njoj je kultura definirana kao „opis posebnog načina života u kojemu se određena značenja i vrijednosti ne izražavaju samo u umjetnostima i učenosti, nego također i u institucijama i u svakodnevnom ponašanju". Socijala definicija pretpostavlja analizu kulture kao „pojašnjenje značenja i vrijednosti koje su implicitne i eksplicitne u posebnom načinu života, u posebnoj kulturi".[3]

Duda također navodi Williamsovu tvrdnju da: „svako društvo ima svoj oblik, svoje ciljeve i svoja značenja koja izražava u institucijama, umjetnosti i učenjima. Uz stečene, baštinjene ili poznate vrijednosti, društvo – zahvaljujući novim iskustvima, novim kontaktima, otkrićima i usporedbama – stvara dodatne ili nove. Kultura, pritom, ima dva važna aspekta. Jedna obuhvaća poznata značenja i smjerove, za koje su ljudi odgojeni i obrazovani, odnosno osposobljeni, a drugi se odnosi na nova zapažanja i značenja koja su ponuđena i koja se iskušavaju". (Duda 2002: 15)

Kultura je obična, piše dalje Duda, društveno locirana i oslobođena elitističke isključivosti, vezana uz sveukupan način života, uz svakodnevne djelatnosti koje također počivaju na određenim vrijednostima i proizvode značenje. Tako definirana, kultura se demokratizirala i zauzela prostore u kojima se pojavljuju fenomeni i diskurzi koji su do početka druge polovice dvadesetog stoljeća, zbog različitih razloga, uvelike bili izvan dosega interesa humanističkih disciplina. Jedan od

---

[1] Kulturalni su studiji kritička pedagogija, koja je potaknula intenzivno proučavanje popularne kulture u (post)industrijskom kapitalizmu. Više u: Dean Duda, *Kulturalni studiji*, AGM, Zagreb, 2002., str. 5

[2] Jedan je od utemeljitelja kulturalnih studija, najoriginalniji i najplodniji pisac i mislilac engleske kulture dvadesetoga stoljeća. Preuzeto s: http://www.raymondwilliamsfoundation.org.uk/RW.html (22. 9. 2012.)

[3] Usp. Dean Duda, *Kulturalni studiji*, AGM, Zagreb, 2002., str. 12.-13.

najvažnijih prostora, koji se pritom otvorio i ubrzo pretvorio u sustavno područje istraživanja, suvremena je popularna kultura, i to u rasponu od dnevnih novina i tjednih magazina preko glazbe, stilova života i reklama do radijskih i televizijskih emisija.[4]

Raymond Williams pojmu „popularno" nalazi tri značenja: 1. popularno je ono što se dopada velikom broju ljudi; 2. popularno obilježava kulturu koja je oprečna visokoj kulturi; i 3. popularno označava kulturu koju su ljudi proizveli sami za sebe. Dakle, popularna se kultura može uvjetno locirati na tri semantička pregiba: postoje predmeti, tekstovi ili prakse koji se dopadaju velikom broju ljudi i stoga ih možemo prepoznati kao elemente popularne kulture; popularna kultura je polje tih predmeta, tekstova i praksi, socijalno je drukčije locirana i razlikuje se od područja visoke kulture; i popularna kultura može vjerojatno i u naše vrijeme prije industrijskoga kapitalizma, označavati predmete, tekstove i prakse što su ih ljudi proizveli sami za sebe.[5]

Postavlja se pitanje zašto se narodna kultura povlači negdje na rub kao potonulo kulturno dobro, a područjem popularnog počinju cirkulirati kategorije popularne i masovne kulture? Duda također ističe tvrdnju Stuarta Halla[6] da: „mijene i razvitak kapitalizma obilježava manje ili više trajna kulturalna borba kada je riječ o onima koji rade, radničkoj klasi i siromašnima, i da od te činjenice mora poći svako proučavanje popularne kulture i njezinih transformacija. Kapitalu je stalo do reformi i u tom se nastojanju popularna kultura, tradicionalno obilježena strategijama otpora, mora nekako disciplinirati i preoblikovati. Popularna kultura, prema Hallovu mišljenju, nije ni jednoznačna struktura otpora, ni posve nametnuta forma. Mjesto na kojem popularna kultura nalazi svoj dom jest grad. Potrošački rituali, kino dvorane, klubovi, groznica subotnje večeri – urbane su popularne prakse moderne kulture. Locirane su u složeni kontekst urbanizacije, više ili manje divlje, porast gradske populacije i industrijalizacije koja donosi nove strategije raspolaganja dnevnim vremenom, vlakove, tramvaje i telefone, oštro odvajanje radnog vremena od vremena namijenjenog odmoru i zabavi" (Duda 2002: 104).

Suvremeni teoretičar popularne kulture John Fiske u svojoj knjizi *Popularna kultura* ističe da „ne može postojati popularna dominantna kultura jer se popularna kultura uvijek oblikuje u reakciji na sile dominacije, a nikad nije njihov dio. To ne znači da pripadnici dominantnih

[4] Više u: Dean Duda, *Kulturalni studiji*, AGM, Zagreb, 2002., str. 15.
[5] Usp. Dean Duda, *Kulturalni studiji*, AGM, Zagreb, 2002., str. 105.
[6] Stuart Hall kulturalni je teoretičar i sociolog, koji je zajedno s Raymondom Williamsom i Richardom Hoggartom osnovao Birmingham School of Cultural Studies. Preuzeto s: http://en.wikipedia.org/wiki/Stuart_Hall_(cultural_theorist) (22. 9. 2012.)

društvenih skupina ne sudjeluju u popularnoj kulturi, ali da bi to ostvarili moraju se prestrukturirati u odnosu na one koji su im dali društvenu moć, odnosno moraju biti u stanju operirati različitim oblicima pripadnosti. Popularno je određeno u otporu spram dominacije, kao reakcija, a popularna kultura nastaje u uvjetima podčinjenosti, u križanjima između kulturnih resursa koje nam nudi kapitalizam i svakodnevnoga života." (Fiske 2001: 54). Popularna se kultura, piše dalje Fiske, stvara iz industrijski proizvedene i distribuirane robe koja, da bi bila ekonomski održiva i time vrijedna postojanja, mora nuditi različite kulturne potencijale različitim društvenim formacijama.[7]

Duda navodi kako: „na početku dvadesetog stoljeća razdvajanje visoke (elitne) i popularne kulture utjelovljuju dominantni suvremeni mediji – novine, film, radio, televizija. U industrijski najrazvijenijim zemljama zapadnjačke demokracije, generacije ljudi obuhvaćene različitim zakonskim aktima o obveznom obrazovanju počinju već krajem devetnaestoga stoljeća kupovati dnevne novine i tjedne popularne magazine, od 1920-ih zahuktava se filmska hollywoodska industrija i započinje radijsko emitiranje, a u 1930-im kreće i televizija. U toj pluralnosti žanrova – novina, magazina, časopisa, radijskih i televizijskih oblika, oglašavanja, popularnih fikcionalnih tekstova („ljubić", „krimić" itd.) i glazbene industrije – na scenu stupa takozvana masovna komunikacija. Njezina praksa obuhvaća proizvodnju zabave i informacija nepoznatoj publici, iza njezina zastora nalaze se korporacije, industrijska proizvodnja, visoka tehnologija, ponekad državna regulacija, a u publici, naravno, milijunska privatna potrošnja. Popularna kultura postaje unosnom industrijom, proizvodi se za brojne potrošače koji su inicijalno zamišljeni i ubrzo definirani kao masa, a kultura koju proizvode masovni mediji i konzumira masa jest, po definiciji, na neki način masovna kultura. I ne samo to. Kultura u vremenu u kojemu je umjetničko djelo izgubilo svoju auru i u kojemu je omogućena njegova tehnička reprodukcija, u kojemu je jedinstvenost i neponovljivost ustupila mjesto homogenosti, socijalnoj nediferenciranosti i tržišnoj logici velikih brojeva – to je drugi lik područja popularnog, ono što obično zovemo popularnom i gdjekad masovnom kulturom" (Duda 2002: 105).

Dean Duda nudi konačno i moguće razlikovanje između masovne i popularne kulture pojašnjavajući kako kapitalizam nudi proizvode masovne kulture koji su nesavršeni i puni pukotina, a onda ih mi, u našim svakodnevnim životnim praksama, pretvaramo u proizvode popularne kulture i tako legitimiramo naš otpor spram dominantnoga poretka društvene moći. Popularna kultura

[7] John Fiske, *Popularna kultura*, Clio, Beograd, 2001., str. 196.

nastaje kao reakcija na ponuđeno, preklapa se s masovnom kulturom, ali postoji kao alternativna praksa, kao dislocirana taktika otpora.[8]

Suvremeni teoretičar popularne kulture i sveučilišni profesor sociologije Dominic Strinati u svojoj knjizi *An Introduction to Theories of Popular Culture* (1995.) piše da se osnovne postavke teorije masovnog društva odnose na dvojbene posljedice industrijalizacije i urbanizacije. Ogroman porast mehanizirane industrijske proizvodnje i porast velikih gusto naseljenih gradova smatraju se glavnim razlozima destabilizacije i slabljenja društava i vrijednosti koja su prvotno držala ljude zajedno. Radikalne promjene koje uključuju oslabljeni poljodjelski rad koji je povezan sa zemljom, destrukcija jake veze sela kao zajednica, slabljenje vjerskih i civilnih društava; sve se to povezuje s razvojem znanosti, rasprostiranje mehaniziranog, monotonog, otuđenog, tvorničkog rada, razvoj velikih gradova nastanjenih ljudima bez identiteta i odsutnost moralne integracije.[9]

Nadalje ističe da ta teorija pretpostavlja kako industrijalizacija i urbanizacija služe kako bi se stvorila tzv. atomizacija društva. Masovno se društvo sastoji, dakle, od atomiziranih pojedinaca, ljudi kojima nedostaje smislena moralna veza i međusobni odnosi. U masovnom društvu pojedinac je oslonjen sam na sebe, ima sve manje društava i institucija u kojima može naći vrijednosti po kojima će živjeti ili vlastiti identitet. Industrijalizacija i urbanizacija dovele su do urušavanja društvenih organizacija koje su ljude spajale, organizacije kao što su selo, obitelj, crkva, koje su im nekad davale smisao psihološkog identiteta, društvenog ponašanja i moralnog individualizma. Ljudi su u masovnom društvu atomizirani i društveno i moralno. Ne samo da su njihovi kontakti čisto formalni i ugovoreni, njima nedostaje i dublji smisao moralnoga integriteta.[10]

Dean Duda pak navodi da se za masovnu kulturu najčešće definiranu na tragu kulturne industrije kao kulturu *odozgo* ili kulturu *za* tržište, dakle, masovnu potrošačku kulturu, ipak mora ostaviti nešto prostora u području popularnoga.[11] I prema Strinatijevim je riječima za zaključiti kako se termin masovna kultura odnosi na popularnu kulturu koju proizvodi industrijska tehnika masovne proizvodnje, stavljajući ju na tržište javne potrošnje kako bi se zaradio profit. To je komercijalna kultura masovno proizvedena za masovno tržište. Masovna proizvodnja i masovno tržište ohrabrili su širenje masovne kulture. Glavni je element masovne kulture profit, a njena proizvodnja i prodaja

[8] Više u: Dean Duda, *Kulturalni studiji*, AGM, Zagreb, 2002., str. 118.
[9] Više u: Dominic Strinati, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, Routledge, London and New York, 2004., str. 5.
[10] Usp. Dominic Strinati, An Introduction to Theories of Popular Culture, Routledge, London and New York, 2004., str. 6.
[11] Više u: Dean Duda, *Kulturalni studiji*, AGM, Zagreb, 2002., str. 110.

ovisi o potencijalu masovnog tržišta. Ako kultura ne može proizvoditi novac, ona se neće proizvoditi. Ova teorija također naglašava učinkovitost masovne proizvodnje masovne kulture. Korištenje tehnika masovne proizvodnje i prodaje moraju donositi profit. Standardizirani, formulirani proizvodi masovne kulture rezultat su industrijske potrošne robe proizvedene rutinom, specijaliziranim pokretnim trakama u samoj proizvodnji. Potrošače masovne kulture smatra se pasivnim potrošačima koji su pod utjecajem i kojima se manipulira od strane masovnih medija da kupuju određene masovne proizvode. To je slika mase ljudi koji gotovo bez razmišljanja prihvaćaju i troše masovnu kulturu. Laskave i standardizirane formule masovne kulture razvile su se da bi prodale stvari potrošačima budući da se tiču svakoga pojedinca, pojedinca koji je otvoren za manipulaciju. Masovni potrošači imaju svoje emocije i osjetila kojima se manipulira, njihove se želje i potrebe iskrivljavaju, njihova očekivanja se eksploatiraju u cilju potrošnje namećući im isprazna zadovoljstva, zamjenske fantazije i kriva očekivanja. Masovna je kultura standardizirana, formulirana kultura koja se može ponavljati, koja zagovara trivijalna, sentimentalna, trenutna zadovoljstva kao suprotnost ozbiljnim, intelektualnim, vrijednim i autentičnim vrijednostima. Masovna je kultura, dakle, kultura kojoj nedostaju intelektualni izazovi i poticaji, a zauzvrat pruža jednostavna rješenja i fantazije. Ona ne zahtijeva od publike da misli i u tom smislu počinje određivati socijalnu realnost za masovnu publiku.[12]

Proizvodnja masovne kulture, dakle, kao cilj ima značajne kulturne vrijednosti visoke kulture učiniti dostupnima širokim slojevima, a pomoću sredstava masovnoga komuniciranja. Njezini sadržaji vrijede za sve društvene i svjetske kulturne sredine koje se nalaze na jednakom stupnju industrijskoga i civilizacijskoga razvoja. Masovnu kulturu odlikuje, prije svega, njezin reproduktivni karakter. Ona se serijski proizvodi za masovnoga potrošača. U tvorevinama masovne kulture sadržaj postaje najvažnija stvar, a ne estetska forma. Kultura tako postaje roba dostupna svima, a za njezinu konzumaciju nije potrebno nikakvo posebno i dugotrajno obrazovanje. Masovna kultura snižava vrijednost visoke kulture, svodi ih na prosječnost, originalnost pretvara u stereotip, a jedinstvenost i neponovljivost u serijsku proizvodnju.

U zadnjim je desetljećima kulturna industrija multiplicirala medijske spektakle na novim prostorima i područjima, sam je spektakl postao jedno od načela organizacije u ekonomiji, politici,

[12] Usp. Dominic Strinati, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, Routledge, London and New York, 2004., str. 11.-13.

društvu i svakodnevnom životu. Ekonomija zasnovana na internetu služi se spektaklom kao sredstvom za promoviranje, reproduciranje, cirkuliranje i prodaju roba. Medijska kultura kao takva izbacuje sve više tehnološki sofisticiranih spektakla kako bi osvojila publiku i uvećala svoju moć i dobit. Određeni oblici zabave prožimaju vijesti i informacije, a tabloidna info-zabavnjačka kultura postaje sve popularnija. Novi multimediji koji sintetiziraju oblike radija, filma, televizijskih vijesti i zabave, te nabujala domena kiber-prostora postaju spektakli tehno-kulture, generirajući ekspanzivna mjesta za informiranje i zabavu, pri čemu se intenzivira forma spektakla medijske kulture.

Na početku novog milenija mediji tehnološki sve više zadivljuju i imaju sve istaknutiju ulogu u svakodnevnom životu. Pod utjecajem kulture multimedijske slike, zavodljivi spektakli fasciniraju pripadnike medijskog i potrošačkog društva, uvlače ih u semiotiku novog svijeta zabave, informacije i potrošnje, koja uvelike utječe na mišljenje i djelovanje. [13]

[13] Usp. Douglas Kellner, *Medijska kultura i trijumf spektakla*; u: *Europski glasnik*, br. 13, Zagreb, 2008., str. 261.

2. 1. MASOVNA KNJIŽEVNOST

Pavao Pavličić u svome tekstu „Pučka, trivijalna i masovna književnost“, objavljenom 1987. u zborniku pod nazivom *Trivijalna književnost*, navodi kako masovna književnost pretpostavlja osobit način života, osobitu važnost informacija i osobitu ulogu medija. Ona podrazumijeva visok stupanj razvijenosti društva, iziskuje viši standard i razvijene medije. Pretpostavka je njezina, ukratko, zaseban medijski svijet s vlastitim zakonima i vlastitim granicama. Vrijednosti te književnosti nisu životne, nego medijima posredovane vrijednosti, koje se ipak predstavljaju kao životne vrijednosti. Nadalje, autor kaže da se zbog gore navedenih razloga taj tip književnosti pojavljuje tamo gdje postoje razvijena urbana središta s jakom medijskom djelatnošću. Začeci masovne književnosti mogu se naći u velikim europskim gradovima poput Pariza i Londona gdje se objavljuju priče, pa čak i neka vrsta stripova, u novinama i zasebnim publikacijama, o, primjerice, Jacku Rasparaču, kao i o znamenitim senzacijama koje su novine dugo obrađivale stvarajući atmosferu i kreirajući svijet koji su čitatelji samo preko novina poznavali. Osobit je slučaj Amerika između dva rata gdje se priče o pojedinim znamenitim ljudima i zbivanjima serijaliziraju i romansiraju u raznim medijima, a termin *story* počinje pokrivati reportažu i slične forme.[14]

Pretpostavka je masovne književnosti homogenizacija društva izazvana prije svega krugom vrijednosti koje su svima zajedničke, a te vrijednosti šire, a nerijetko i stvaraju, javni mediji. Upravo zato, ona se može zasnivati samo na onim vrijednostima koje su općekulturne, ili čak globalne, a ne na onima koje su specifične i jedinstvene ili koje stavljaju u pogon neka posebna iskustva. Masovna književnost, dakle, postoji samo ondje gdje su mediji jaki i gdje u životu pojedinca igraju važnu ulogu, pa su mu jedini izvor informacija o mnogim, i za njegov život važnim pojavama i zbivanjima.

Pavličić tako ističe da bi tipičan sadržaj masovne književnosti bila biografija kakve filmske, televizijske ili *rock*-zvijezde, pa onda memoari takve zvijezde ili literarno uobličen trač o njoj. U tu bi kategoriju također išli i oni literarni tekstovi u kojima se – književnim sredstvima – otkriva

[14] Pavao Pavličić, *Pučka, trivijalna i masovna književnost*, u: *Trivijalna književnost*, Radionica SIC, Beograd, 1987., str. 81.

„prava“ pozadina kakvoga važnog događaja iz bliže ili dalje prošlosti ili se na temelju stvarnih podataka o takvom događaju gradi fikcija o nečemu što se moglo dogoditi.[15]

2. 2. POPULARNO U HRVATSKOJ KNJIŽEVNOSTI

Krešimir Nemec u članku *Od feljtonskih romana i „sveščića“ do sapunice i Big brothera* piše kako je Hrvatska sve do sredine 19. stoljeća zaostala agrarna zemlja u kojoj se još uvijek održala feudalna društvena struktura. Budući da je industrija, ili manufaktura, bila slabo razvijena, građanstva je bilo vrlo malo i to uglavnom stranog, najčešće njemačkoga podrijetla. Mnogi su hrvatski gradovi još sredinom 19. stoljeća bili gotovo potpuno germanizirani. Pred hrvatskim je piscima bila zadaća najprije stvoriti hrvatsku pripovjednu prozu koja bi istisnula njemačku knjigu, uglavnom trivijalnu i omiljenu među čitateljstvom, a u tome su ključnu ulogu odigrale novine i časopisi koji su počeli objavljivati novele i feljtonske romane, ali sada sve više hrvatskih autora.[16]

Nemec pak u svojoj knjizi *Povijest hrvatskog romana od 1900. do 1945. godine* navodi i da je procvat popularnog romana bio uvelike potpomognut razvojem tiskarstva te novih oblika i distribucije, kao i izlaženjem literarnih časopisa, dnevnih novina i listova koji objavljuju romane u nastavcima. Isto tako započinje i praksa tiskanja romana u tzv. sveščićima. Romane-feljtone objavljuju „Prosvjeta“, „Dom i svijet“, „Hrvatska“, „Obzor“. Ti se romani kasnije, nakon uspjeha u novinama, tiskaju i u obliku knjige koje, s obzirom na naklade koje su postizale, predstavljaju prve naše uspješnice.[17]

Ključnu ulogu u afirmaciji hrvatskoga romana i stvaranju stalnog hrvatskog čitateljstva odigrao je u 19. stoljeću časopis »Vienac«, i to upravo redovitim objavljivanjem romana u nastavcima. Osim Šenoinih romana (*Zlatarovo zlato*, *Čuvaj se senjske ruke*, *Mladi gospodin*, *Vladimir*, *Branka*) u »Viencu« su tiskani i Kovačićevi romani *Baruničina ljubav* i *U registraturi*, zatim Gjalskijevi romani *U novom dvoru*, *Janko Borislavić*, *U noći*, *Đurđica Agićeva* i *Radmilović*,

[15] Pavao Pavličić, *Pučka, trivijalna i masovna književnost*, u: *Trivijalna književnost*, Radionica SIC, Beograd, 1987., str. 77.

[16] Više na: Krešimir Nemec, *Od feljtonskih romana i „sveščića“ do sapunice i Big Brothera*, preuzeto s http://www.hrvatskiplus.org, (3. 8. 2012.)

[17] Usp: Krešimir Nemec, *Povijest hrvatskog romana od 1900. do 1945. godine*, Znanje, Zagreb, 1998., str. 68.

Kozarčevi *Mrtvi kapitali*, itd. No do pravog širenja hrvatskoga recepcijskog obzora, a time i fragmentiranja društvene cjeline, dolazi tek na samom kraju 19. stoljeća, dakle u razdoblju koje književna historiografija obično naziva modernom. Od tada se više ne može govoriti samo o jednoj hrvatskoj čitateljskoj publici nego o više publika od kojih svaka preferira svoje književno štivo, u skladu sa svojim intelektualnim potencijalima i estetskim prohtjevima.

Nemec dalje piše da popularna književnost nakon Drugoga svjetskog rata bilježi daljnji uspon te da se realizira u brojnim oblicima pa hrvatska književnost dobiva prave književne obrtnike koji serijski proizvode raznovrsnu žanrovsku literaturu. Možemo je, uvjetno, razvrstati na *ženske* (ljubići, sentimentalni romani, doktorski romani, *chicklit*) i *muške romane* (krimići, trileri, avanturistički romani, špijunski romani, kaubojski, pornografski romani, ratni romani, SF). Među autorima treba osobito izdvojiti Milana Nikolića, koji je napisao tridesetak detektivskih i špijunskih romana te westerna, Nenada Brixyja koji je romane objavljivao u »Vjesnikovoj« visokonakladnoj biblioteci »Trag«, specijaliziranoj za krimiće, Anu Žube (pravo ime Ana Župan), autoricu vrlo nakladnih larmoajantnih ljubića, Janka Matka koji je stekao veliku popularnost pučkim rustikalnim romanima koji su se u kompletima prodavali u pedesetak tisuća primjeraka te Zvonimira Majdaka koji je, pod pseudonimom Suzana Rog, napisao naše prve prave pornografske romane. No u hrvatskom književnom sustavu taj je ogromni korpus, u odnosu na kanon, još prilično dugo tretiran kao *tamna zona* i kao svojevrsna »paralelna« produkcija koju književna historiografija sustavno prešućuje. Veselko Tenžera s pravom je pisao o dva razervata s dvjema književnostima:

»S jedne strane struja svijesti, novi roman, poetska aleatorika i esejiziranje, a s druge krimići, gusle javorove, televizija i pučki pjesnici i pripovjedači«. No postupno će se dešavati promjene u kojima će se dva književna »rezervata« sve više približavati. [18]

Od sedamdesetih godina i u hrvatskoj književnosti postupno se počinju brisati granice između elitne i masovne kulture, između »visoke« i »niske« književnosti. Opća nivelacija zahvatila je i prostor književnosti; svaka hijerarhizacija je dokinuta. Negdašnje opozicije visoko-nisko, ozbiljno-zabavno, kanonizirano-trivijalno gube se u općoj ravnodušnosti, uprosječenju i

[18] Više na: Krešimir Nemec, *Od feljtonskih romana i „sveščića“ do sapunice i Big Brothera*, preuzeto s http://www.hrvatskiplus.org, (3. 8. 2012.)

komercijalizaciji. Granice književne umjetnosti pomiču se sve više prema »dolje«, obuhvaćajući i produkciju koja se do tada u znanosti o književnosti obično smatrala subliterarnom. Odatle procvat proze koja otvoreno koketira s obrascima i postupcima trivijalne književnosti.

Ključna signatura postmodernizma jest prevlast popularne kulture producirane i distribuirane uz pomoć masovnih medija. Neki teoretičari stoga već govore o novoj *medijskoj kulturi* koja se danas nametnula kao vladajuća kultura masovne demokracije. Živimo u doba konzumerizma i »zabave bez granica«, a to znači pomak od prave vrijednosti prema stilu, od proizvodnje prema potrošnji. Postmoderni svijet više ne može odrediti značenja koja bi branila hijerarhijsku granicu između umjetnosti i masovne kulture. Apologija konzumerizma traži stalno nove marketinške atrakcije i strategije zavođenja masa, jer cilj je prodaja, prodaja i samo prodaja. A to znači profit. Njemu je podređeno sve: medijska posredovanja u nametanju ukusa, trendovska kritika koja je iz svoje prakse izbacila aksiološku komponentu, institucije književnih nagrada, uređivački trikovi, reklame, (samo)promocije.[19]

Nemec piše da hrvatska kultura sudjeluje u svim tim procesima primjereno svojoj veličini, stupnju ekonomskog razvitka, ali i nekim tranzicijskim specifikama. U pridobivanju čitatelja, tj. potrošača, koriste se već postojeća zapadnjačka (uglavnom američka) iskustva, ali ima i originalnih ideja. Prvi uspio spoj marketinga i literature osmislila je grupa FAK (Festival A književnosti), osnovana u svibnju 2000. godine. U međuvremenu se raspala (»samougasila«), ali izrasla je svakako u prvorazrednu medijsku atrakciju organizacijom festivala čitanja knjiga, estradnim turnejama i dobro smišljenim reklamnim potezima.

Zatim je došao projekt »knjiga uz novine«, koji još uvijek traje i kojemu se još ne naziru krajnji utjecaji na književnu proizvodnju i izdavaštvo. Nakon tiskanja knjiga prokušanih stranih autora, osmišljen je projekt »Biblioteka Premijera« za koju su hrvatski pisci pisali romane po narudžbi visokotiražnoga »Jutarnjeg lista«. Naklade knjiga poslovna su tajna, ali zasigurno obilno premašuju brojke koje bi ti isti romani postigli uobičajenom distribucijskom mrežom.

Hrvatska marketinška kuhinja rodila je i roman-projekt Zorana Lazića i Tončija Kožula *Gori domovina* (2005) u kome reklame čine sastavni dio romana, tj. one su prelomljene skupa s tekstom

[19] Više na: Krešimir Nemec, *Od feljtonskih romana i „sveščića“ do sapunice i Big Brothera*, preuzeto s http://www.hrvatskiplus.org, (3. 8. 2012.)

romana. Kao što se epizode televizijskih serija prekidaju reklamama, najčešće deterdženata i različitih sredstava za pranje, tako je ovdje tekst romana išaran reklamama. I, što je još zanimljivije, riječ je o reklamama proizvoda koje upravo koriste i likovi u romanu. Prije izlaska romana potencijalnom je čitatelju ponuđena zanimljiva mogućnost: mogao je, za nekoliko stotina kuna, kupiti svoje mjesto u romanu posuđivanjem vlastita imena nekome od likova. Osim medijske kampanje, samu pojavu romana popratio je i odgovarajući *soundtrack*, tako da možemo doista pratiti kompletnu marketinšku akciju u svim njezinim fazama: od narudžbe teksta od pisaca, reklamnih trikova u najavama romana, stvaranja medijske halabuke, promotivnih aktivnosti – sve za što bolju prođu na tržištu.[20]

Kad su u pitanju komercijalni interesi može se reći da su sve kombinacije u igri, ali i da su sve kratkotrajne i, zbog zasićenosti tržišta i medijskog prostora, brzo trošive.

[20] Usp: Krešimir Nemec, *Od feljtonskih romana i „sveščića“ do sapunice i Big Brothera*, preuzeto s http://www.hrvatskiplus.org, (3. 8. 2012.)

3. TKO JE HRVOJE ŠALKOVIĆ?

Hrvoje Šalković rođen je 29. rujna 1973. godine u Zagrebu. Diplomirao je Novinarstvo na Fakultetu političkih znanosti, a nakon toga otišao u London na nekoliko tjedana s namjerom da unaprijedi znanje engleskog jezika. U Londonu je ostao tri godine. Upisao je poslijediplomski studij na *University of Westminster*, a potom magistrirao 2000. godine. Šalković se nakon toga vraća u Zagreb i intenzivno posvećuje pisanju i putovanjima. Tijekom zagrebačkog, ali i londonskog studiranja, uspio je skupiti solidnu zbirku poslova kojima se bavio. Radio je kao anketar u Institutu primijenjenih istraživanja, kao trgovački putnik u tvrtki Opremanje, kao profesionalni vozač auto utrka (AK Delta, AK Siget), kao perač tepiha, vozač generala (Petković, Šlopar), urednik biltena autobojne, kao redar na koncertima, pomoćni skladištar na londonskom East Endu, vozač dostavnog kamiona tvrtke Army & Navy, prodavač tehničke robe na londonskoj tržnici Elephant & Castle (s partnerom Turčinom), zatim kao novinar, dopisnik iz Londona, predstavnik kanadske telekomunikacijske kompanije TIW u Hrvatskoj, PR menadžer marketinške agencije Status grupa, direktor ljevaonice željeza Vulkan d.o.o. [21]

Šalkovića je duhovno oblikovalo nekoliko autora. Jedan od autora koji je na Šalkovića ostavio traga je Momo Kapor. Šalković kaže: sjećam se trena, kada sam, između svih ostalih pročitanih stvari, naletio na Kaporove romane. Stvorio je nekoliko junaka koji su me jednostavno opčinili. Ponajprije George Popović iz *Knige žalbi*, te Pop iz romana *Ada*. To su bili likovi nevjerojatnih biografija i životnih puteva, ljudi koji su promijenili po tridesetak zanimanja u svojim suludim profesionalnim karijerama, ljudi koje je život bacakao na sve strane svijeta, kako mu se već prohtjelo. Želio sam živjeti život na način na koji su ga oni živjeli. Nisam si želio priznati da je sve to samo mrtvo slovo na papiru, samo plod bujne mašte Mome Kapora. Kapor je bio rođeni stilist, majstor koji je rečenicu valjao preko dva, ili tri lista papira, ulazio čitatelju u glavu, sugerirao oluju koja se iščitavala između redova. Ali ipak, od njega sam jedino naučio kako se vlada emocijom. Likovi George Popović i Pop, ali možda ponajviše Charlie, fiktivna figura iz *Beleški jedne Ane* postali su moji životni suputnici. Charlie je čak kasnije zaživio i kao vječiti suputnik na svim mojim putovanjima.“[22]

[21] Preuzeto s: http://www.shale.com.hr, (25.7.2012.)
[22] Preuzeto s: http://www.shale.com.hr/page.php?ln=hr&w=2&c=16, (25.7.2012.)

Kasnije je Šalković iščitavao domaću i svjetsku literaturu. Neka su ga djela dotakla, u manjoj ili većoj mjeri, ali ne može tvrditi da ga je bilo što od toga ozbiljnije duhovno oblikovalo. Možda su Kerouac, Kesey, Bukowski, Selinger, McCourt i Burroughs bili na dobrom tragu, sve dok mu se jednog dana nije ukazao „liksvevišnjeg“, gospodina Huntera S. Thompsona. Šalković ističe: „Već nakon nekoliko pročitanih redaka nabavio sam gotovo sve što je taj genije napisao. Ali naravno, ono što me doslovno sravnilo sa zemljom knjiga je *Strah i prijezir u Las Vegasu*. Pročitao sam je u vlaku koji tutnji australskom pustinjom, tamo negdje na pola puta od Adelaidea do Pertha, ne uspjevajući shvatiti kakvim se to tajnim tehnikama Hunter služio, kakvu je to magiju koristio da me u potpunosti usisa u svoj svemir. Kada sam pročitao prvih nekoliko redaka njegovog teksta izgledao mi je kao čovjek koji je u punoj ratnoj opremi iskočio Hektoru iz želudca, naravno, sav nakrcan opijatima i zdravim rezonom o svojem vremenu. Smjesta sam uočio razliku između njega i svih ostalih koje sam dotada u životu pročitao. Pisao je tečno i pitko, o naizgled sasvim običnim pijanjčevanjima i ilegalinim aktivnostima, ali na jedan sasvim poseban, uzvišen način, kao da ga se nije ticalo ništa što on nije obuhvatio svojim pogledom i poimanjem.“[23]

Šalković je istinski obožavatelj i fanatični sljedbenik upravo Huntera S. Thompsona[24], čovjeka koji je osmislio čitavu gonzo-priču. Čvrsto se pridržava zacrtanih načela, pa na putovanja odlazi na potpuno nekonvencionalan način, bez čvrstog plana kretanja i ponašanja. Pokušavajući ući u samu bit priče, po mogućnosti se uvaliti u nevolje, isprovocirati situaciju da pokaže zube, a onda sve to zapisati na gonzo način.[25]

---

[23] Preuzeto s: http://www.shale.com.hr/page.php?ln=hr&w=2&c=16, (31.8.2012.)

[24] Hunter Stockton Thompson poznati je američki novinar i pisac rođen 18. srpnja 1937. u Kentuckyju. Najpoznatije mu je djelo roman *Fear and Loathing in Las Vegas*. Ta je knjiga postala najbolji primjer gonzo stila, a mnogi je smatraju najboljim opisom početka kraja kako američkog sna, tako i kontrakulture 1960-ih. Dana 20. 2. 2005. Thompson je izvršio samoubojstvo, u svom oproštajnom pismu je kao razlog naveo starost i "nedostatak zabave". Preuzeto s: http://www.ljubuski-online.info/showtime/novosti/7519-hunter-s-thompson-tvorac-gonzo-novinarstva.html, (31. 8. 2012.)

[25] Subjektivna i posebna forma novinarskog izvještavanja, karakterizira ga upotreba citata, sarkazma, humora, pretjerivanja i psovki. Preuzeto s: http://sh.wikipedia.org/wiki/Gonzo_novinarstvo, (31.8. 2012.)

Za svoja putovanja Šalković kaže: „Eh, moja putovanja...to je ono najvažnije. To je ono što sam – ja. Sve ostalo, posao, socijalizacija, sve...to je samo način da se ubije vrijeme između dva putovanja“ (Šalković 2006: 256).

Proputovao je 109 zemalja na svih 7 kontinenata.

Ilegalno se provukao u Černobil. Ronio je s morskim psima u otvorenom moru pored Galapagosa. Tumarao je ledinama Antarktika, trčao s bikovima u Pamploni, ulazio u Ranchose Caracasa, jurcao motorom po Uskršnjem otoku, spavao u džungli Amazone. Na Novom Zelandu se uspeo na mitski Mordor, i tamo bacio izvjesni prsten. Surfao je plažama Costa Rice, verao se uz vulkane Nikaragve, razgledavao ruševine Maya u Hondurasu, jurio *ski-jetom* kraj koraljnih grebena Belizea. Jurio je pustopoljinama Južnoafričke republike i Swazilanda, sunčao se na obalama Mozambika. Jurio je gliserom kroz Vijetnam, jahao je slonove džunglama Laosa, plesao s Kubankama uHavani. Upadao je u nevolje: uhitili su ga na aerodromu u Melbourneu, a u New Orleansu gazda hostela ga je pištoljem istjerao u noć. Vlakom je prošao kroz sibirske pustopoljine, jahao je konje ravnicama Mongolije, pio vodu ravno iz Bajkalskog jezera, penjao se Kineskim zidom, smijao se u brk sjeverno korejskim vojnicima u Panmunjeomu, jurio japanskim vlakovima. Obilazio je filipinske vulkane, *partijao* po klubovima Šangaja, Jakarte i Sydneya, sunčao se na plažama Balija. Južnu je Ameriku proputovao od Caracasa na sjeveru, sve do Patagonije na samom jugu. Autobusom je obišao Boliviju i Peru, verao se zidinama Machu Picchua, obilazio nacionalne parkove Patagonije. Plesao je tango u Buenos Airesu, sunčao se na molovima Urugvaja. U Brazilu je prisustvovao obredu bijele magije, u Surinamu su ga strpali u pritvor. U Gvajani se budio pokraj čednih djevojaka, nakon što je pilotirao avionom na putu za slapove Kaieteur. U Kolumbiji je varao lokalnog švercera prodajući mu sumnjivi *laptop*. U Indiji je jahao s Beduinom po pustinji Rajasthana, slavio novu godinu u gradu Jaipuru, upadao na svadbe po Varanasiju i prisustvovao obrednom kremiranju na obali Gangesa. U Nepalu se družio s muzičarima, u Bangladešu je tumarao lokalnim tržnicama. Autom je projurio kroz Siriju, Jordan i Libanon, tumarao Damaskom, pentrao se zidinama drevnog grada Petre, gledao zalaz sunca u pustinji Wadi Ruma. Kupao se na Mrtvom moru, tulumario klubovima Beiruta. Pucao je iz bacača raketa i bacao bombe po džunglama Kambodže. Kockao je u Vegasu. Skitao se brazilskim plažama. Zatvarao je šankove po Miamiju i New Yorku. Ronio je s delfinima u Mexicu. Skijao je stjenjacima Rocky Mountainsa. Divljao je na karnevalu u New Orleansu. Vozio se autobusom Greyhound od jedne do druge američke obale. Putovao je vlakom od kraja do kraja Australije. Proputovao je svim

međunarodno priznatim europskim državama (uz dva odmetnuta teritorija - Transdniester i Sjeverni Cipar), od Rusije, Bjelorusije i Ukrajine na istoku, do Lisabona na zapadu, od Škotske, Norveške i Finske na sjeveru, sve dolje do juga Grčke. Sve to autobusom, vlakom, brodom, vlastitim automobilom ili autostopom.“[26]

Šalković o samome sebi kaže: „...s intenzivnim sam gibanjem započeo prije dvanaest godina, i u tih dvanaest godina proputovao sam ravno stotinu zemalja, na svih sedam kontinenata naše male planete. Što se mene osobno tiče, planet Zemlja je prekrasno igralište, gdje se ja, dijete zarobljeno u tijelu odraslog čovjeka – igram. Proputovao sam puno, doživio sam svašta...pričao sam, plesao i pio s likovima kakve većina ljudi nikad ne vidi niti na televiziji. Uvijek sam se zezao, nikada nisam mudrovao... (barem ne javno, svoje dubine, pitanja i sumnje sam uvijek sačuvao samo za sebe), ali od putovanja nikada nisam radio mistični teatar, nego samo potrebu da se dijete što bolje poigra sa svojim igračkama (državama). Čudan se svijet otvara, a ja jednostavno – putujem. Natovarim naprtnjaču na leđa i udarim se kretati...tjeraj ravno, samo naprijed, bez zastajkivanja. Sve što mi treba je cesta pod nogama i torba koju teglim na ramenima.

Tamo se nalazi baš sve.

Ono na dnu, gdje su hlače i majica – to je ormar.

Ono u desnom pretincu, gdje čuvam napolitanke – to mi je kuhinja.

Onaj smotuljak u koji sam ugurao vreću za spavanje – to je spavaća soba.

Ništa više od toga mi, zapravo, i ne treba...“ [27]

Od posebnih životnih dostignuća Šalković neće izdvojiti akademske titule, književnu nagradu ili prva mjesta na ljestvicama čitanosti, niti će se hvaliti brojem zemalja koje je posjetio. Zato će uvijek reći da je čvrsto prijateljstvo s pedesetak ljudi naseljenih diljem planeta jedino na što je istinski ponosan.[28]

[26] Preuzeto s: http://www.shale.com.hr, (25.7.2012.)
[27] Preuzeto s : http://www.shale.com.hr, (25.7.2012.)
[28] Preuzeto s: http://www.shale.com.hr/page.php?ln=hr&w=1&c=0&pc=0&p=3, (25.7.2012.)

4. O ČEMU PIŠE HRVOJE ŠALKOVIĆ?

Hrvoje Šalković pisanjem se intenzivno bavi od 1998. Te je godine, za boravka u Londonu, napisao tridesetak kratkih priča. Nije žurio s objavljivanjem, nego se posvetio poslijediplomskom studiju na *University of Westminster*. Tamo Šalković usko surađuje sa slavnim profesorom Johnom Keanom[29], s kojim prolazi englesku školu pisane riječi. Nakon obrane magistarskog rada i povratka u Zagreb, Šalković je 2002. napravio selekciju od osamnaest priča koje je objavio pod naslovom *com.opanci.com.obojci*[30].

Osim zbirke kratkih priča, Šalković je autor šest romana, a prvi roman *Pala karta*[31], objavljuje godinu dana nakon zbirke kratkih priča *com.opanci.com.obojci*. Roman *Pala karta* nastao je kao logičan slijed zapisa s putovanja, takozvanih *week reporta* koje Šalković čitavo desetljeće šalje prijateljima s raznih skitnji. Spomenuto se putovanje dogodilo u siječnju i veljači 2002. godine, a podrazumijevalo je odlazak u Ameriku bez čvrstog plana kretanja, ali s luđačkom željom da se tamo ostane što duže uz, što je moguće, više dogodovština. Šalković je neko vrijeme proveo u New Orleansu, gdje ga je zatekao legendarni karneval Mardi Gras, nakon kojega je odletio u Chicago pa se autobusom odvezao sve do Colorada. U romanu su svi likovi, opisi gradova, hostela, krčmi i kolodvora autentični.[32]

Nakon romana *Pala karta*, Šalković 2006. objavljuje roman *Pravi se da ovo nisi vidio*.[33] *Pravi se da ovo nisi vidio* roman je ceste u kojem se odmotava vrpca putovanja i hedonističkih avantura Domagoja, bivšeg taksista, australskog Hrvata, čiji je pasivni život bio uronjen u rutiniziranu, profanu svakodnevicu koju se naglo prekida zahvaljujući slučajnom susretu s Charliejem, pustolovom s vizijom, čijem golemom životnom iskustvu po bogatstvu konkurira još jedino njegova mašta. Živopisni Charlie se javlja kao antipod Domagoju, kao utjelovljenje pustolova i avanturista koji je u Domagoju latentno tinjao, ali se, sve do susreta s Charliejem, nije našao neki vanjski poriv koji bi ga probudio. Osvježenje koje roman donosi, u odnosu na recentnu domaću

---

[29] Australac John Keane sveučilišni je profesor političkih znanosti na Sveučilištu u Westminsteru i na *Wissenschaftszentrum* u Berlinu (WZB). Jedna od najpoznatijih knjiga mu je *The Media and Democracy* (1991), svojedobno prevedena na više od 25 jezika. Preuzeto s: https://www.csidonline.org/annual-conference/7th-annual-conference/67/315, (31.8.2012.)

[30] Hrvoje Šalković, *com.opanci.com.obojci*, Budvina, Zagreb, 2002.

[31] Hrvoje Šalković, *Pala karta*, Nova stvarnost, Zagreb, 2003.

[32] Preuzeto s: http://www.shale.com.hr/page.php?ln=hr&w=4&c=5 (26. 7. 2012.)

[33] Hrvoje Šalković, *Pravi se da ovo nisi vidio*, VBZ, Zagreb, 2006.

književnu produkciju, svakako je minimalno referiranje na našu zbilju. Osim što dosta referira na glazbu, roman nemalo duguje i filmu, tipično filmskim scenarističkim dosjetkama i rješenjima. Osim toga, pršti pozitivnom energijom, obogaćenom naivnošću glavnog lika, njegovom nadom da će se ono najbolje tek dogoditi, vjerom da je štošta moguće samo treba htjeti, konstantnom nezasitnošću za novim i nepoznatim.[34]

Godinu dana kasnije objavljuje Šalković treći svoj roman, pod naslovom *Zec na mjesecu*.[35] Roman govori o Teu Medeniću, bageristu i vlasniku građevinske tvrtke s diplomom komparatista književnosti u džepu, o tome kako je prodao tvrtku u želji da postane pisac, te o pripremama za vjenčanje, o zagrebačkoj špici i njezinim ušminkanim ljepoticama, o djevojkama koje nikad ne dočekaju svoje prinčeve, o snobovskim zagrebačkim kafićima, o londonskim striptizetama, o muškome prijateljstvu i urnebesnoj momačkoj večeri za koju treba imati petlje. [36]

Četvrti roman Šalković objavljuje 2008. godine pod naslovom *Oko cucka pa na mala vrata*.[37] Roman je to o četvero diplomiranih sociologa koji se odlučuju na potez za koji ih nije spremio fakultet, ali život, nažalost, jest: opljačkat će banku u središtu grada. Riječ je o pametnim mladim luzerima, čija je sudbina dobrano uvjetovana načinom na koji su odrasli. U idejnom smislu okosnicu romana čini problem zlostavljana i zanemarivanja djece u obitelji, a u fabularnom smislu priču nosi već spomenuta pljačka banke i ljubavna veza na daljinu. Roman je pisan u dahu, u dobro poznatom Šalkovićevu tonu i izričaju, s mješavinom vrlo duhovitih i izuzetno emotivnih dijelova.[38]

Godinu dana nakon objavljivanja romana *Oko cucka pa na mala vrata*, Šalković objavljuje svoj peti roman pod naslovom *Kombinacija d.o.o.*[39] *Kombinacija d.o.o.* roman je koji progovara o Šalkovićevoj poduzetničkoj dionici, u dobu u kojem je obnašao funkciju direktora u izvjesnoj ljevaonici željeza. Prikazuje se svijet parainstitucionalizirane kleptomanije, plavih koverti i „prijateljskih savjeta“ kroz oči glavnoga lika Luke, zagrebačkog momka koji se davno otisnuo u SAD, gdje se školovao, potom osnovao uspješnu reklamnu agenciju i spretno je prodao u pravi

---

[34] Preuzeto s: http://www.hrvatskiplus.org/index.php?option=com_content&view=article&id=497:hrvoje-alkovi-rpravi-se-da-ovo-nisi-vidiol&catid=39:prikazi-kritike&Itemid=73), (26.7.2012.)
[35] Hrvoje Šalković, *Zec na mjesecu*, VBZ, Zagreb, 2007.
[36] Hrvoje Šalković, *Zec na mjesecu*, VBZ, Zagreb, 2007.
[37] Hrvoje Šalković, *Oko cucka pa na mala vrata*, Profil, Zagreb, 2008.
[38] Preuzeto s: http://www.shale.com.hr/page.php?ln=hr&w=4&c=8, (26.7.2012.)
[39] Hrvoje Šalković, *Kombinacija d.o.o.*, VBZ, Zagreb, 2009.

trenutak, prije početka recesije. On se sada nakratko vraća u rodni grad da bi pomogao rođaku Borisu oko prodaje ljevaonice željeza, koju je upravo naslijedio od oca.[40]

Šesti roman, za sada posljednji koji je napisao Šalković, objavljen je 2011. pod naslovom *Nulti meridijan*.[41] *Nulti meridijan* autobiografski je, putopisni roman koji se oslanja na Šalkovićevo devedeset i sedam dana dugo putovanje oko svijeta**.** U tom je periodu putovao Rusijom, Mongolijom, Kinom, Korejom, Japanom, Filipinima, Malezijom, Singapurom, Indonezijom, Australijom, Novim Zelandom, Čileom, Antarktikom, SAD-om te karipskim državama. Šalković je doslovno putovao, svojim osebujnim načinom, koji podrazumijeva kretanje luđačkim tempom, bez odmora i sna. Za razliku od većine turista i putnika koji uglavnom nekamo odlete, pa tamo borave, Šalković zaista putuje. Sukladno modernom putopisnom štivu, on sebe stavlja u središte priče, progovara o svojem osobnom viđenju upijanja životnih iskustava koje nudi cesta, ne idealizira niti jednu društvo, grad ili građevinu. Jedino što idealizira je putovanje samo.

Put ovom piscu velikodušno nudi interakciju s mnogim osebujnim likovima, koje opisuje kao ljude koje je 'teško vidjeti čak i na televiziji'. Pisac se s njima druži, provodi, povjerava im se i sluša njihove životne ispovijedi. Kada progovara o zemljama ili gradovima, on ih promatra i opisuje očima sretnog djeteta, koje zaigrano i opušteno skita planetom. Roman je lišen pretencioznog traganja za 'prazninom taštine', pisan je u duru, na vedar način. U ovom romanu Šalkovića nije bilo strah ogoliti se do potpunosti. Nulti meridijan potpuno je autentično štivo, romaneskna verzija putnog dnevnika, svi su događaji i likovi potpuno stvarni, a svaka je rečenica istinski proživljena. Šalković je prvi čovjek iz Hrvatske, i iz čitave regije, koji je proputovao stotinu zemalja na svih sedam kontinenata. Roman *Nulti meridijan* vrhunac je njegove putničke i spisateljske karijere.[42]

[40] Preuzeto s: http://www.booksa.hr/kolumne/kritika-104-hrvoje-salkovic (26. 7. 2012.)
[41] Hrvoje Šalković, *Nulti meridijan*, Ljevak, Zagreb, 2011.
[42] Preuzeto s: http://www.goodreads.com/book/show/13048461-nulti-meridijan, (26.7.2012.)

5. MEDIJSKA EKSPONIRANOST AUTORA

Osobu Hrvoja Šalkovića čini mnogo toga – čitan i popularan pisac šest proznih knjiga, dobitnik VBZ-ove nagrade za najbolji neobjavljeni roman 2006. godine, uspješan poduzetnik i vlasnik tvrtke koji piše prvenstveno iz gušta, rado viđen gost raznih rubrika ženskih revija, svjetski putnik i bivši vozač automobilskih utrka. Osim svega navedenog, ili baš zbog toga, Šalković je osoba koja je intenzivno medijski eksponirana.

Od 2006. godine do danas Šalković je dao dvadesetak televizijskih, pedesetak radijskih i stotinjak intervjua tiskanim medijima. Što se tiče tiskanih medija, njegovi se intervjui mogu pronaći u *Večernjem listu*, *Jutarnjem listu*, *Vjesniku*, *Slobodnoj Dalmaciji*, *Globusu*, *Gloriji*, *Glasu Slavonije*, *Glasu Zadra*, *Glasu Istre* i drugdje. Svoje je putopise objavljivao u *Jutarnjem listu*, *Večernjem listu*, *Extri*, *Gloriji*, kao i na portalima www.net.hr, www.tportal.hr, www.nacional.hr i www.jutarnji.hr. [43]

Na internetskoj stranici www.shale.com.hr mogu se pronaći sve informacije o životu Hrvoja Šalkovića, njegovim djelima, putovanjima, putopisanju, ali i o onome što mediji misle o njemu i to potpuno iskreno, bez uljepšavanja. Ipak bi se moglo reći da se Hrvoja najbolje prati preko *facebookove* stranice pod nazivom *Gonzo putopis uživo*. Na toj stranici saznajemo informacije o Šalkovićevim dogodovštinama s putovanja, o njegovim stavovima i razmišljanjima o svemu što se oko njega zbiva, o njegovoj trenutnoj lokaciji, ali pronalazimo i informacije o tome gdje se i na koji način mogu kupiti njegove knjige. Na putovanjima svoje obožavatelje redovno obavještava u kojem se gradu ili državi nalazi, objavljuje slike kako bi im približio mjesta koje je posjetio, ali i nagrađuje onoga koji mu da najbolji prijedlog što da napravi u mjestu u kojem se nalazi. Tako su na posljednjem putovanju osobe, koje su mu dale najbolji prijedlog, osvajale mobitele na poklon.

Šalković rado pomaže i daje savjete onima koji ne znaju kamo otputovati, a pitali su ga za savjet ili preporuku. Neki su vođeni upravo njegovim primjerom odlučili putovati, pa Šalković kaže: „Moji su romani i putopisi naišli na dobar odjek kod publike. Svakog dana primim nekoliko *mailova* od čitatelja koji mi pišu kako sam im promijenio život svojim romanima. Neki idu toliko daleko pa uzimaju slobodne godine na fakultetima, pa odlaze na daleka putovanja s mojim knjigama pod miškom.“[44]

---

[43] Preuzeto s : http://www.shale.com.hr , (28. 7. 2012.)
[44] Preuzeto s : http://www.shale.com.hr , (28. 7. 2012.)

Zbog svoje pristupačnosti i otvorenosti prema publici uživa mnoge simpatije. Jedan od načina na koji se predstavio široj publici bilo je i sudjelovanje u HRT-ovoj emisiji *Ples sa zvijezdama*. Bez velikog ustručavanja Šalković je pokazao cijeloj naciji da je antitalent za plesanje i time vjerojatno osvojio mnoge nove čitatelje, kako one mlađe tako i one starije, koji za njega do tada nisu ni znali.

6. POPULARNO I MASOVNO NA PRIMJERU PROZE HRVOJA ŠALKOVIĆA

Hrvoje Šalković mladi je pisac koji je svoju čitateljsku publiku prvenstveno pridobio čestim pojavljivanjem i predstavljanjem u masovnim medijima. Dajući intervjue dnevnim novinama, časopisima, pojavljujući se u televizijskim emisijama kao što su *Ples sa zvijezdama*[45] ili *Red Carpet*[46], pišući svoje doživljaje na putovanjima, stavove, razmišljanja, objavljivanjem slika iz svih krajeva svijeta na *facebook* stranici *Gonzo putopis uživo*, Šalković se u potpunosti približio čitateljima i osvojio njihovu naklonosti, kako mladima tako i onima starijima.

Upravo ovim načinom pridobivanja čitateljstva, pomoću masovnih medija, koji pojedincu, kako, već smo pisali, kaže Pavao Pavličić, igraju važnu ulogu, Šalković pripada autorima masovne književnosti. Pojedinac-čitatelj preko medija u kojima se Šalković pojavljuje dobiva informacije o mnogim, za njega važnim pojavama i zbivanjima. Tako na spomenutoj stranici *Gonzo putpis uživo* čitatelj može vidjeti kojim je sve zemljama Šalković putovao, a onda i pronaći u kojem se njegovu putopisu te zemlje opisuju, na kojim internetskim stranicama ili u kojoj se knjizi nalaze.

Još je jedna bitna karakteristika kojom se Šalković spretno i često služi, a to je komeracijalizacija. Šalković je uspio uskladiti svoja putovanja kao izvsnu reklamu za određene proizvode koji su mu ujedno sponzori na putovanjima. Primjerice, Šalković će određenu marku mobitela na *facebookovoj* stranici nahvaliti; kako ima signal i wi-fi vezu u uvjetima u kojima je inače nemoguće to pronaći, a obavijest će ciljano vidjeti veliki broj ljudi tj. članova grupe. Na taj će način Šalković odraditi uspješnu reklamnu kampanju, koja će njegove sponzore izaći mnogo jeftinije, nego da plaćaju skupe reklame na televiziji ili radiju.

Šalković na mnoge načine pridobiva čitateljstvo, a jedan od načina je i da svoj roman učini dostupnim svima. Tako je prije nekoliko mjeseci Šalković svoje čitatelje na *facebookovoj* stranici obavijestio da je roman *Pala karta* pušten u prodaju na kioscima *Tiska* po simboličnoj cijeni. Na taj način djelo je postalo dostupnim i onima koji su imućni, ali i onima slabijeg financijskog statusa.

---

[45] Ples sa zvijezdama zabavna je emisija HRT-a u kojoj se osam parova (profesionalni plesač/plesačica u paru s poznatom osobom) natječu u plesu. U svakoj emisiji (osim prvoj) ispada par koji ukupno (zbroj sudačkih ocjena i glasova TV gledatelja) ima najmanje ocjene. Preuzeto s: http://hr.wikipedia.org/wiki/Ples_sa_zvijezdama (22. 9. 2012.)

[46] Red Carpet hrvatski je televizijski zabavni magazine koji se vijestima iz života bogatih i slavnih. Preuzeto s: http://hr.wikipedia.org/wiki/Red_Carpet (22. 9. 2012.)

John Fiske, među ostalim, navodi da: „popularna kultura teži pretjerivanju te su stoga pretjeranost i očiglednost središnje karakteristike popularnog teksta“. (Fiske 2001: 133) Tu pretjeranost često možemo čitati i u Šalkovićevim prozama, a djelo u kojem je taj element najzastupljeniji svakako je roman *Pravi se da ovo nisi vidio*. Najčešće se pretjeruje u opisivanju količine alkohola koju likovi popiju, a pretjeruje se i u pričama koje lik Charlie priča ljudima na koje nailazi tijekom putovanja:

„Pronašli smo dućan i kupili desetak boca viskija, pet boca tekile, dvadeset malih bočića ruma, šezdeset limenki piva, kilu limuna i kutiju napolitanki“ (Šalković 2006: 100).

„ – Prema pravilima žonglerske federacije, pobjednik je onaj koji najdulje žonglira s najviše čunjeva. I tako ja uzmem tri čunja pa ih počnem bacati u zrak. Pa četvrti, peti, šesti i sedmi. Počnem se zezati, zgrabim neku ženu iz publike i stanem i nju bacati zajedno s čunjevima. I to mi je bilo dosadno, pa sam bacio i dvojicu iz žirija i neku časnu sestru što je prolazila preko trga. Bacam ja tako sve njih, legnem na leđa, pa ih vrtim stopalima...dohvatio sam autobus na kat što je prelazio preko trga i još nekog smetlara što je tuda prolazio s kolicima...“ (Šalković 2006: 126-127).

Nadalje Fiske dodaje: „Pretjerivanje obuhvaća elemente parodijskog, a parodija nam omogućava da se rugamo konvencionalnom, da izbjegnemo njegov ideološki utjecaj, da njegove norme okrenemo protiv njih samih“ (Fiske 2001: 133). Takav način pretjerivanja s elementima parodijskoga može se pronaći u svim Šalkovićevim djelima. Izdvojit ću primjere iz romana *Zec na mjesecu, Kombinacija d.o.o., Pravi se da ovo nisi vidio* u kojima susrećemo upravo ruganje društvenim konvencijama:

„Uključio sam televizor. Na prvom programu direktan prijenos zasjedanja Sabora. Neka zastupnica predlaže zakon o dimenzijama osvježivača u pisoarima javnih WC- a. Ugasio sam televizor“ (Šalković 2007: 122)

„ – A koliko je godina imao taj stari inžinjer?

- Umirovio se u sedamdeset i prvoj. Vaš je pokojni ujak imao sedamdeset i dvije kada je otišao, bog mu dušu prosti. Stara Biba...ovaj, gospođa šefica računovodstva ima šezdeset i četiri, pravnik šezdeset i tri, a ona dva mladića koji se bave prodajom i nabavom, oni su isto godište. Mislim da imaju pedeset i devet godina“ (Šalković 2009: 33).

„Za potpuni oprost grijeha tražio je od mene da odradim tri Očenaša i tri Zdravomarije. Rekao sam kako pristajem na sve. Izašao sam iz rezidencije i zaustavio prvog svećenika na kojeg sam naletio. – Čovječe dobri – rekao sam mu – Papa je ljut na mene, daj me na brzinu upoznaj s tri zgodne žene. Neka budu zdrave, neka se sve tri zovu Marija i daj nekako sredi da svaka dođe s ocem“ (Šalković 2006: 82-83)

„ – Osnivač sam Udruge za zaštitu rubnog kamenca u Vlaškoj ulici. Udruga broji pet članova i nitko ništa ne radi. Zatim sam osnovao Udrugu za prava nacionalnih većina, djelujemo već tri godine bez ikakvog učinka. Okušao sam se i u politici, na izborima sam se kandidirao kao predsjednik Stranke za borbu protiv krađe limuna iz pisoara, ali nisam prošao izborni prag. I na kraju, ovo najvažnije, osnovao sam Udrugu za borbu protiv dosade i tu sam veoma aktivan.“(Šalković 2006: 130).

Siromaštvo pojedinačnog teksta u popularnoj kulturi povezano je ne samo sa njegovim intertekstualnim postupcima čitanja, već i s njegovom efemernošću i sklonošću ponavljanjima. Siromaštvo pojedinačnog tekst i isticanje neprestanog kruženja značenja znači da je popularna kultura obilježena ponavljanjem i serijskim nizanjem, što joj, pokraj ostalog, omogućava da se lako uklopi u rutine svakodnevnog života.[47]

Prema spomenutoj sklonosti ponavljanju prisutnoj i u Šalkovićevim romanima, možemo reći kako oni pripadaju popularnoj kulturi. Primjerice, u romanu *Zec na mjesecu* glavni lik Teo na početku svakog poglavlja uključuje televizor, nakon toga nezadovoljan programom koji se prikazuje, gasi televizor i izlazi iz stana. Isto kao i početak poglavlja i kraj je najčešće isti; Teo ili svoju djevojku Dinu odnosi u krevet te liježe kraj nje ili jednostavno legne pokraj nje i zaspe. I u romanima *Pravi se da ovo nisi vidio* i *Nulti meridijan*, svaka večer završava jednako; izlaskom u neki od lokalnih klubova u državi u kojoj se glavni lik zatekao, ispijanjem velikih količina alkohola koje rezultira ponekad gubitkom svijesti i zaboravljanjem što se dogodilo u ostatku večeri.

Ovakvi bi se postupci u tekstu mogli čitati i kao autorovo nastojanje da automatizira i donekle standardizira tekst, a što su obilježja proizvoda masovne kulture, prateći jednoličnost i beskonačno ponavljanje u životima svojih junaka, a tako tipično za masovno društvo kojemu

[47] Više u: Fiske, *Popularna kultura,* Clio, Beograd, 2001., str. 146.

pripadaju. Iako se ponekad može učiniti kako se upravo putovanjima glavnih junaka ili samoga autora te raznovrsnim i mnogobrojnim događajima na tim putovanjima pokušava „iskočiti“ iz rutine i učmalosti svakidašnjih života, to im ipak ne uspijeva često:

„Polako sam otključao vrata i ušuljao se u dnevnu sobu. Dina je još uvijek spavala na kauču. Prišao sam joj, poljubio je, uhvatio ispod nogu i oko pasa i odnio u krevet spavaće sobe. Vratio sam se nazad, ugasio televizor, pobacao odjeću po podu i skljokao se kraj nje“. (Šalković 2007: 72)

„Charlie je otključao šank i počeo točiti piće...jedna me djevojka obgrlila oko pasa...Živio orjentalni turizam – pomislio sam. Sada ili nikada, zgrabio sam čašu, istresao sadržaj u grlo i okrenuo se prema njoj. Napučila je usne. Zavrtjelo mi se u glavi i izgubio sam svijest“ (Šalković 2006: 93).

„Šutke smo otpijali gutljaje vina i uživali u svirci. Tu me presjeklo, ruke su se počele tresti, a glava je padala na stol. Daljnji su događaji obavijeni velom magle. Mislim da smo otišli u još nekoliko barova, ali ne sjećam s točno koje“ (Šalković 2011: 122)

Fiske također ističe da: „popularni tekstovi moraju nuditi popularna značenja i zadovoljstva – popularna značenja konstruirana su iz odnosa između teksta i svakodnevnog života, a popularna zadovoljstva proizlaze iz proizvodnje tih značenja među ljudima, iz moći da se ona proizvede. Popularna zadovoljstva moraju sadržavati elemente skandaloznog, uvredljivog, vulgarnog, suprotstavljenog“. (Fiske 2001: 147)

Šalkovićeva se djela lako i brzo čitaju i nije potrebno biti visoko obrazovan kako bi se to djelo razumjelo[48], a nije potrebno ni izdvojiti previše slobodnog vremena za čitanje kojeg ionako u današnjem užurbanom načinu života nema. On izabire popularne teme koje su karakteristične za vrijeme u kojem živimo i za svakodnevni život, a neke od njih su: mito i korupcija u tvrtkama, mladi intelektualci koji zbog nezadovoljstva odlučuju opljačkati banku, putovanja svim krajevima svijeta...

[48] Dominic Strinati u svojoj knjizi navodi Adornova zapažanja, posebice na primjeru popularne glazbe, o nepotrebnosti više razine obrazovanja da bi se konzumirala popularna glazba, dok je za razumijevanje klasične glazbe ipak potrebno biti primjereno glazbeno obrazovan. Adorno također navodi dva značajna obilježja proizvoda popularne kulture – standardizaciju i pseudoindividualizaciju. Više u: Dominic Strinati, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, Routledge, London and New York, 2004., str. 54-66.

U svojim putopisnim romanima Šalković čitatelja obavještava o zgodama na putovanju i svemu viđenom te mu na taj način približava različite zemlje svijeta i njihove običaje. To navodi i Dean Duda, kao karakteristiku putopisa, u svojoj knjizi *Priča i putovanje*: „biti u nepoznatoj kraju ili dalekoj zemlji i potom ispričati svoje doživljaje znatiželjnima, predstavlja ishodište pripovjedne komunikacije putopisa. Za one koji nisu upućeni, putnikove zgode su novost. Na putu se doista svašta može dogoditi, svašta se može zaplesti i nužno je to zainteresiranima ispripovijedati.“[49] Šalkoviću se svašta događa na putovanjima, ali te događaje donosi na jednostavan i humoristični način.

Elemente popularnog zadovoljstva koja navodi Fiske pronalaze se počesto u Šalkovićevim romanima (standardizacija). On ih koristi kako bi potaknuo čitatelja na daljnje čitanje, ali i kako bi pružio svakom čitatelju neku vrstu zadovoljstva, zavisi kojemu se čitatelju što sviđa (pseudo-individualizacija).

Kao element skandaloznoga izdvojit ću primjer iz romana *Pala karta*. Primjer prikazuje svađu dvojice mladić zbog djevojaka, a rezultira potezanjem pištolja i protjerivanjem glavnog lika iz hostela:

„Znaš u čemu je problem? Problem je što si ti jedan pravi *cock blocker*. Znaš li što znači *cock blocker* dečko? To je seronja koji svojom glupom pričom sprječava prave momke da poduzimaju pravu akciju s djevojčicama. I ne samo da si *cock blocker*. Ti si jebeni seronja. Seronja, razumiješ li me, dečko?... vidiš dečko od ovog trena nisam menadžer. Od sad sam samo Ruth. I znaš li što ću sada učiniti? Uzet ću pištolj s recepcije i ustrijeliti te kao psa“ (Šalković 2012: 59).

Element uvredljivog može se pronaći u svakom romanu. Šalković kritizira način života ljudi; prvenstveno onih ljudi koji ništa ne poduzimaju kako bi promijenili monotonost života kojim žive, ali i onih koji odustaju od životnih snova i prepuštaju se životnom tijeku. Način na koji se obruši na takve ljude često je uvrjedljive prirode. Izdvojit ću primjer iz romana *Pravi se da ovo nisi vidio:*

„Iz pretinca za rukavice viri karta svijet. Izgužvana je, ima i mrlje od kave po njoj. Sliniš po njoj svakoga dana. Reci mi, koji taksist u Melbourneu drži kartu svijeta u pretincu za rukavice? Hlače su ti fino ispeglane, a tako peglaju samo mame. Imaš već koju godinu za vratom, a još živiš s gospođom majkom. To te vjerojatno frustrira. Pun ti je kufer taksija i ovakvog načina života. Izgledaš glupo, ali ipak znaš suvislo povezati dvije rečenice. Vjerojatno si završio nekakav fakultet,

[49] Više u: Dean Duda, Priča i putovanje, Matica hrvatska, Zagreb, 1998., str. 43.

ali to znanje nisi znao unovčiti, ili možda nisi želio, čime opet razbijaš svoju sirotu glavicu...ono ispod karte svijeta je knjiga. Ako dobro vidim odavde, riječ je o Bukowskom. S obzirom da smrdiš po cugi, i s obzirom na podočnjake, ti si se ozbiljno navukao na tog dripca, a taj je znao što je akcija. Ono ispod knjige, ono malo što viri, to je već smotan džoint. Muziku si prigušio skoro do kraja, ali ako me uši ne varaju, svira Dylanov *Like a Rolling Stone*. Iako sve tvoje kolege krstare gradom i hvataju bogate tupane u odijelima, ti voziš prema luci. Dakle, kad zbrojimo dva i dva, ispada da si ti jedan maleni gad kojem je puna kapa svega. Plan ti je bio da se odvezeš do luke, parkiraš auto uz obalu i ostaviš vrata odškrinuta. Pa onda opališ Dylana na najglasnije, zapališ joint, rastvoriš kartu svijeta i promatraš brodove koji izlaze iz zaljeva“ (Šalković 2006: 22).

Šalković se u svojim djelima često suprotstavlja drugačijim pogledima na svijet, drugačijem razmišljanju i navikama ljudi. Pokušava uvjeriti druge da je on u pravu ili ih barem potaknuti da propitaju svoje stavove i razmišljanja. Element suprotstavljanja izdvojit ću iz romana *Oko cucka pa na mala vrata* i *Pala karta*:

„ – Nisam ja nikakav fanatik – kaže on tihim glasom.

- Posvetio sam život vjeri, ali nisam fanatik.

- Kako nisi?! Čovječe, moliš pet puta svakog dana, postiš za vrijeme korizme, visiš na skoro svakoj misi, svakog dana iznova prelistavaš taj svoj Novi zavjet.

- Truneš, pomiren sa sudbinom. Truneš u ovom stanu, a religija ti služi kao pomoćno sredstvo, kao štaka kojom hodaš kroz život. Ako kasni tramvaj – tako je Bog htio. Ako te, nakon završenog fakulteta, odbiju dvije tvrtke kojima pošalješ zamolbu za posao – tako je Bog htio. Ako te prebiju redari u Aquariusu – tako je Bog htio. Ako ti se pokvari televizor – tako je Bog htio.

- Točno.

- Nije točno, čovječe! – viknem ja. – Tramvaj kasni jer po statistici mora nekad i zakasniti! Redari te prebiju ako radiš sranja na šanku! Televizor se kvari jer ima rok trajanja! Na posao te ne primaju jer nije dovoljno poslati dvije molbe, nego tisuću njih“ (Šalković 2008: 145).

„Čovjek koji putuje sam zove se jednostavno – putnik. Putnik ne obraća pažnju na ljude koji putuju zbog posla. Isto kao što ne obraća pažnju na turiste. On je svjestan da oni postoje, ali sasvim mu je svejedno naleti li na cesti na turista ili na hidrant. No, putnika u pravilu živciraju tegljači naprtnjača. Ponajprije zato što tegljači vole zalaziti u hostele, mjesta koja putnik doživljava svojim

bazama. Tegljača naprtnjača putnik naziva pogrdnim imenom lažnjak. Ono što putnika najviše smeta jest lažnjakova želja da ostavi dojam kako je i on sam pravi putnik“ (Šalković 2012: 11).

Element vulgarnoga česta je pojava u svim romanima Hrvoja Šalkovića. Najčešće se u romanima pojavljuju vulgarne psovke, ali i vulgarna ponašanja koja su rezultat pijanstava, a ponekad i konzumiranja opojnih sredstava. Primjer koji prikazuje psovanje, ali i vulgarno ponašanje izdvojila sam iz romana *Zec na mjesecu*:

„Osvrnuli smo se oko sebe shvaćajući da se nalazimo u gay baru. Nekoliko nas je momaka znatiželjno odmjeravalo. Pogledao sam prema Fotiću koji je izgubio kontrolu.

- O, sunce vam jebem nastrano – zaurlao je, zamahnuo rukom i razbio bocu o glavu momka koji je okrenut leđima stajao kraj nas.

Čovjek je jauknuo i polako se okretao prema nama dok mu se tanki mlaz krvi slijevao iza uha“ (Šalković 2007: 98)

Još jedan primjer vulgarnog ponašanja izdvojila sam iz roman *Kombinacija d.o.o.:*

„Ida strusi piće na eks, i ja uradim isto. Sada je sve izgledalo lakše.

- Hajdemo odavde – reče mi ona.

Izjurimo iz lokala, a momak sa suprotne strane ceste počne sumanuto škljocati aparatom. Okrenem mu leđa, otkopčam hlače i pokažem stražnicu.

- Budalo – reče Ida i klepne me dlanom po nosu“ (Šalković 2009:96).

Psovke Šalković koristi u svim djelima, ipak najizraženije se to vidi u romanu *Pravi se da ovo nisi vidio* u kojem se psovke pojavljuju na engleskom jeziku, a u djelu su napisana onako kako se čitaju kako bi djelo bilo još zanimljivije i zabavnije:

„Što vi znate, mamu vam jebem svima?!“ (Šalković 2008: 146).

„- Jebem ti život – promrsim i prođem rukama kroz kosu. – Kakav majmun!“ (Šalković 2009: 86)

„Bladi hel, Fanđo maj dir, vi ar in dip šit“ (Šalković 2006: 65).

Nou, bladi maderfakers, diskvalificirali su me“ (Šalković 2006: 61).

U popularnoj kulturi, tekstovi kao objekti nisu ništa drugo nego roba, i kao takvi često su sasvim minimalno dotjerani, nepotpuni i nedovoljni.[50] Šalkovićeva djela jesu minimalno dotjerana, ali su, čini se, pomno promišljena, a može se vidjeti i da autor izvrsno poznaje jezik na kojemu piše. U svoje romane pored štokavskoga narječja, koje prevladava, Šalković ubacuje i kajkavsko narječje, ali i vješto koristi zagrebački žargon i američki *sleng*. Upravo ovu karakteristiku, mnogojezičnost, Gajo Peleš u svojoj knjizi *Tumačenje romana*, navodi kao jednu od osnovnih karakteristika romana. Peleš ističe da je poznat primjer tzv. karakerizacije lika pomoću određenih jezičnih karakteristika. Uzima se neki tip osobnog govora, idioma, da bi se i njime konstruirao lik.[51]

Primjerice:

„ – I tak sem si spil gemišta, pa sem skoro pozabil da je prešla ponoć. A Barica ne voli kad se prekasne vrnem doma...pa sem zaključal kleticu i počel se spuštati prema hiži. Sem morti opal, kaj ja znam, kmica je bila...če sam se dovlekel...če sam došal dime, sem otprel vrata kaj bum ušel nutri, i kaj je pokle bile...ja vam se, časni sudec, više ne sećam...“ (Šalković 2007: 123)

U romanima Hrvoja Šalkovića moguće je pronaći i elemente intermedijalnosti i intertekstualnosti, posebice umetanjem u tekst stihova pjesama, primjerice Billyja Joela.

„Sing us a song, you' re the piano man
Sing us a song tonight
Well, we' re all in the mood for a melody
And you've got us feelin' alright“ (Šalković 2011: 180).

Osim Billyja Joela susreću se stihovi i drugih glazbenika pa tako u romanu *Pala karta* susrećemo stih pjesme *One way or another*, Blondie:

„ – One way or another, I'm gonna find ya
I'm gonna get cha, get cha, get cha, get cha
– One day maybe next week, I'm gonna meet ya
I'm gonna meet ya, I'll meet ya“ (Šalković 2012: 49).

[50] Više u: John Fiske, *Popularna kultura*, Clio, Zagreb, 2001., str.143.
[51] Više u: Gajo Peleš, *Tumačenje romana*, ArTresor naklada, Zagreb, 1999., str. 116.

Osim stihova pjesama, u romanima se mogu pronaći i citati književnika, primjerice roman *Pravi se da ovo nisi vidio* započinje rečenicom Huntera S. Thompsona: „...čovječe, igraj na sigurno, pravi se da ovo nisi vidio“ (Šalković 2006: 9), a prema čijem je dijelu Šalković i naslovio svoj roman.

U romanu *Pala karta* autor događaje na putovanju uspoređuje sa scenama iz filmova, često sebe uspoređujući sa slavnim glumcima, većinom akcijskih filmova:

„Ja sam napuštao Orleans, ali na mojem mjestu pored prozora mogao je sjediti Nicholas Cage i napuštati Las Vegas. Roth je uperio pištolj u mene. Ili je to bio Clint Eastwood. Nisam obratio pažnju na marku pištolja, ali možda je to bio Magnum 44. Mogli smo zajedno sačekati podne, otići do željezničke stanice u Orleansu i pobiti se, kao što se ljudi ubijaju točno u podne. U krajnju ruku, mogao sam dobiti metak u glavu, recimo kao Kevin Spacey u Vrtlogu života“ (Šalković 2012: 63).

Ili:

„Je li to na podu ovog aerodroma zapravo spavao Andy Garcia čekajući smrt u Denveru? Ili sam ipak to ja čekao avion. Jesam li to zaista ja putovao sjeverom Amerike puštajući da me hir ulice baca naokolo? Ili je to ipak bila ona vrećica kojom se vjetar poigrava u „Vrtlogu života“? Jesam li to zaista ja bježao od sustava jureći prema Hoolywoodu, usput tražeći jednoroga? Ili je to Leo di Caprio tražio skriveni žal, vrata u drugačiji svijet?“ (Šalković 2012: 148)

U roman se osim opisa ili prisjećanja na scene iz filmova mogu pronaći i citati iz filmova, primjer koji sam izdvojila iz filma je Vrućina (2005) u kojem Robert de Niro upućuje Al Pacinu rečenicu:

„Ne veži se ni za što što ne možeš ostaviti u roku od petnaest sekundi kada primijetiš da iza ugla postaje vruće“ (Šalković 2012: 108).

7. ZAKLJUČAK

Nakon analize romana Hrvoja Šalkovića *Pala karta, Zec na mjesecu, Kombinacija d.o.o., Oko cucka pa na mala vrata, Pravi se da ovo nisi vidio, Nulti meridijan*, kao i njegova načina života prezentiranoga, među ostalim, i u tim romanima, ali i ostalim medijskim izvorima, za zaključiti je da Šalkovićeva romaneskna, najčešće i putopisna, proza prema samo jednoj karakteristici pripada masovnoj književnosti. A to je autorova medijska eksponiranost, odnosno promišljeno korištenje svih dostupnih medija kako bi se predstavilo, i u krajnjem slučaju, prodalo ono što radi. Šalković tako preko medija; interneta, televizije i tiskanih medija, svojim istupima i nastupima privlači veliku pozornost te na taj način pridobiva i čitateljsku publiku za svoje zapise. Veoma je sposoban u tom poslu, a sam o tome kaže: „Sve je to igra koju ja moram igrati, jer tako funkcionira tržišna utakmica.“[52]

Prema ostalim obilježjima navedenima u radu njegovi bi romani i tematski i stilski pripadali popularnoj književnosti. Šalković, dakle, piše o popularnim temama koje su zanimljive širem čitateljskom krugu i koje su prisutne u svakodnevici. Piše na jednostavan način, koji je razumljiv svima te nije potrebno visoko obrazovanje kako bi se djelo shvatilo, što i opet doprinosi širem potencijalnom čitateljskom krugu njegovih proza. Djela mu počesto karakteriziraju pretjeranost, parodija te sklonost ponavljanjima, a što su sve, prema Johnu Fiskeu, obilježja popularnoga teksta. Popularni tekst također mora nuditi popularna značenja i zadovoljstva, a popularna zadovoljstva moraju sadržavati elemente skandaloznog, uvredljivog, vulgarnog, suprotstavljenog. U Šalkovićevim je romanima prepoznato sve navedeno, a od svih šest romana, romani *Zec na mjesecu* i *Pravi se da ovo nisi vidio* imaju najviše elemenata popularne kulture.

Konačno, sam Hrvoje Šalković i njegov spisateljski rad pripadaju i masovnoj i popularnoj kulturi i književnosti. Načinom predstavljanja i osvajanja čitateljstva pripada napose onoj masovnoj, a temama i stilom kojim su napisani, njegovi romani pripadaju ponajprije popularnoj književnosti i kulturi.

[52] Preuzeto s: http://www.shale.com.hr, (25.07.2012.)

8. LITERATURA

1. Duda, Dean, *Kulturalni studiji*, AGM, Zagreb, 2002.

2. Duda, Dean, *Priča i putovanje*, Matica hrvatska, Zagreb, 1998.

3. Fiske, John, *Popularna kultura*, Clio, Beograd, 2001.

4. Kellner, Douglas, "Medijska kultura i trijumf spektakla"; u: *Europski glasnik*, br.13, Zagreb, 2008.

5. Nemec, Krešimir, "Od feljtonskih romana i „sveščića“ do sapunice i Big Brothera", preuzeto s http://www.hrvatskiplus.org,

6. Nemec, Krešimir, *Povijest hrvatskog romana od 1900. do 1945. godine*, Znanje, Zagreb, 1998.

7. Pavličić, Pavao, "Pučka, trivijalna i masovna književnost", u: *Trivijalna književnost*, Radionica SIC, Beograd, 1987.

8. Peleš, Gajo, *Tumačenje romana*, ArTresor naklada, Zagreb, 1999.

9. Strinati, Dominic, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, Routledge, London and New York, 2004.

10. Šalković, Hrvoje, *Kombinacija d.o.o.*, VBZ, Zagreb, 2009.

11. Šalković, Hrvoje, *Nulti meridijan*, Ljevak, Zagreb, 2011.

12. Šalković, Hrvoje, *Oko cucka pa na mala vrata*, Profil, 2008.

13. Šalković, Hrvoje, *Pala karta*, Ljevak, Zagreb, 2012.

14. Šalković, Hrvoje, *Pravi se da ovo nisi vidio*, VBZ, Zagreb, 2006.

15. Šalković, Hrvoje, *Zec na mjesecu*, VBZ, Zagreb, 2007.

INTERNETSKI IZVORI:

http://www.raymondwilliamsfoundation.org.uk/RW.html

http://en.wikipedia.org/wiki/Stuart_Hall_(cultural_theorist)

http://www.shale.com.hr,

http://sh.wikipedia.org/wiki/Gonzo_novinarstvo

http://www.ljubuski-online.info/showtime/novosti/7519-hunter-s-thompson-tvorac-gonzo-novinarstva.html

http://www.booksa.hr/kolumne/kritika-104-hrvoje-salkovic

http://hr.wikipedia.org/wiki/Red_Carpet

http://hr.wikipedia.org/wiki/Ples_sa_zvijezdama

http://www.goodreads.com/book/show/13048461-nulti-meridijan

http://www.hrvatskiplus.org/index.php?option=com_content&view=article&id=497:hrvoje-alkovi-rpravi-se-da-ovo-nisi-vidiol&catid=39:prikazi-kritike&Itemid=73

http://www.hrvatskiplus.org

https://www.csidonline.org/annual-conference/7th-annual-conference/67/315