

me, registrujući na taj način svoje inklinacije i delo obavljeno u Parizu i na univerzitetu u Tunisu.

Paralelno sa fakultetskom nastavom teku teorijska i empirijska istraživanja u ovoj istoj oblasti. Od istočnoevropskih zemalja, u Poljskoj je u te svrhe formirana i posebna institucija pri Poljskoj akademiji nauka u Varšavi, koja je razvila široku istraživačku aktivnost u ovom pravcu, podpuno u skladu sa postojećim sociološkim tradicijama. Slične tendencije se zapažaju i u mnogim drugim zemljama.

Stoga je sve ovo što sam u svrhu ilustracije rekao u većoj meri moralo biti rečeno nego što je moglo biti rečeno, a naročito kad se ima u vidu da pomenuti tokovi idu ponekad i protiv struje. U svakom slučaju ovi su tokovi delovali stimulatивно i na našu intelektualnu sredinu i njoj našli odgovarajuću rezonancu.

Razume se po sebi i ne jedino iz razloga skromnosti, da gradivo koje je izloženo u ovoj knjizi, može značiti samo podsticaj za dublje i svestranije studiranje ove problematike. Jer, ona je ne samo korisna nego i veoma zanimljiva. U prvom redu zato što proširuje stručne i društvene horizonte studenata, a osim toga i pojačava duhovnu radoznalost za mnogobrojne dodirne i susedne oblasti.

Uostalom, ova se knjiga ne bi pojavila kad se ne bi moglo očekivati da će se za njenu sadržinu i problematiku zanimati i širi krug ljudi nego što je studentska sredina, čak i bez obzira na to da li ih u tom pogledu inspiriše njihova amaterska ili profesionalna strast.

Za sve ostalo knjiga se predaje sudu javnosti, za koji se s uverenjem nadamo da će pomoći da se u budućnosti uklone ili ublaže njeni postojeći nedostaci. Za sada biće korisno da prostruje ove ideje i u našoj sredini, koja je oduvek bila na potrebnom nivou duhovne radoznalosti.

U Beogradu, 4. septembra 1966 god.

Pisac

SOCIOLOŠKI POJAM KULTURE, PROGRESA, TRADICIJE I CIVILIZACIJE

I

Pojam i osnovne osobnosti društvene kulture

Nesumnjivo je da je kultura jedna od najbitnijih ako ne i najbitnija karakteristika čoveka i ljudskog društva uopšte. To je tim više jasno pošto ni jedna druga vrsta ne poseduje kulturu. Isto je tako jasno da kultura može da dođe do izražaja tek onda ako se pojedinac posmatra s obzirom na društvenu celinu i u njihovoj uzajamnoj interakciji. To nipošto ne znači da kultura i kulturne pojave ne sadrže komponentu individualnosti pojedine ličnosti, već da je kultura u celini i po svome smislu bitno društveni fenomen.

Međutim, kako se već na prvi pogled vidi da je kultura veoma složena kategorija, potrebno je da se bliže odredi šta se podrazumeva pod pojmom kulture, a osim toga pošto se kultura može definisati sa stanovišta raznih nauka i disciplina (antropologije, filozofije, istorije, etnologije, psihologije, biologije i mnogih drugih), potrebno je da se ovde istaknu baš oni momenti koji označavaju prvenstveno socijalni karakter kulture i koji je, prema tome, objašnjavaju sociološki.

Definicija kulture

Među brojnim definicijama kulture koje možemo susresti u redovima građanskih teoretičara, postoji čitav niz pogrešaka koje ih čine neprihvatljivim sa jednog strožijeg naučnog i kritičkog stanovišta, mada gotovo svaka od njih uzima u obzir po neki ili veći broj elemenata, koji su zaista od značaja za definisanje pojma kulture. Može se, bez opasnosti od preterivanja, reći da ima gotovo onoliko isto definicija kulture koliko i teoretičara koji su se sa izrazitijim pretenzijama bavili problemima kulture.

Stoga će, nadam se, biti veoma korisno da se pre prelaska na postupak definisanja kulture, izvrši jedna sistematska (ne pojedinačna) kritika pokušaja definisanja kulture i pogrešaka koje su u toj nameri napravili građanski teoretičari i kulturolozi. Tek takva kritika pred-

stavljala bi bitan preduslov za kompletniju definiciju kulture, koja i sama ne bi mogla biti potpuno adekvatna, ali za koju ćemo verovati da je bar najmanje defektna i da pruža osnove za dalja istraživanja i preciziranja.

Pogreške građanskih teoretičara u definisanju kulture

Američki teoretičar kulture i antropolog David Bidney¹ smatra da se ove pogreške u osnovi mogu svesti na pet glavnih tipova: 1. pozitivističke, 2. normativističke, 3. metafizičke, 4. kulturalističke i 5. natura-
lističke.

Smisao pozitivističkih pogrešaka u definisanju kulture, a ujedno i njihov najvažniji nedostatak, sastoji se u tome što ove definicije uzimaju u obzir samo kulturne činjenice, građu i praksu te pomoću njih nastoje da definišu kulturu kao integralnu pojavu. Takav je, recimo, slučaj sa definicijom kulture koju je dao poznati američki teoretičar kulture Ralf Linton. On je pod kulturom podrazumevao »skup naučnih načina ponašanja, preuzetih pozicija, sistema vrednosti i znanja koje međusobom dele članovi nekog posebnog društva« (recimo jedan narod) »i prenose ih putem tradicije«.

Iz predhodne definicije, kao uostalom i iz njoj sličnih definicija, ne vidi se kakvu svrhu tj. cilj i smisao ima kultura za ljudsko društvo. Ova i njoj slične (pozitivističke) definicije se zadovoljavaju samo time što nabrajaju činjenice i građu iz kojih bi se kultura imala sastojati.

Suprotnu poziciju zauzimaju normativističke pogreške u definisanju kulture u kojima se obično ističe cilj kulture, svrha i norma pomoću kojih se teži da ostvari željena kultura. Pri tom se obično zaboravlja na glavne elemente, činjenice i građu iz kojih se kultura sastoji. Takva je u svojoj vrsti, ilustracije radi, definicija kulture koju je dao Moric Schlick, a prema kojoj se kao »odlučujuća karakteristika kulture shvata obuhvatanje i organizovanje prirodnih događaja prema planu«. Osnovna intencija ovakve grupe definicija je da se naglasi kako je u kulturi važno ono čemu se teži i pomoću čega se to ostvaruje i da je istovremeno sasvim sporedno iz čega se sve kultura sastoji.

Treća grupa definicija (metafizičke) uviđa da se kultura kao celina sastoji iz više posebnih delova, ali ne uviđa da među njima postoji povezanost i uslovljenost i te delove posmatra kao zasebne, metafizički izdvojene suštine, samostalne i bez ikakvih veza. U tom stilu, na primer, ove definicije strogo razdvajaju duhovnu od materijalne kulture, ili, čak, i pojedine elemente duhovne i materijalne kulture. Max Scheler, predstavnik ovog tipa pogrešaka, recimo, sužava pojam kulture uopšte, svodeći ga samo na duhovnu kulturu, kada razlikuje »sociologiju kulture« od takozvane »realne sociologije«. Prema njegovom uverenju, zadatak sociologije je ispitivanje svih ljudskih postupaka i ponašanja u njihovoj socijalnoj determiniranosti. Ako je to ponašanje

1. Bidney David *Theoretical Anthropology*, New York, 1953, Columbia University Press, pp. 23—33.

2. Vidi: Bernsdorf-Büllow, *Wörterbuch der Soziologie*, Ferdinand Enke Verlag, Stuttgart, 1956, S. 276.

uslovljeno pretežno duhovno i upravljeno ka duhovnom, onda je ono predmet sociologije kulture, dok se »realna« sociologija bavi onim što je uslovljeno pretežno potrebama, nagonima i što je usmereno na menjanje onoga što je stvarno. U tom smislu, prema njemu, treba razlikovati »idealne faktore« od »realnih faktora« (realni su, na primer, sledeći faktori: geografski, rasni, politički, ekonomski i slično). Društveni realni faktori, prema Šelerovom shvatanju, određuju samo postojanje (»Dasein«) kulture, ali ne i baš neko određeno postojanje (»So-sein«) kulture³.

Suštinski u ovu grupu definicija spada i definicija kulture koju je dao Friedrich Nietzsche, a koji kulturu smatra kao »jedinstvo umetničkih stilova jednog naroda«. Razlika je u ovom slučaju samo u perspektivi iz koje se definiše kultura, a sasvim je jasno da je ona ovde estetičke prirode i da je još uža nego što je perspektiva i samog Šelera.

1. Kulturalističke definicije se odlikuju time što kulturu smatraju kategorijom koja je šira i od samog društva i nastoje da društvo objasne pomoću kulture, a ne obratno, kulturu pomoću društva. Nekada, čak, ove definicije idu toliko daleko da negiraju postojanje bilo kakve veze između društva i kulture. Kultura se, u saglasnosti sa ovim definicijama, smatra kao idealna apstrakcija koja poseduje svoj sopstveni ontološki entitet (biće) i koji se gnoseološki može objasniti samim sobom. Ona je, navodno sama sebi uzrok i razlog sopstvenog postojanja. U prilog svome shvatanju kulturalisti ističu kako se vrlo često može menjati socijalni sastav (struktura) nekog društva, ali da se to ni na koji način ne odrazi na kulturu toga društva. Isto je tako moguće, tvrde kulturalisti, da se menja kultura nekoga društva a da njegova socijalna struktura ostane istovetna. Kulturalizam je, dakle, shvatanje kulture kao zatvorenog sistema. Taj se sistem najčešće shvata kao »superorganski«, »supersocijalni«, »superbiološki«, »superpsihološki« i tako dalje. Najpoznatiji u plejadi kulturalističkih teoretičara kulture su: Levi-Strauss, Leslie White, Höbel, Kröbeer, Mannheim i drugi.

Za ocenu kulturalističkih shvatanja kulture treba imati u vidu da se ponekad zaista događa promena u socijalnoj strukturi a da pritom kultura ostane relativno nepromenjena. Isto tako, tačno je da se ponekad dešava i obrnut slučaj tj. da se menja kultura a da društvena struktura ostaje relativno ista. Ali sve to ne dokazuje istinitost i ispravnost kulturalističkih koncepcija. Jer, sigurno se događa, i to mnogo više — da promene u društvu izazivaju i odgovarajuće promene u kulturi i vice versa. Osim toga, društvena struktura je samo jedan element društvene celine i zato nije ispravno posmatrati kulturu samo u njenom odnosu prema strukturi, pa makar to posmatranje bilo i recipročno. Jasno je, na primer, da je i pokretljivost značajan element društvenog života, a da i ne govorimo o drugim suptilnijim i tananijim oblicima međuzavisnosti društva i kulture. Uostalom, na tu temu ćemo se navraćati više puta u toku daljih analiza.

Jednu varijantu kulturalističkih shvatanja kulture zastupa Karl Mannheim kad, na primer, priznaje da društveni organizmi i tela imaju

3. Vidi: Ziegenfuss Werner, *Handbuch der Soziologie*, Ferdinand Enke Verlag, Stuttgart, 1956, SS. 1109—1110.

konstitutivni značaj za sve ono što je duhovne prirode, to jest da oni utiču na stil mišljenja, obrazovanje pojmova, strukturu kategorija, misaone modele stepen apstrakcije i tako dalje, ali tvrdi da odnos između društva, s jedne, i duha odnosno kulture, s druge strane, nije *uzročni odnos* — već *odnos izraza*. Drugim rečima: između društva i kulture ne postoji kauzalni odnos nego samo odnos izraza, ekspresije. Tim povodom mi možemo samo primetiti da uzročni odnos između društva i kulture svakako postoji (i tu se Manhajm vara), ali je više nego sigurno da to nije jedina vrsta odnosa među ovim dvema pojavama. Pored odnosa »izraza«, sa izvesnošću se može utvrditi i postojanje niza drugih.

Čak i Leslie White, čija se koncepcija o kulturi u velikoj meri približava Engelsovoj odnosno marksističkoj time što ističe značaj i ulogu ljudskog rada u stvaranju i razvoju kulture, naginje delimično kulturalizmu kada ističe »ekstrasomatski« tj. »vantelesni« karakter kulture. Tako posmatra kulturu kao proizvod koji je nastao u procesu transformacije antropoidnog društva u humano-ljudsko društvo i tvrdi da je ljudska vrsta jedina vrsta koja ima kulturu, White definiše kulturu kao »ekstrasomatski, vremenski kontinuum stvari i događaja koji počivaju na simbolizovanju. Posebno i konkretno kultura se sastoji iz oruđa, instrumenata, posuđa, odeće, ornamenata, običaja, institucija, vere, rituala, igara, umetničkih dela, jezika i tako dalje. Svi narodi, u svim vremenima i na svim prostorima posedovali su kulturu. Nijedna druga vrsta (osim ljudske — M. I.) nema i nije imala kulturu. U toku evolucije od primata čovek se pojavio onda kada se kod njega pojavila sposobnost za simbolizovanje i kad je postao sposoban da to izrazi. Mi stoga definišemo čoveka pomoću ove sposobnosti za simbolizovanje i sledstveno tome pomoću sposobnosti za produkciju kulture»⁴.

Kulturalističke pogreške u definisanju kulture se mogu još bolje razumeti ako se suprotstave takvom tipu pogrešaka koji je suprotan od njih to jest takozvanim »naturalističkim« pogreškama. Mada naturalističkih definicija kulture ima veoma mnogo, ipak je svima njima zajedničko to što nastoje da sve kulturne pojave svedu na organsku, biološku ili psihološku ravan ljudske ličnosti. One uglavnom smatraju da je čovek već samim tim što po svojoj prirodi pripada ljudskom rodu unapred predisponiran da bude kulturno biće, pošto to, navodno, leži u samoj ljudskoj prirodi. Takve su, naprimer: Lamarkova doktrina o nasleđivanju stečenih karakteristika, Frojdova teorija o prvobitnoj hordi i Edipovom kompleksu, pojam determinante Gistava Le Bona (koja je, opet, prema njegovom učenju nacionalno urođena), Jungova teorija mita i druge, njima slične.

Razume se da su predhodno nabrojani tipovi pogrešaka u definisanju kulture samo čisti tipovi pogrešaka. Takvi se tipovi ipak retko susreću u naučnoj literaturi. Mnogo su češći takvi oblici pogrešnih definicija koji predstavljaju svojevrsne kombinacije predhodno navedenih osnovnih tipova pogrešaka.

4. White Leslie. *The Evolution of Culture*, New York. 1959, Mac Graw Hill Book Company, p. 3.

ŠpenGLER Posebno treba istaći činjenicu da je bilo nekoliko teoretičara kulture koji su nastojali da objasne kulturnu krizu kapitalističkog društva a naročito u fazi njegova slabljenja. Takav je, recimo bio Osvald Špengler koji je u svom poznatom delu »Propast Zapada«, posmatrao kulturu odnosno kulture kao biološke kategorije i, uglavnom, na organiciističko-vitalistički način. On je tvrdio da se kulture rađaju, da žive, stare i umiru slično živim organizmima i, mada se sve one međusobno razlikuju, ipak u svima njima mogu da se pronađu izvesne korespondentne faze. Kad se uzmu u obzir baš te korespondentne faze, onda se, saglasno njegovom mišljenju, mogu razlikovati tri osnovna istorijska tipa kulture: (1) antički ili apolinijski tip kulture, (2) arabljanski ili magijski i (3) zapadno-evropski ili faustovski tip kulture.

Pošto je arabljanski ili magijski tip neka vrsta prelaznog, mešovitog tipa, može se primetiti da su antička ili apolinijska, na jednoj, i zapadno-evropska ili faustovska, na drugoj strani, dve kulture suprotne po tipu.

Apolinijski tip kulture je dominirao, kako misli Špengler, u klasičnom svetu a faustovski dominira u modernom svetu. Apolinijski tip, kako ga dalje portretira Špengler, je statički, čulan i telesan. Umetnost ovog kulturnog tipa je jasna (jer, »apolinijski čas je puno podne« — pa se tada sve najjasnije vidi). Njegova je kultura uglavnom pasivna i tolerantna: Odisej, Ahil, ciničari, stožici, Epikur i uopšte antički ljudi imaju helenski ideal »sofosine« (t.j. umerenost, uzdržljivost koja je bila jedna od četiri kardinalne vrline u starogrčkoj filosofiji) i »ata-raksije« (duševni mir). To je, dalje, kultura hučne društvenosti, trga, narodnih svetkovina, naivnog bezbrižnog življenja, antičkog fatuma. Dakle, to je kultura javnosti. Ova kultura i umetnost podražavaju prirodu. Njih karakteriše odsustvo volje.

Faustovska kultura je, obratno, potpuni, i stvarni i misleni negativ predhodne. Ona je kultura volje i konflikta. Ali to je i kultura nemira, traženja. Dobila je ime po Faustu (junaku iz istoimene Geteove tragedije), koji je strasno želeo da sazna istinu i da doživi takav trenutak sreće za koji bi se moglo poželeti da večito traje. U tom cilju on je sklopio savez s đavolom, Mefistofelom. To je dinamička kultura, koja je procvetala sa rođenjem romanskog stila u X veku. Ova je kultura kultura čoveka koji posmatra sebe, kultura memoara, refleksija, osvrta i izgleda, kultura savesti. To je istovremeno kultura usamljenosti: Sigfrid, Parcifal, Tristan, Hamlet, Faust — jesu najusamljeniji heroji svih vremena. Faustovska duša savremenog čoveka se muči da ocrta svoj sopstveni autoportret. Nasuprot apolinijskoj kulturi koja je širokogruđa i tolerantna, faustovska je isključiva. Ona hoće da se nametne i da vlada. Ona je ofanzivna i agresivna u svim njenim bitnim manifestacijama.

No, kako tvrdi Špengler, zapadnoevropska ili faustovska kultura je kultura kapitalizma u agoniji. Savremeni svet se nalazi »na početku kraja« tj. njegova kultura je na izdisaju i ona počinje da umire.

ŠOKIN Kao reakcija na Špenglerovu ideju o propasti zapadnoevropske kulture javlja se u sociologiji kulture Sorokinovo učenje. Ono je došlo do izražaja naročito u delu »Social and cultural Dynamics« (Boston, 1957)). U njemu Sorokin razlikuje tri kulturna »supersistema«: idejni

- IDEJNI
- SENZATSKI
- IDEALISTIČKI

(ideational), senzatski (sensate) i idealistički (idealistic). Prvi od njih je, navodno, upravljen na duhovni i nadčulni svet, drugi na čulni i materijalni svet, a treći je neka vrsta mešovitog tipa i prelaz između ostala dva po svojim kvalitativnim odlikama. Stoga, prema Sorokinovom mišljenju, takozvana »križa našeg doba« o kojoj govori Špengler ne znači propast evro-američke kulture već samo iščezavanje jednog (senzatskog) kulturnog supersistema koji je kulminirao i došao do kraja, pa pošto je dostigao svoj zenit zamenjuje se novim (u ovom slučaju: idejnim) kulturnim supersistemom⁵.

Osnovni nedostaci Špenglerove kategorizacije kulturnih tipova sa stoje se u tome što je ova kategorizacija organicistička i kabinetska. Budući u velikoj meri proizvoljna, ona ispušta iz vida one karakteristike tipova koje se ne uklapaju uspešno u unapred zamišljenu šemu. Ipak, ostaje činjenica da je Špengler eruditski oortao izvesne značajne karakteristike pojedinih istorijski poznatih kulturnih tipova.

Špenglera je podražavao veliki broj teoretičara u oblasti kulture, od kojih neki i veoma nekritički. Tako su neki, prihvatajući duh Špenglerovih ideja, smatrali da i nacionalni temperamenat igra značajnu ulogu u kulturnom opredeljivanju i razvijaju »teoriju mača i krizanteme«. Prema ovoj teoriji su neki narodi po svome urođenom nacionalnom temperamentu ratoborni (»mač«), a drugi opet miroljubivi (njihov je simbol »krizantema«). U svom poznatom delu »Patterns of Culture« (što bi se približno moglo prevesti kao Modeli kulture) Ruth Benedict, nalazi da i izvesni nedovoljno razvijeni narodi i plemena poseduju kulturne karakteristike koje je istakao Špengler. U tom smislu, ona je, ispitujući plemena Zuni u New-Meksiku označila socijalni kulturni mentalitet ova plemena kao apolinijski tip, zbog trezvenosti i umerenosti koje krasi pripadnike ovih plemena. Istovremeno je ona suprotstavila predhodno navedeni mentalitet mentalitetu plemena Kwakiutlsa sa Vanuvera, koje se karakteriše jakim individualnim suparništvom, snažnim osećanjima i ushićenošću. Zbog ovih odlika ona je ovo drugo pleme smatrala predstavnikom dionizijskog tipa (»dionizijski« je izraz koji je Niče upotrebljavao za elemenat pun, snage i strastvenosti u životu i volji). Pripadnici, pak, plemena Dobu sa Melanezije su, navodno, po svome mentalitetu strogi, obazrivi, podmukli, potajni i stoga imaju šizofrenični strah od prirode i istovremeno bolesnu sumnju u svoje susede⁶.

Ne mogavši da pružimo potpuni pregled svih definicija kulture koje su dosad napravljene (Amerikanci Kreber i Kluckhohn su registrovali dosad 257 različitih definicija kulture), mi smo se ograničili na jednu mogućnost koja je bila ekonomičnija i svrstali sve te definicije, po tipu, na pet osnovnih vrsta. Pokazalo se da one ne mogu da izdrže strožiju naučnu kritiku i stoga se sada nalazimo pred zadatkom da razvijemo jednu integralnu definiciju kulture sa sociološkog stanovišta, koja bi prevazilazila bitne nedostatke građanskih teoretičara kulture. Definicija koja bi dijalektički prevazišla predhodno iznesene ograničenosti u određivanju pojma kulture i koja bi logički izrasla iz predhodne kritike, morala bi da izbegne jednostranosti i promašaje svakog

5. Vidi: Sorokin P., *Social and Cultural Dynamics*, Boston, 1957, pp. 622—628.

6. Benedict Ruth, *Patterns of Culture*, A Mentor Book, 1959, pp. 62—155.

od pet nabrojanih tipova. Ta integralna definicija pod kulturom podrazumeva skup svih onih procesa, promena i tvorevina koje su nastale kao posledica materijalne i duhovne intervencije ljudskog društva (u prirodi, društvu i mišljenju). A osnovni smisao kulture sastoji se u tome da olakša održanje, produženje i napredak ljudskog društva.

Posto je jasno da ovako zgusnuta definicija kulture ne bi mogla u potpunosti da zadovolji ako ne bi još i u pogledu izvesnih detalja bila dopunski precizirana, navešćemo prednosti koje ona poseduje u poređenju sa kritikovanim tipovima definicija i na taj način pokazati njenu nadmoćnost. U kasnijim razmatranjima dopunićemo ovu definiciju neophodnim specifikacijama radi boljeg razumevanja.

Prednosti ovakve definicije kulture su sledeće:

a) pomoću nje se pojam kulture obuhvata tako da podrazumeva kako materijalnu tako i duhovnu kulturu, te na taj način izbegava metafizičke i idealističke devijacije ove vrste. Jer, ako se ispusta iz vida materijalna kultura kao sastavni deo kulture uopšte, onda gubi smisao najveći deo ljudskog stvaralaštva usmeren na prisvajanje i proizvodnju materijalnih dobara za zadovoljenje najelementarnijih bioloških i fizičkih, kao i duhovnih potreba;

b) kultura se na ovaj način razume kao istorijska i dinamička, dakle, razvojna kategorija koja treba da se izučava s obzirom na vremenske i prostorne promene. To je takođe oslobada od zamerki metafizičnosti i statičnosti;

c) ovakvom se definicijom iz pojma kulture isključuju svi oni procesi i tvorevine koji nemaju za cilj ili ne doprinose, bez obzira na cilj, olakšanju održanja, produženja i napretka ljudske vrste. Dabome, da se onda mogu razlikovati pojmovi kulture u užem i širem smislu. Jer, kao što će se iz kasnijeg izlaganja videti, ponekad se govoreći o kulturi misli i na pojave koje su direktno i neosporno nekulturne. A pošto su olakšanje održanja, produženja i napretka ljudske vrste bitni atributi kulture to su oni istovremeno i oni humanistički momenti odnosno kriterijumi na osnovu kojih se izvesne pojave i postupci mogu kulturno vrednovati odnosno procenjivati kao manje ili više kulturni ili nekulturni. Tada postaju sasvim jasni kao iluzorni oni neodređeni i nebulozni kriterijumi kulture, koje mnogi teoretičari proglašavaju neuhvativim i nesaznatljivim. Iako oni još nisu sasvim dovoljni ipak predstavljaju značajan korak u bližem i egzaktnijem određivanju pojma kulture. U tom svetlu sve one pojave kao što su privređivanje, unapređenje proizvodnje, održavanje i poboljšanje zdravlja kao neophodnog uslova za povećanu i poboljšanu proizvodnju, tehnička i naučna otkrića i umetnička delatnost, da navedemo samo neke najvažnije pojave, moraju biti pozitivno kvalifikovane kao kulturne činjenice sa stanovišta društva u celini. I obrnuto: moraju biti negativno ocenjene kao nekulturne ili antikulturne sve one pojave koje se suprotstavljaju osnovnim interesima i potrebama održanja, reprodukcije i napretka ljudskih društava (kao recimo: usavršavanje, konstrukcija i naročito upotreba oružja u osvajačke, porobljivačke i razorne svrhe, zločini protiv fizičkog integriteta ljudi, kočenje ekonomskog razvitka, društvenih, političkih i svih ostalih ljudskih sloboda itd.). Mi, na primer, smatramo da je kult pažnje prema detetu, bolesniku, ženi, starom čoveku, invalidu — stvar kulture, jer se



Julia
19. 12. 1959

na taj način olakšava život i egzistencija onim članovima ljudskog društva koji po svojim prirodnim, fizičkim i zdravstvenim odlikama nemaju iste šanse za život. Ili, mi, dalje, smatramo negovanje higijenskih navika odlikama kulturnog čoveka zato što se na taj način pojedinac čuva od infekcije, a time se takođe sprečava infekcija i ostalih članova zajednice sa kojima taj pojedinac dolazi u dodir. Stoga, ma koliko inače beznačajni izgledali takvi postupci kao što su redovno pranje ruku, navika da se ne pljuje po podu i na ulici, da se ne bacaju otpaci izvan mesta za to određenih, — njihov kulturni značaj je očigledan. Poznato je, međutim, da ima i pojava kod kojih nije toliko očigledno ono što ih kvalifikuje kao kulturne ili nekulturne, iako se dubljom analizom može uvek doći do zaključka da osnovu za takvo njihovo vrednovanje predstavljaju u prvom redu interesi čoveka i zajednice.

Na drugoj strani mi ocenjujemo neki pronalazak kao stvar kulturnog napretka zato što omogućava, recimo, bržu i kvalitetniju proizvodnju ili očuvanje nekog proizvoda za zadovoljenje fizičkih i duhovnih potreba čoveka. Takav je slučaj sa pronalaskom svake produktivnije mašine, lekova, naučnih otkrića, sa stvaranjem umetničkih dela itd. Ukratko: analiza svake kulturne pojave u krajnjoj liniji pokazuje da se kultura čovodi u najužu vezu sa interesima i potrebama društva i u tome je suština društvenog karaktera kulture;

d) i najzad, ovom se definicijom naročito ističe uloga rada, a posebno svesnog rada za kulturni razvoj čovečanstva i stvaranje povoljnijih uslova za život.



Podkultura i protivkultura

Predhodnim analizama mi smo pružili samo najnužnije elemente za određivanje složenog pojma kulture. Za sociološku definiciju kulture, međutim, od značaja je još i činjenica da su fizički nosioci kulture određeni pojedinci ili društvene grupe, koje mogu biti uže ili šire. Zašto je od značaja ta činjenica?

Ona je od značaja zato što nam je poznato da mi možemo razlikovati osim opšteg pojma kulture tj. osim *univerzalne* ljudske kulture još i neke druge konkretne oblike i manifestacije kulture koji su specifični za pojedine društvene grupe i koje mi nazivamo podkulturama ili *subkulturama*. Tako, recimo pored kulture uopšte, čiji je nosilac čovečanstvo u celini, mi možemo razlikovati i određene nacionalne, klase, profesionalne kulture, kao i niz drugih kulturnih specifičnosti čiji su nosioci pojedini delovi čovečanstva ili društvenih celina. Na primer: sigurno je da radnička klasa Jugoslavije ili naša omladina, da naše selo ili pojedini krajevi u našoj zemlji mogu imati specifične kulturne karakteristike koje ne moraju dolaziti u konflikt sa kulturom uopšte. Ali je za pravilno shvatanje podkulture ili subkulture značajno napomenuti još i to da ni u ne mogu sačinjavati bilo koje kulturne karakteristike koje su uzete izolovano i koje su kao takve malobrojne. Za postojanje podkulture bitna je pretpostavka da su to samo one

*specifične kulturne crte koje obrazuju relativno kohezivne kulturne sisteme*⁷.

Ovako shvaćene podkulture mogu da se klasifikuju prema različitim kriterijumima. Ako se radi o pojedinim oblastima kulture, onda možemo razlikovati na primer: jezik, umetnost, nauku, modu, religiju, sport i druge oblike podkulture. Nekada se podkulture mogu razlikovati s obzirom na vremensku dimenziju: tada obično govorimo o antičkoj, srednjovekovnoj, modernoj, renesansnoj itd. podkulturama. Isto tako mi možemo govoriti i o podkulturama različitih generacija društva, o karakteristikama podkulture pojedinih stoleća. A s obzirom na fizičke društvene nosioce ponekad govorimo o takvim podkulturama kao što su: omladinska, seoska, gradska, radnička, malograđanska, istočnjačka, zapadnjačka, severnjačka, mediteranska, kolonijalistička itd.

U modernijoj sociologiji kulture sve se više ističe potreba i za još jednim užim analitičkim i teorijskim pojmom iz oblasti kulture, koji je jedan od američkih sociologa nazvao *protivkulturom* ili *kontrakulturom*. Naime, američki sociolog *Milton Yinger*⁸ smatra da je utvrđivanje pojma protivkulture od značaja za teorijske, praktične i empirijske potrebe i radove, a naročito prilikom socioloških ispitivanja u oblasti kriminologije i socijalne patologije. To zato što postoje pojave i ponašanja, koje po svojim osobinama ne mogu da se tretiraju kao kulturne u užem smislu, iako se svakako mogu računavati kao sastavni delovi kulture u širem smislu. To su obično pojave za koje se smatra da su društveno i kulturno devijantne, a u pojedinim slučajevima one su čak i izrazito perverzne: alkoholizam, siledžijstvo, prostitucija, upotreba opojnih droga, krađe, ubistva, sadizam, mazohizam, kocka i sve one pojave koje su njima slične.

Analizirajući takve pojave Yinger ističe da se one javljaju obično u izvesnim konfliktnim situacijama. Te »kontrakulturalne norme« ponašanja ili prostije kontrakture nastaju, prema mišljenju autora, sa izvesnom dozom verovatnoće ako postoje tri uslova: (1) kada je *jedinica* ili neka društvena grupa prinuđena na lišavanje (»frustraciju«) od izvesnih glavnih i važnijih vrednosti (na primer: ako su pojedincu ili društvenoj grupi blokirane izvesne ambicije — recimo u pogledu zanimanja, društvenog ugleda; ili ako su isključeni iz procesa komunikacija i slično); (2) kad nastupi *poremećaj (konfuzija) u sistemu vrednosti* neke jedinice ili društvene grupe, tako da, recimo, negativne ili niže vrednosti izbiju u prvi plan, a pozitivne ili važnije vrednosti bivaju potisnute u drugi plan odnosno na dno hijerarhijske lestvice vrednosti i (3) kad postoji *odsustvo socijalne kontrole*.

Ovaj drugi i treći po redu verovatni uzrok protivkulturnog ponašanja će biti jasniji ako se shvati da svaki pojedinac ili društvena grupa obično imaju svoje sisteme vrednosti. U tim sistemima, vrednosti su poređane po izvesnom značaju i rangi koje im njihovi nosioci pripisuju. Ali je već odmah jasno da se ti individualni ili užji grupni sistemi vrednosti ne poklapaju idealno sa opštepriznatim, iako možda neprihvaćenim, vrednosnim sistemima društva u celini. Svako je društvo, ilustracije

7. Vidi: Komarowsky M. — Sargent S., *Culture and Personality*. New York. The Viking Foundation. 1949. p. 143.

8. u časopisu: *American Sociological Review*, october. 1960. p. 625.

radi, prinuđeno, ako hoće da ostvari izvestan prosperitet, da u svom sistemu vrednosti srazmerno visoko vrednuje rad, radne sposobnosti i radne navike. Ali, neki pojedinci ili pojedine društvene grupe mogu toj istoj vrednosti pridavati relativno manji značaj. Oni, osim toga, mogu nekoj drugoj vrednosti pridavati značaj koji je srazmerno uvećan: mogu, recimo, precenjivati ulogu fizičke lepote, telesne snage, porodičnog porekla i tako dalje. U blagim varijantama nepoklapanja ovih sistema vrednosti su normalna i razumljiva stvar. Ali, pokadkad se ima posla sa oštrim sukobima vrednosti u sistemima pojedinaca ili užih društvenih grupa, na jednoj, i društvenih zajednica u celini, na drugoj strani.

Što se trećeg uzroka tiče, važno je shvatiti da se on odnosi na slučajeve kada društvo ili neke njegove institucije i organizacije (porodica, škola, politika i dr.) u procesu socijalizacije podbace ili kada jednostavno zapuste neke svoje članove koji još nisu dorasli za samostalan društveni život.

Dakle, u navedenim uslovima, sa vrlo velikom verovatnoćom će se javiti izvesni oblici nekulturnog ponašanja, koje Yinger naziva kontrakulturom. Ali, tvrdi se da to nisu jedini uslovi i, šta više, da nisu ni dovoljni uslovi. Jer, dešava se da ponekad svi ovi uslovi deluju istovremeno i istim intenzitetom na veći broj ljudi, pa se ipak samo jedan njihov deo ponaša usvajajući kontrakulturne norme, dok drugi uspeva da odoli i prevaziđe pomenute uticaje. Na primer: deca iz iste porodice, učenici iste škole, pripadnici istih organizacija. Delinkventne omladinske grupe, kriminal u privredi i druge pojave ove vrste zaista odlično predstavljaju deo onoga što se stručno naziva protivkultura.

Teorijska slabost pojma kontrakulture, onakvog kakvog ga je razvio Yinger, ogleda se u tome što on, iako sasvim pravilno konstatuje uslove koji ga verovatno izazivaju, a delimično i same posledice koje izviru iz ovih uslova, ne ide dovoljno duboko u traženju socijalnih uzroka koji izazivaju kontrakulturne norme. Naime, Yinger traga za tim uzrocima samo u psihološkoj ravni (frustracija, poremećaj, odsustvo socijalne kontrole) ali ne ide dalje od toga. Za naučnu, pak, analizu protivkulture potrebno je da se utvrdi u kolikoj meri neka konkretna manifestacija protivkulture društveno (i to u širem smislu) a ne samo psihološki uslovljena. Jer sigurno je da je i sama psihologija dublje determinirana nekim drugim uzrocima. Zašto, na primer, određeni društveni sistem u većoj meri blokira ambicije mladih i njihovu težnju da se afirmišu, dok drugi to isto čini u manjoj meri? Zašto jedni sistemi orijentišu omladinu u većoj meri na prave i konstruktivne ciljeve, a drugi nisu u stanju da ostvare takvu orijentaciju? Tek takva sociološka analiza bi pokazala da je zaista potrebno prihvatiti teorijski pojam protivkulture, ali ga produbiti i posmatrati u širem i bitnijem društvenom kontekstu.

Evo jednog primera koji će nam pokazati posmatranje jedne pojave na tri različita nivoa kulturne teorije: kulturnom, podkulturnom i protivkulturnom. Na opštem kulturnom nivou, omladina se može shvatiti kao sastavni deo društva uopšte, a kao takva i ona usvaja opšte kulturne tekovine i norme u toku procesa socijalizacije (u porodici, školi, društvu). Ona se uči radu, dobija određeno vaspitanje kojim se uklapa u

opšta društvena i kulturna kretanja, ona se opismenjava, obrazuje, fizički kultivira.

U subkulturnoj ravni posmatrana, omladina ima pored opštih još i izvesne *specifične* norme kulture i ponašanja koje se delimično razlikuju od kulturnih karakteristika odraslih: to su posebna interesovanja za sve ono što je neobično, zatim za razne igre, plesove, način govora, estetske ideale, modu, ekscentričnosti druge vrste i slično. Ali sve ove pojave ne moraju imati karakter sukoba sa kulturom društva uopšte.

Najzad, u kontrakulturnoj ravni, mogu se javiti izvesni naka-radni oblici odevanja, friziranja, društveno-štetnog ponašanja (krađe automobila, frajerstvo, psovke i dr.), devijantnih oblika govora, lenost, prostitucija i tako dalje, koje znače odstupanje i od odgovarajućih podkulturnih normi ponašanja, specifičnih za omladinu. Ove su pojave, dakle, u direktnoj suprotnosti sa opštim smislom ljudske kulture. One se njoj protive i zato se obuhvataju posebnim pojmom odnosno terminom »protivkulture«.

5

Kultura i progres

3

Pošto, prema definiciji, kultura ima za cilj da olakša održanje, produženje i napredak ljudske vrste u celini, to je ona vrlo blisko povezana i sa pojmom progres. Bliže razgraničenje pojma kulture i progres doprineće da se oni ispravnije shvate i da se ne mešaju, jer se ponekad upotrebljavaju i kao sinonimi. Oni, dakle, nisu istovetni iako su vrlo usko povezani.

Pre svega, čovek se rađa kao biće koje je sposobno da prima kulturu koju je društvo razvilo i da je dalje prenosi. Ali ta je sposobnost samo potencijalna. Da bi čovek zaista primio kulturu i preneo je dalje, mora da doživi i pretrpi odgovarajuću pripremu i uticaj društvene zajednice. Taj proces pomoću koga se neki pojedinac ili društvena grupa integriraju u svoje društvo i primaju kulturu, a osim toga se osposobljavaju da je dalje razvijaju i prenose, naziva se socijalizacijom ličnosti odnosno grupe.

Ali to nam istovremeno govori da kultura sadrži dve bitne komponente: prenošenje već stvorenih društvenih kulturnih vrednosti ili tradiciju i stvaranje novih vrednosti ili progres.

Prema tome se tradicija može definisati kao ona komponenta kulture čija je bitna odlika prihvatanje i prenošenje već stvorenih i osvojenih tekovina kulture. Ona je dakle bitno konzervirajuća (ne konzervativna) sila jer joj je zadatak da očuva ono što već postoji kao rezultat društvenog i kulturnog života. Tek posle toga se može prihvatiti razlika između negativne i pozitivne tradicije na planu vrednosti. Naime, nekada tradicija može imati negativno dejstvo na taj način što održava i prenosi negativne vrednosti (ili bolje: elemente nevrednosti). Tako se govori o tradicionalnom prenošenju pasivnosti, lenosti, inertnosti, sklonosti ka javašluku, nerazvijenosti misla za organizaciju i tako dalje, u određenim sredinama. No, osim toga postoji i pozitivna varijanta tra-

dicije: kada se, na primer, govori o slobodarskoj tradiciji naših naroda, o spremnosti njihovoj da rado prihvate novine, o tehničkoj tradiciji nekih drugih naroda, o poslovičnoj i tradicionalnoj gostoljubivosti Slovena itd.

Bitne karakteristike progressa

Ako se kaže da je za tradiciju bitno da ona služi održanju već stvorenih kulturnih vrednosti, onda se time nije htelo reći da je tradicija samo to. Ona je i više od toga: neophodan preduslov i osnova koja omogućuje ljudima da, pošavši od nje, mogu da stvaraju nove vrednosti i da, kreirajući nove vrednosti, obezbeđuju kontinuitet u kulturi. Zato bi se progres mogao definisati kao ona komponenta kulturnog kretanja čija se suština sastoji u stvaranju ili kreaciji novih vrednosti. Prema tome, progres je aktivnija faza kulturnog kretanja čovečanstva od tradicije, ali se razume da se ove dve komponente uzajamno dijalektički prožimaju i predpostavljaju. Sve tekovine koje se osvajaju u toku progresivnog kretanja društva moraju neminovno da se uključe u opšti kulturni fond, koji će se kasnije putem tradicije prenositi na mlađe generacije društva i obratno: pozitivna tradicija je neophodni elemenat bez koga ljudi ne bi bili u stanju da se dalje progresivno kreću. Progres je, naročito na savremenoj etapi kulturnog razvitka, nezamisliv bez tradicije, mada je poznato, kao što je govorio Marks, da tradicija može da bude i konzervativna snaga kada opterećuje društvo ili pojedinca, zatvarajući im horizonte.

Prethodnim konstatacijama je samo načet problem definisanja progressa. Jer, nije dovoljno samo utvrditi da je progres najopštiji rezultat pozitivnog kretanja društva tj. ona komponenta kulture koja kreira nove društvene kulturne vrednosti. Osim ove, progres sadrži još i sledeće karakteristike: 2. povećanje broja potreba čoveka i potpunije zadovoljenje tih potreba; 3. usavršavanje proizvodnih sposobnosti čoveka (naročito putem nauke, tehnike otkrića i poboljšanja organizacije kao i potpunijeg saznanja stvarnosti) i 4. povećanja (lične) sreće, zadovoljstva i udobnosti, koje nastaju na osnovu prethodno ostvarenih vrednosti.

Kad se, na bazi izvedene definicije progressa, shvati da je progres ulazna komponenta kulturnog kretanja društva i kad se ova komponenta kvalifikuje kao pozitivna, onda se ima u vidu da nekada društvena kretanja dobijaju i drugačije forme kretanja, bilo time što ostaju na postojećem nivou, što mi nazivamo *stagnacijom*, bilo time što čak ugrožavaju i već ostvareni fond ili kvalitet kulturnih vrednosti, što nazivamo *regresom*. U svakom slučaju mi smo svesni neujednačenog toka progresivnih kretanja u kulturi ljudskog društva, sa privremenim, manje ili više izraženim prekidom kontinuiteta. Konstatovanje o prekidu progresivnih kretanja ne moraju uvek značiti, (kao što kod Šopenhauera, Spenglera Berđajeva i drugih znače) pesimističku sliku sveta, već jednostavnu istorijsku istinu da se nekada kretanja zaustavljaju na izvesnom nivou ili čak i potpuno prekidaju u datom obliku. Izvršne primere za prekid progresivnih kretanja u razvitku ljudske kulture predstavljaju iščezavanja kulture i civilizacije takvih snažnih društava i

naroda kao što su kulture starih Kmera, Maja i Etruraca, koji su nam ostavili puno tragova o svojim civilizacijama i umetnostima. Uprkos značajnim naporima koje su naučnici uložili da rekonstruišu istoriju da bi utvrdili uzroke propasti ovih kultura, rezultati su prilično mršavi. Jer, kao što tvrdi jedan od pionira na ovom polju: »Konačni udarac, *coup-de-grace*, obično je lako utvrditi i objasniti, ali često je civilizacija bolesna dugo pre svoje smrti...«⁹

Što se ljudi često razilaze u pogledu ocena i kvalifikovanja pojedinih pojava kada ih tretiraju kao progresivne, stagnirajuće ili regresivne, to velikim delom dolazi otuda što progres, kako s pravom primećuje Mihailo Marković, »uključuje u sebe jedan faktički i jedan vrednosni elemenat«. S obzirom na to ljudi se mogu slagati u pogledu faktičkog stanja i činjeničnog fonda ali da se razilaze u oceni tih činjenica, dakle, u postupku vrednovanja. Isto je tako moguć i obrnut slučaj: da se ne slažu u pogledu činjenica ali da im se vrednovanja poklapaju po smislu¹⁰.

Zasad ćemo se zadovoljiti tvrdnjom da je najviša vrednost progressa sadržana u humanizovanju ljudi i u sve snažnijem razvijanju ljudske slobode, pri čemu uvek treba imati u vidu da sloboda za čoveka može imati najmanje dva različita smisla: 1. smisao slobode *od* tj. smisao po kome se sloboda čoveka sastoji u tome da se čovek izvuče ispod gvozdениh zakona materije i prirode i 2. smisao slobode *za* tj. smisao po kome se čovek zalaže za ostvarenje nekih vrednosti u aktivnijem smislu reći. No, o tome će biti više reči kad se bude govorilo o problemima humanizma i angažovanosti.

Već smo napomenuli da je stvaranje viših vrednosti jedna od najbitnijih karakteristika društvenog progressa. Takav karakter imaju sve one vrednosti u oblasti nauke, tehnike, politike, umetnosti koje prevazilaze već postojeće vrednosti i koje odgovaraju interesima i potrebama ljudske vrste u celini. Na primer: ideja i ostvarenje ideje o samoupravljanju proizvođača i uopšte o društvenom upravljanju u Jugoslaviji je progresivna zbog toga što se na taj način koristi i onaj deo stvaralačke energije društva odnosno proizvođača koji u drugačijim uslovima inače ostaje neiskorišćen; to ima za posledicu ostvarenje višeg stepena slobode čoveka i proizvođača koji, sada, može u većoj meri da utiče na uslove i okolnosti svoga rada i na raspolaganje rezultatima svoga rada. Osim toga, samoupravljanje izaziva kvantitativno i kvalitativno poboljšanje proizvodnje, raspodele i potrošnje. Što se na svoj način odražava povoljno na nivo životnog standarda i tako dalje. Slični su primeri pronalazak antibiotika, televizije, naučno istraživanje kosmičkih prostranstava i mnogi drugi primeri dostignuća koje čovek ostvaruje. Pomoću novootkrivenih lekova i antibiotika čovek je u stanju da leči i one bolesti za koje je ranije bio nemoćan, a zahvaljujući televiziji bitno se menjaju uslovi komuniciranja među ljudima jer se pomoću nje ostvaruje brži prodor izvesnih kulturnih tekovina. Vasijska istraživanja povećavaju ljudsku slobodu u smislu oslobađanja od zakona

9. BeKon Edvard, *Iščezle civilizacije — zaboravljeni narodi drevnog sveta*, Izdavački zavod „Jugoslavija“, Beograd, 1965 god., str. 10.

10. Vidi: Marković Mihailo, *O smislu progressa*, Polja, list za kulturu i umetnost, Novi Sad, broj 70, 25 oktobar, 1963 godine.

zemljine teže i u smislu dubljeg saznanja prirode. Analogne konstatacije bi se mogle izvršiti prilikom analize bilo koje realizacije viših vrednosti, bez obzira na njihovu prirodu i karakter.

Na drugoj strani, progresivno kretanje društva se ispoljava i u tome što se postepeno povećava broj potreba kod ljudi i što se javljaju kvalitativno nove potrebe. Paralelno sa tim se u punjoj meri zadovoljavaju kako postojeće tako isto i novonastale potrebe. Prosto povećanje potreba, samo po sebi ne bi bilo dovoljno za progres. Šta više, povećavanje broja i kvaliteta potreba koje nije praćeno potpunijim zadovoljenjem njihovim moglo bi se od strane pojedinaca ili društvenih grupa, u zavisnosti od društvenog sistema i strukture, doživljavati kao suprotnost, kao antiteza progresu. Na primer: potreba za podizanjem nivoa obrazovanja društveno zapostavljenih etničkih i klasnih grupa, ukoliko nije zadovoljena, subjektivno se doživljava kao revolt, stagnacija i nazadovanje. Stoga je potrebno da postoji izvestan sklad između broja potreba, njihovog kvaliteta i stepena njihovog zadovoljenja. Mi danas možemo konstatovati da je broj potreba savremenog čoveka, njihova priroda i stepen njihovog zadovoljenja mnogo veći nego što je bio slučaj sa primitivnim čovekom, nerazvijenim čovekom iz perioda divljaštva ili varvarstva.

Dalje: mehanizacija i automatizacija proizvodnje koje sa svoje strane podižu proizvodnu sposobnost čoveka odnosno njegovu produktivnost, doprinose u punjoj meri zadovoljavanju dotle nezadovoljenih potreba i istovremeno utiču na stvaranje sasvim novih potreba koje takođe traže da budu zadovoljene. Taj proces je u stvari neprekidni proces inspiracije ljudskog stvaralaštva. Sva progresivna kretanja ove vrste imaju nebrojene dalekosežne posledice kao što su: skraćenje obaveznog radnog vremena odnosno povećanje slobodnog vremena u okviru koga čovek može da pristupi zadovoljavanju i onih svojih potreba koje prelaze nivo nužde i spoljašnjih ciljeva. Tako se, recimo, događa ili se može dogoditi da radnici, inače pritisnuti nevoljama rada sa brojnim elementima prinude i otuđenosti, dobijaju srazmerno veće mogućnosti za negovanje i razvijanje drugih svojih sklonosti i sposobnosti. Mehanizacija i automatizacija proizvodnje dozvoljavaju i pojeftinjenje proizvoda, što znači i veću potrošnju u redovima onih društvenih slojeva koji su ranije bili lišeni dotičnih proizvoda ili su ih upotrebljavali u ograničenim količinama.

I najzad, sastavni deo progressa su povećanje udobnosti, komfora (na primer: kultura stanovanja, komuniciranja među ljudima, odevanja, putovanja i slično), kao i osećanje zadovoljstva koje je s tim praćeno (na primer: zadovoljstvo na radnom mestu, zadovoljstvo u pogledu izbora profesije koja se najviše voli i za koju se ima najviše smisla, zadovoljstvo zbog postignutog društvenog ugleda i tako dalje).

Međutim, kao što je lepo primetio jedan od najpoznatijih teoretičara progressa i njegovog odnosa prema kulturi, *Wallis Wallis*¹¹, svaki od napred navedenih kriterijuma progressa, uzet pojedinačno, nije dovoljan. Tek svi oni zajedno mogu da posluže za tačnije kvalifikovanje neke pojave ili procesa kao progresivnog odnosno regresivnog.

11. Wallis Wilson, *Culture and Progress*, New York, 1933.

Sasvim je druge prirode pitanje o tome što sve nove i više društvene vrednosti, potrebe, tekovine i tako dalje sadrže u sebi i izvesne elemente koji nisu ili ne moraju biti i potpuno povoljni za čoveka. Tako se, na primer, mnogo raspravlja i o negativnim posledicama automatizacije, mašinske civilizacije, umetnosti koja u središte svojih interesovanja stavlja strah, razočaranje, pervverzije i slično, što nesumnjivo svedoči i o tome da se progres nikada ne javlja u potpuno čistome vidu. Ali, za pažljivijeg analitičara društvenih i kulturnih kretanja ovakve propratne pojave obično imaju sasvim drugostepen značaj, čak i kad izazivaju relativno snažne potrese i kulturne krize.

Wallis smatra da se faze kulture menjaju i da su u nekim slučajevima te promene *evolutivne*, a da u drugim *konstitutivne* progressa. Osnovna razlika između prvih i drugih je u tome što su u prvom slučaju promene *kumulativne*, a u drugom obezbeđuju i *više vrednosti nego što su bile ranije postignute vrednosti*. Ova je distinkcija od značaja za teoriju progressa utoliko što ukazuje na potrebu razlikovanja između *proste evolucije i progressa*. Naime, *za progres nije bitna perspektiva vremena*. Kad to kažem, onda time mislim na činjenicu da ne mora sve ono što je vremenski novije samim tim da bude i progresivnije. To je očigledno kada se ima u vidu niz izopačenosti, zakržljavanja kulturnih i umetničkih vrednosti novijeg datuma. Stoga se vremenska perspektiva u odnosu na progres, i to u navedenom smislu, može gotovo zanemariti. Ali zato mora više doći do izražaja procena iz perspektive vrednosti odnosno iz aksiološke perspektive. Da svaka evolucija ne mora istovremeno biti i progres može se videti na mnogim primerima. Jedan od njih, koji je naveo Wallis veoma je zgodan za te svrhe. To je primer koji prikazuje kako nesumnjiva evolucija oružja kroz istoriju nije potpuno istovetna sa progressom: u nižoj fazi divljaštva nije bilo boljeg oružja za napad i odbranu od batine, motke. Ili, od kamena. Ali su i batina i kamen, kasnije, doživeli usavršavanja odnosno evoluciju: ljudi su im povećavali težinu, dodavali oble završetke ili oštrije ivice kako bi im povećali ubojitost i efikasnost. Zatim, još kasnije, to oružje je evoluiralo u buzdovan, jer mu je time povećavan domet prilikom bacanja, pa u koplje, kome je oblik dozvoljavao još veći domet, a izoštrn vrh i primena otrovnih materija, još veću efikasnost. Međutim, sva ta oružja je još uvek izbacivao čovek i radijus im je stoga bio prilično skućen, ograničen. On se bitno menja tek primenom mehaničkih sredstava za izbacivanje. To su najpre luk i strela, a zatim i katapult. U još višoj fazi se javlja vatreno oružje: revolver, puška, mitraljez, top, bacači plamena, sve do atomskih bombi i bakteriološkog oružja, koji postaju maksimalno ubitačni.

Ali, ako se tim povodom postavi pitanje: da li se na osnovu svega toga može tvrditi da je evolucija oružja istovetna sa progressom — onda je odgovor koji se na to pitanje može dati: ne uvek. Ne uvek, zato što se prava priroda progressa sastoji u tome da se *poveća efikasnost u pogledu onoga što je poželjno*. A sasvim se razume da ubijanje ljudi, naročito u ratovima, nije najčešće društveno opravdano. Tačnije rečeno: evolucija oružja bi mogla predstavljati istovremeno i progres samo onda i samo utoliko ukoliko služi čoveku za odbrambene svrhe ili za osvajanje same prirode, a nikako ne u svrhe porobljavanja drugih

ljudi. Još je očiglednije nepodudaranje između proste evolucije i progressa kad se ima u vidu zloupotreba oružja, na primer u poslednjem ratu (gasne komore, masovna upotreba bakteriološkog oružja, krematorijumi u koncentracionim logorima i njima slične pojave).

Problem progressa se komplikuje još više time što ono što se smatra poželjnim za jednu užu grupu ne mora da bude poželjno i sa stanovišta čovečanstva u celini. Recimo: neka grupa ljudi, kasta, klasa, progresija ili sloj, pa čak i čitava nacija mogu želeti nešto što ne odgovara većini ljudi. Jedna klasa može želeti eksploataciju ostalih, birokratija može za sebe želeti privilegije koje drugima uskraćuje, neka nacija može biti agresivna itd.

O progressu se, osim toga, može govoriti onda kada se povećava opšta moć čoveka nad prirodom i stihijom. Pa čak i tada se moraju imati određene rezerve s obzirom na to da čovek može tu povećanu moć ne samo da upotrebi umereno nego i da zloupotrebi. Tako ovladavanje nuklearnom energijom čovek povećava svoju moć nad prirodom jer povećava svoju energetska moć, jer može putem radioaktivnog zračenja da utiče na promenu naslednih osobina živih bića i da leći izvesna oboljenja, ali je time istovremeno povećana opasnost u smislu uništenja ljudske vrste i života na zemlji.

Veoma često se kao sinonim poimu kulture upotrebljava i pojam odnosno termin civilizacija. Stoga ćemo, u nastojanju da potpunije odredimo pojam kulture, morati da nešto bliže odredimo i ovaj pojam. Naime, o civilizaciji postoje različita shvatanja. Jedni pod civilizacijom podrazumevaju samo materijalnu i tehničku kulturu¹², a drugi pod njom zamišljaju samo onu istorijsku fazu razvika kulture, koja vremenski sleduje posle divljaštva i varvarstva tj. od momenta pronalaska fonetske azbuke sa korišćenjem pisma pa sve do današnjeg dana. Tako, na primer, misli Melvil Herskovic¹³. Prema trećoj varijanti, varijanti koju je zastupao Špengler, civilizacija se prilično proizvoljno i moglo bi se reći, izuzetno, shvata kao poslednja faza, kao raspadanje neke određene kulture, koja je predhodno već doživela svoju kulminaciju¹⁴.

Izgleda, međutim, da je civilizacija najbliže svome pravom značenju, ili bar najčešćoj upotrebi značenja ovoga termina, kad se uzima kao viša faza kulturnog razvika čovečanstva, i to otprilike onako kako je tretira Herskovic. To će reći da je civilizacija pojam koji označava fazu razvika u kulturi kojom čovek prevazilazi period divljaštva i varvarstva.



Društvene strukture i kultura

Za razliku od kulturalističkih shvatanja marksističko shvatanje kulture ističe da kultura određene epohe ili određenih društava stoji u najužoj vezi sa društvenim strukturama, a te društvene strukture su u prvom redu posledica podele rada odnosno spajanja i ujediničenja rada. To, pojmljivo, nipošto ne znači da kulturne pojave nemaju i relativne

12. Vidi: *Flamengo* dr Ante. *Osnovi opće sociologije*, Veselin Masleša, Sarajevo, 1962.
13. *Herskovits Melville, Man and his Works*, New York, 1957.
14. *Spengler Oswald, Propast Zapada*, Kosmos, Beograd, 1938 godine.

samostalnosti, a još manje da na njih ne utiču i neke druge pojave osim podele i spajanja rada. Marksističko se shvatanje, na kraju krajeva, potvrđuje i činjenicom da svaka društveno-ekonomska formacija ima svoju sopstvenu i specifičnu kulturnu fizionomiju, kao i da se u okviru tih društveno-ekonomskih formacija klasnog karaktera vrši unutrašnja klasna kulturna diferencijacija, ili čak i određena diferencijacija posebnih društvenih grupa (kasta, staleža, slojeva i dr.). Tako su, pored ostalih, Marks i Engels isticali kakve sve razlike u oblasti kulture proističu iz podele rada na fizički i duhovni rad. Lenjin je, opet, sa svoje strane pisao da se u okviru svake kulture jedinstvene i nacionalne po formi, u stvari razlikuju najmanje dve kulture po sadržaju, misleći pritom na kulturne specifičnosti osnovnih klasa u klasnom društvu.

No, nije ovakva koncepcija kulture neka naročita osobenost marksizma. I veliki broj građanskih teoretičara, mada ne svi, uviđao je postojanje duboke veze između društvene strukture i kulture, čak i onda kada nije insistirao na klasnoj strukturi društva. Tako neki nemački teoretičari kulture (Franz Zwillgmeyer, na primer) razlikuju tri bitne forme društva koje se među sobom razlikuju po strukturi i smatraju da se svaka od njih razlikuje i po određenom kulturnom stilu, etosu i praksi¹⁵. Ove se forme odnosno tipovi društvenih struktura ne poklapaju sa usvojenom marksističkom periodizacijom razvika na društveno-ekonomske formacije, ali i bez obzira na razlike u detaljima, suštinski odgovaraju idejama o vezi između strukturalnih promena u društvu i njima korespondentnih tipova kulture. Te tri osnovne forme odnosno tipa društvene strukture su: vitalna zajednica (»Vitalgemeinschaft«), 2. društvo u užem smislu (»Gesellschaft«) i 3. zajednica ličnosti (»Personengemeinschaft«). Pritom se pod t.zv. vitalnom zajednicom podrazumevaju najranije i najniže forme ljudskog udruživanja na vrlo niskom stupnju ljudskoga razvika sa ciljem da se omogući životna (»vitalna«) egzistencija. Takav je, na primer, život prvobitnih ljudi u hordama, gensovima i plemenima, što bi po analogiji sa shvatanjem društvenog razvoja u skladu sa društveno-ekonomskim formacijama odgovaralo odprilike prvobitnoj zajednici. Društvo u užem smislu shvaćeno je od tih građanskih teoretičara kao društvena struktura na nešto višem stupnju razvika kada počinje oštrije i izrazitije društveno diferenciranje (odprilike na prelazu iz prvobitne zajednice u robovlasništvo), a zajednica ličnosti kao najemancipovanija faza ljudskog društva, karakteristična uglavnom po modernijem načinu organizacije.

Iako nas prethodna podela ne obavezuje mnogo, bitnije je to što se unutar ovih struktura zapažaju kulturne razlike i osobenosti u kojima je jasno sugerirana ideja o vezi između društvenih struktura i kulture.

Što se tiče kulturnih karakteristika vitalne zajednice tu se kod čoveka jedva oseća razdvajanje unutrašnjeg i spoljašnjeg sveta, a isto tako i čulnomaterijalnog od duhovnog sveta. Mišljenje pomoću slika preovlađuje nad logičkim mišljenjem, a opažanje nad apstrakcijom. U etosu preovlađuju kolektivne intencije. Nije razvijen etos koji

15. Vidi: *Handbuch der Soziologie*, herausgegeben von dr Werner Ziegenfuss, Stuttgart, Ferdinand Enke Verlag, 1956, SS. 1102—1196, a posebno str. 1123 i dalje.

bi se odnosio na pojedinca kao takvog, a koji sebe razlikuje od zajednice. Kazna za prekršaje vladajućeg morala je sračunata na naknadu u smislu ponovnog uspostavljanja poremećene životne ravnoteže zajednice. Praksa nije racionalna već se oslanja uglavnom na »magična« sredstva. Ponašanje je pretežno instinktivno, asocijativno i zasnovano na principima »pokušaja i zablude« i na metodima koji se prenose putem tradicije. Ono što je tipično za ovu etapu kulturnog stvaranja jeste kolektivno društveno stvaranje kulturnih dobara a ne individualno. Ova kultura deluje prvenstveno integrativno na članove zajednice to jest ona ima za cilj da pomoću usvajanja zajedničkih kulturnih vrednosti što je moguće više ujedini sve pojedince u vitalnu zajednicu, kako bi se na taj način poboljšali uslovi za opstanak i napredak zajednice.

Kultura iz etape koja je nazvana »društvo u užem smislu« ima drugačije karakteristike: pojedinac već počinje da izdvaja sebe, čak individualizira i sopstvene bogove, a logičko mišljenje i intelekt pobeđuju mišljenje u slikama i imaginaciju uopšte. Uzajamni odnosi u prirodi shvataju se uglavnom prema kauzalno-mehaničkom principu. U umetnosti se javlja pluralizam u stilovima. Pojedinac stoji u centru etosa. Društvo nije više tako unutrašnje solidarno kao što je slučaj u vitalnoj zajednici. Pojedinac ili izvesne grupe počinju da koncentrišu moć u svojim rukama (klase, kaste, staleži). Kolektivni život nije više najviša vrednost, već je to sada vladavina, a naročito privredno i tehničko savlađivanje prirode uz pomoć intelekta. Kazna za narušavanje vladajućeg morala teži principima ograničavanja i poboljšavanja u smislu formiranja »korisnog člana društva« od prestupnika. Racionalne metode omogućuju sistematske pronalaskе i otkrića. Društveno stvaranje kulturnih dobara postaje manje značajno i manje karakteristično. Čovek se više ne služi u ranijoj meri sopstvenim organima u radu, već mnogo više mehaničkim aparatima i instrumentima. Tek na ovom nivou se, navodno, kultura oštrije diferencira na relativno autonomne kulturne grane, sa sopstvenim imanentnim zakonitostima. Ranije je ona bila data u sinkretičkoj formi tj. kao neizdvojena po granama. Kulturna dobra su pretežno materijalna kulturna dobra i kao takva mogu se raspodeljivati među članove društva, što omogućuje otvoreniju borbu odnosno rivalstvo i konkurenciju za sticanje i prisvajanje.

Srazmerno najviši oblik je takozvana zajednica ličnosti. Ona se takođe odlikuje sopstvenim kulturnim kvalitetima. Njena se kultura odnosi, pre svega, na ono što je duhovno i za nju je, između ostalog, karakteristična pojava »viših religija«. Kultura je visokostilizovana. Ona je sada u znatno manjoj meri stvar pasivnog prilagođavanja čoveka prirodi, a mnogo više stvar aktivnog menjanja prirode i okoline. I sam moral nije više tako orijentisan da konzervira postojeće ili obnavlja narušeno moralno stanje, već je aktivan u smislu da propisuje norme. To znači da je on tako zamišljen da želi u većoj meri da utiče na buduće ponašanje pojedinca ili grupe u društvu nego da se brine o prošlim i bivšim stanjima u toj oblasti. Cilj kazne je sada vaspitni momenat tj. unutrašnja promena i moralni prelom ličnosti, moralno usavršavanje i prefinjenost. Budući da su sada u višem stepenu duhovna, kulturna dobra nije više moguće mehanički deliti među članove zajednice, a kulturno stvaralaštvo postaje uglavnom stvar individualnosti.

Po smislu je istovetna i druga jedna tipologija, koja opet razlikuje tri tipa društvene strukture: (1) egalitarno društvo; (2) staleško i (3) klasno društvo.

Egalitarno društvo (Nemci ga nazivaju još i »genossenschaftliche Gesellschaft«) je onaj tip društvene strukture koji odgovara svim onim nivoima društvene organizacije u kojima su pojedinci među sobom približno podjednaki po svome društvenom položaju (francuski: égal = jednak, istovetan). U stvari nema principijelne razlike između egalitarnih društava i vitalnih zajednica. Kultura ovih društava odlikuje se kolektivnom privredom, ženidbom i udajom mladih ljudi unutar društvene grupe (endogamija), razmenom žena, promiskuitetom između muških i ženskih članova grupe, krvnom osveto (pošto gubitak člana grupe smanjuje šanse za opstanak dotične grupe u uslovima sirove i brutalne borbe za život, krvna osveta je svojevrsno uspostavljanje ravnoteže među neprijateljski raspoloženim društvenim grupama). Nema svesti o istorijskim tj. vremenskim koordinatama događaja već se oni interpretiraju mitološki, van određene vremenske projekcije. To je period vladavine mita. Magija i sujeverje su opšta karakteristika svih kulturnih krugova prvobitnih naroda. U jeziku nedostaje sposobnost apstrahiranja. Svet i reč još uvek predstavljaju jedinstvo. Govor je, osim predstavnog sadržaja dopunjen još u visokom stepenu bojom tona, propratnim gestovima i mimikama. Primitivna umetnost je bogata primesama grupnih emocija. U igrama magičkog kulta još nema oštrog razdvajanja između umetnika, umetničkog dela i publike, kao i odvojenog potrošača kulturnih vrednosti. I moral je kolektivan. Osim toga pomešane su među sobom razne oblasti kulture. Istinito (nauka), dobro (moral), pravo i lepo (umetnost) uzajamno se preplicu sa religijom i među sobom. Moral je, na primer, povezan sa jezikom: kod jednog plemena centralno-brazilijanskih Indijanaca termin »mi« istovremeno znači i sve ono što je »dobro«, a »ne-mi« sve ono što je »loše« i »škrto«. Nosioci jezika i morala su pretežno plemena, dok su privredne funkcije uglavnom u rukama roda i porodice.

Staleško društvo je odraz sve dubljeg procesa unutrašnjeg raslojavanja i stoga je njegova kultura veoma protivrečna. To dolazi otuda što se u njemu ima posla sa raznovrsnim i često suprotnim društvenim fizionomijama pojedinih staleža, kasta i sličnih formacija. U staleškom društvu ima, na jednoj strani, kolektivnog kulturnog stvaranja. Takav je slučaj, primera radi, u redovima seljaštva (ukoliko ono nije, kao što je slučaj u feudalizmu, klasa). Tu dominiraju kolektivni oblici stvaralaštva: narodne pesme, narodne igre, narodne priče, običaji, folklorno umetničko oblikovanje i tome slično. Iako na drugoj strani jačaju tendencije individualnog kulturnog stvaralaštva, ono još uvek nosi jak pečat socijalnog, jer je u suštini stvaralaštvo još uvek tradicionalno po karakteru. U oblasti pravne nadgradnje seljaci naginju običajnom pravu, dok vladajući staleži favorizuju (pismene) zakone kao pravne regulative. I u samoj nauci »kritičko držanje«, koje se na određeni način protivravlja tradiciji, nije još dovoljno razvijeno. Naučnik iz staleškog društva još uvek je više čuvar i prenosilac naučne tradicije nego pionir ličnog naučnog stvaralaštva. Kultura ostalih staleža je opet drukčija. Ona se razlikuje već prema tome koji je stalež

Marketing

Glavni urednik
Zoran Hamović

Urednik
Milenko D. Đurić

Likovni urednik
Dragana Atanasović

Milena Dragičević Šešić
Branimir Stojković

KULTURA
MENADŽMENT
ANIMACIJA
MARKETING

Peto izmenjeno i dopunjeno izdanje

© Clio, 2007

2007
CLIO

Menadžment u kulturi se, i u teoriji i u praksi, danas veoma često koristi pojmovima kulturnih potreba, interesovanja i ukusa. Polazeći od hijerarhije potreba Abrahama Maslova (fiziološke potrebe, potrebe za sigurnošću, potrebe za ljubavlju, ugledom u zajednici i potrebe za samoaktuelizacijom) menadžment u kulturi zasniva svoj smisao na stvaranju sistema i okvira u kojem će na najbolji način kulturne potrebe, želje i interesovanja moći da budu zadovoljene.

Svako ljudsko delovanje je posledica motivacije, odnosno osećanja nužnosti usmerenog ka otklanjanju ili ublažavanju nedostataka ili poremećaja. Psihologija kao nauka definiše potrebu kao *osećanje nužnosti da se deluje kako bi se uklonio neki doživljeni nedostatak*. Doduše, stvarno postojanje nekog nedostatka još uvek ne znači da postoji i adekvatna potreba i motivisanost za akciju, a to je posebno čest slučaj kad su u pitanju „nedostaci“, tj. latentne potrebe, iz oblasti kulture i umetnosti. Čak i kad svest o nezadovoljenoj kulturnoj potrebi postoji, to još uvek ne znači da osoba zna na koji će način moći da stvarno zadovolji svoju potrebu i svoja interesovanja. (Tako se potreba za lepim u svakodnevici zadovoljava kič proizvodima, a potreba za estetskim doživljajem – konfekcijskim „umetničkim“ tvorevinama poput američkih komercijalnih filmova ili roto-romana.)

Čini se da je upravo koncept **interesovanja** primereniji analizi kulturnih potreba od same teorije potreba (hrejologije), te je danas u angloameričkoj teorijskoj kulturološkoj literaturi daleko češće korišćenje termina „kulturna interesovanja“ od termina „kulturne potrebe“. Interesovanja imaju suštinsku ulogu u razvoju kulturnih potreba, kreativnog ponašanja, samoaktuelizacije. Teorija ličnosti Abrahama Maslova, koja polazi od čovekove po-

trebe za samoaktuelizacijom, izuzetno je značajna za menadžment kulturnih delatnosti jer očigledno ukazuje na raznovrsnost oblikovanja ove potrebe i različite puteve njenog zadovoljavanja. (Sigurno je da će svaki čovek na različit način težiti samoaktuelizaciji – neko kroz naučni, neko kroz umetnički rad, neko kroz odgajanje dece, altruističku delatnost, proizvodni rad itd., što će zavisiti od kulture, društvene situacije, porodičnog vaspitanja, uopšte sistema vrednosti koji čovek prihvata odrastajući u jednoj kulturi s jedne, i od individualno-psiholoških karakteristika i sposobnosti ličnosti, s druge strane.)

Ličnost nastoji da se potvrdi i ostvari, pre svega, zadovoljavanjem svojih ličnih potreba i interesovanja karakterističnih samo za nju. Premda postoje tipski sklopovi, *grozdovi interesovanja*, ipak se može smatrati da obim, sadržaj i dubina interesovanja u velikoj meri definišu određenu ličnost.

Važno je znati da su interesovanja bitan kohezivni činilac društvenih grupa, od publike, preko grupa koje ostvaruju aktivnosti u slobodno vreme ili zadovoljavaju druga interesovanja u okviru udruženja građana, do malih neformalnih grupa. Često se govori i o „kulturama ukusa“ (*taste cultures*) – tj. o grupama ili društvenim slojevima koje se pojavno najviše razlikuju upravo ukusom u zadovoljavanju kulturnih potreba – stilom. S druge strane, kulturni programi, manifestacije, festivali, repertoar i sl. zasnivaju se na istraženim ili pretpostavljenim interesovanjima i potrebama (posebno tamo gde kulturni programi moraju da ostvaruju dohodak na tržištu i direktno zavise od interesovanja publike). Činjenica je da svaki čovek istovremeno pripada velikom broju, nekada i sasvim različitih društvenih grupa, i da se, u odnosu na njih, može i različito ponašati. U porodičnoj grupi iskazivati određene kulturne potrebe, u grupi vršnjaka druge, a u slučajnoj grupi putnika u vozu, na primer, prikrivati svoja interesovanja. Našavši se u publici, on može – interstimulacijom – razviti doživljaj određene umetnosti ili umetničkog dela koji mu do tada nije bio poznat, kao što može, našavši se u masi (na fudbalskoj utakmici, na primer) iskazivati interesovanja i ponašanja koja u svojim primarnim društvenim grupama nije pokazivao.

Istraživanje i poznavanje kulturnih potreba, ali i socijalnog ponašanja, jedan je od osnovnih zadataka menadžera kulture, prevashodno da bi mogao da *planira kulturne aktivnosti i progra-*

me (zadovoljavati kulturne potrebe), ali i zato da bi mogao da planira kulturni razvoj (podsticati razvitak novih kulturnih potreba ili širiti krug ljudi koji će imati bogatije i raznovrsnije kulturne aspiracije).

Postoje mnoge tipologije i definicije kulturnih potreba i interesovanja.

Vrste kulturnih potreba:

- potreba za jezičkim izražavanjem i komunikacijom;
- potreba za saznavanjem, širenjem vidokruga;
- estetske potrebe u svakodnevnom životu;
- estetske (umetničke) potrebe:
 - potrebe za estetskim doživljajem,
 - stvaralačke potrebe.

Pod kulturnim potrebama podrazumevamo, pre svega, one potrebe kojima se čovek ostvaruje kao biće različito od svih ostalih (najveći broj fizioloških potreba: hrana, san, itd. karakteriše sva živa bića) i kao jedinstvena ličnost u svom društvenom i kulturnom okruženju. To su one potrebe pomoću kojih čovek razvija svoju ličnost tako da aktivno deluje, proizvodi, stvara nove materijalne i duhovne vrednosti, uživa u postojećim, komunicira...

Ove kulturne potrebe su međusobno ravnopravne i kompleksne. Navedene su prema dinamici nastanka i razvoja, iako se taj redosled često ne ostvaruje u potpunosti. Ponekad se razvija tek nekoliko prvih potreba, u meri u kojoj omogućavaju normalan život pojedinca, zatim stagniraju ili gasnu, a da se nikada ne razviju u istinske potrebe i interesovanja. To znači da ličnost nije na vreme, u periodu razvoja, stekla **kulturne navike**. Kod drugih ličnosti, pak, mogu se naglo razviti samo neke stvaralačke potrebe, potiskujući razvoj drugih kulturnih potreba.

Često će se upravo po raznovrsnosti i jačini kulturnih potreba i interesovanja izraženih kroz najrazličitije aktivnosti, ljudi okupljati, družiti i međusobno uvažavati. Tako nastaje **publika poštovalaca** (*appreciative public*) nečega ili nekoga. Nju mogu da čine i milioni ljudi koji se međusobno ne poznaju i najverovatnije

se nikada neće sresti. Ako se slučajno sretnu i uspostave komunikaciju, utvrdiće da imaju zajedničku temu za razgovor – a to je njihovo interesovanje za, na primer, Bahovu muziku, Kovačevićeve komedije ili isti sportski klub.

Unutar ovakve, difuzne publike nastaju i čvršći oblici povezivanja – to su različita udruženja obožavalaca, prijatelja, navijača i sl. Tada nastaje ono što je poznato pod nazivom **akciona publika**. Sa stanovišta kulturnih institucija to je grupa sigurne publike ili pobornika njihovih aktivnosti. Ovakva publika pruža više sigurnosti u promociji željenih kreativnih vrednosti, odnosno poslovanju institucija. Akciona je i publika koja pruža podršku različitim kulturnim i građanskim inicijativama, od stvaranja javnih umetničkih zbirki, do izgradnje skloništa za pse lutalice. Unutar ovakve publike mogu da se zametnu različiti oblici civilnog društva, koji učestvuju u najrazličitijim aktivnostima, upravljaju njima (članstvo u upravnim odborima kulturnih institucija) i finansiraju (donacijama) a u profitno orijentisanim sistemima pretezan deo aktivnosti neprofitnog umetničkog sektora.

Stoga menadžment u kulturi posebnu pažnju poklanja stvaranju uslova za razvoj kulturnih potreba i sticanje kulturnih navika još u najranijem detinjstvu. Kako se kulturne potrebe razvijaju od rođenja pa do kraja života, a mogu biti oformljene, ukoliko postoje povoljni porodični i društveni odnosi, još pre polaska u školu, stvaraće se odgovarajući programi aktivnosti namenjeni deci predškolskog uzrasta, školskoj deci, tinejdžerima, studentskoj, đačkoj i seoskoj omladini, srednjoj generaciji i „trećem dobu“, penzionerima i licima preko šezdesetpet godina. Naravno, poseban akcenat je upravo na programima za decu i omladinu, jer su to periodi života u kojima se potrebe i interesovanja najlakše razvijaju i odvija formiranje ličnosti. (Već u prvoj godini života dete uspostavlja prve socijalne kontakte, uči verbalno i gestualno komuniciranje sa drugima, a zatim razvija svoje afektivne i saznajne potrebe, istražujući i upoznavajući svet oko sebe. U trećoj ili četvrtoj godini, dete pokušava da odredi i šta je lepo, šta će obući, kako će poređati igračke, koju će haljinicu odabrati za lutku, a da bi zadovoljilo svoje estetske doživljajne potrebe, sa uživanjem će slušati bajke i priče. Postepeno će naučiti da kroz igru prepozna i zadovoljava svoje stvaralačke potrebe...)

Kvalitet, bogatstvo i jačina izraženosti kulturnih potreba sagledava se, pre svega, u mogućnosti simboličkog izražavanja i komuniciranja. Umetnost jeste prevashodno čulni doživljaj, ali nemaju svi podjednake mogućnosti za razvoj čula, za razvoj senzibilnog (osećajnog) odnosa prema umetničkim sadržajima, posebno onim visoke simboličke vrednosti. Te mogućnosti tek su delimično urođene (sluh, smisao za vizuelno opažanje, verbalno izražavanje, itd.), ali najvećim delom zavise od kvaliteta porodičnog, predškolskog i školskog obrazovanja i vaspitanja.

Istraživanja pokazuju da razvijene kulturne potrebe ima tek mali deo političko-ekonomske elite, odnosno oligarhije (Žofr Dimazdije), da su one najrazvijenije u sloju intelektualaca, bez obzira na prihode i mesto u hijerarhiji društvenog statusa, a da su se umetnici radali gotovo podjednako u svim društvenim slojevima (kao deca seljaka, službenika, trgovaca i zanatlija, vojnih liica, političke birokratije i vlasnika velikih preduzeća ili privrednih menadžera). Upravo to pokazuje da je veliki talenat teško ugasiiti, bez obzira na okolnosti pod kojima odrasta i živi, ali će takav talenat sigurno biti lakše afirmisan u povoljnijem kulturnom i društvenom okruženju. S druge strane, činjenica da umetnička publika potiče, pre svega, iz vrlo određenih, isključivo obrazovanjem privilegovanih slojeva, pokazuje da su kulturne potrebe kod većine ljudi, ipak, tek latentna mogućnost. To znači da se samo u pravim uslovima i uz odgovarajuće podsticaje mogu razviti u aktivna kulturna interesovanja za koja se rado izdvaja deo raspoloživih, a uvek ograničenih resursa (vremena i novca).

Razvoj kulturnih potreba

Proces širenja i usvajanja kulture može biti spontan i organizovan. U teoriji se obično spontano usvajanje kulturnih sadržaja (od jezika, preko normi i vrednosti, pa do oblika umetničkog izražavanja i recepcije umetničkih dela) naziva inkulturacijom. Inkulturacioni procesi najdinamičniji su u porodici (porodično vaspitanje), lokalnoj zajednici i grupi vršnjaka. Međutim, u svim razvijenijim kulturama pokazalo se da društvo mora da ustanovi

posebne institucionalne forme unutar kojih će se intenzivnije odvijati inkulturacioni procesi. Škole su bile prve ustanove za usvajanje prihvaćenih kulturnih vrednosti u određenoj sredini. Tokom razvoja javile su se i druge institucije u kojima će se pre svega čuvati kulturna dobra (biblioteke, arhivi itd.), a zatim i one koje će ih predstavljati javnosti i popularisati, kao što su muzeji, galerije, pozorišta i koncertne dvorane.

Rezultati mnogih istraživanja kulturnih potreba pokazuju da su interesovanja ličnosti za pojedine oblike umetničkog izražavanja, kvalitet njenog kulturnog življenja uopšte, odnos prema svesti i kulturi umnogome određeni kulturnim životom porodice u kojoj je odrasla i njenim kulturnim preferencijama. Naravno, to ne znači da deca muzičara automatski postaju muzičari, ali će sigurno, procentualno izraženo, verovatnoća privrženosti muzici kao sastavnom delu života biti veća kod ove nego kod dece čiji roditelji nisu imali kontakta sa muzikom. To je posebno uočljivo pri analizi kulturnih navika: odlazaka na koncerte, u pozorište, na izložbe, kupovine knjiga. Francuski sociolog Pjer Burdije upotrebljava termine „naslednici“ i „kulturni kapital“ da bi ukazao ne samo na instituciju nasledstva privatnog vlasništva i, u skladu s tim, određene moći i položaja, već i „nasledivanja“ (ali ne genetskog, već socijalnog) smisla za doživljavanje umetničkih dela, mogućnosti recepcije i kultivisanog pristupa svakodnevici i svetu koji nas okružuje. Porodična biblioteka, muzički instrumenti, slike na zidovima, nameštaj i dizajn proizvoda za svakodnevnu upotrebu, kao i poklanjanje pažnje izgledu i negovanje odgovarajućeg stila odevanja, kultura ishrane itd., zajedno sa sadržajima kulturnog života – razgovorima, pričama, izlascima, slušanjem muzike i radio-programa, gledanjem određenih TV emisija, čine kulturnu atmosferu života porodice: u toj atmosferi razvija se dete koje će usvajati i graditi takav sistem vrednosti, razvijati interesovanja, sklonosti i ukus koji će se tek delimično modifikovati uticajem drugih faktora. Što je kulturni život porodice intenzivniji, uticaj drugih činilaca je manje značajan i obrnuto. To znači da u situaciji kada najveći broj stanovnika Srbije nema razvijene kulturne potrebe, kada je nivo obrazovanja izuzetno nizak (svega 7% stanovnika ima visoku školsku spremu), raste značaj uloge škole i kulturnih institucija u formiranju kulturnih potreba mladih.

Grupa vršnjaka je, pored porodice, jedan od najbitnijih okvira za formiranje kulturnih potreba i interesovanja. Druženjem sa različitim grupama svojih vršnjaka, deca koja odrastaju u istoj porodici mogu da formiraju i potpuno različite ukuse i sklonosti. To je posebno karakteristično u periodu od desete do šesnaeste godine, kada pojedinac može biti član mnogih – pri tom „ukusom“ vrlo različitih društvenih grupa (Svaki čovek pripada brojnim grupama – stalno ili povremeno. Od porodice, komšiluka, preko školskog razreda, školske sekcije, grupe dece „iz ulice“, sportskog kluba, gostiju u određenom kafiću, grupe čitalaca određenih novina... broj grupa i „multiplih identiteta“ u kojima se može prepoznavati pojedinac je veoma velik). Grupe mladih često se uključuju u različite nevladine organizacije, amaterska kulturno-umetnička i sportska društva, izviđače, ferijalce i sl., i unutar njih razvijaju i zadovoljavaju svoje kulturne potrebe. Međutim, i neformalna grupa vršnjaka koja se okuplja svakodnevno posle škole „u kraju“, kafiću ili po kućama, može biti podsticajna za razvoj pozitivnih kulturnih potreba i interesovanja, ali i za razvoj onih koji se prema dominantnoj skali društvenih vrednosti smatraju negativnim interesovanjima (grupe delinkvenata i sl.). Tako mladi često formiraju i svoje sopstvene supkulture koje danas velikim delom podržavaju kreativne industrije (muzika, moda, dizajn, film...) – nalazeći sopstveni referentni prostor u gradovima (odgovarajući klubovi, mesta za izlazak, kupovinu...). Ove supkulture se menjaju i dopunjavaju sa svakom novom generacijom, nestaju ili razvijaju u skladu sa duhom vremena – predstavljaju „otpor kroz stil“ (Hebdiđ). Tako se danas na sceni može prepoznati gotik supkultura koju karakteriše darkersko oblačenje (crna boja i crvena šminka), „vampirski izgled“, te skinhed potkultura koja se zasniva na nacionalističkim i rasističkim vrednostima, preuzimajući elemente nacističke ikonografije i izgleda, koristeći i verbalno i fizičko nasilje... Trens supkulturu karakteriše vezanost za jaku elektronsku muziku, ponekad i upotrebu droga da bi se podstakle vizuelne i auditivne senzacije, čime se ona nastavila na „psihodeliju“ kao jednu od supkultura koju je razvila kontrakultura šezdesetih godina i koja je vremenom nestala u izvornom obliku sa kulturne scene.

Često se govori o presudnom uticaju **masovnih medija** na formiranje kulturnih potreba. Posebno se ističe uloga radija i te-

levizije, kao zvučnih i vizuelnih aktera u čovekovo svakodnevici koji su uticali na smanjivanje značaja „pravih“ institucija kulture: biblioteka, pozorišta, muzeja. Međutim, činjenica je da mediji sami po sebi nisu doprineli smanjivanju interesovanja za tradicionalne kulturne vrednosti (operska publika je ostala operska publika i kada je počela da sluša radio-program), ali su doprineli da nepublika postane publika popularnih umetničkih sadržaja, često i korisnik lažnih vrednosti, šunda i kiča, koje su joj bile primamljivije. Ipak, ako bi, na primer, televizija snimala i prenosila samo pozorišne predstave, vrlo je verovatno da se time ne bi povećala pozorišna kultura širih krugova stanovništva, već bi se osetno smanjilo gledanje televizijskog programa. Programe kulture na radiju i televiziji prati samo uža kulturna javnost, stvaraoci i „premierne publika“, ali pojedine kulturne rubrike unutar zabavnih, popularnih emisija dopiru i do znatno šireg auditorijuma, što je izuzetno značajna činjenica u shvatanju realnih mogućnosti difuzije kulturnih vrednosti putem medija.

Taj problem se posebno nametnuo razvojem sredstava masovnih komunikacija – radija, televizije i, u novije vreme, satelitske i kablovske televizije, koji čine difuziju kulture „kapilarnom“, a svet „globalnim selom“ (Makluan). Kapilarna difuzija je izraz kojim se u komunikologiji označava nova društvena situacija, u kojoj je moguće, prvi put posle rodovskog društva, učiniti informaciju podjednako dostupnom svakom članu savremenog masovnog društva, a diversifikacija medija dala mogućnost zadovoljavanja i najmanjih pojedinačnih i grupnih interesovanja kroz pojedine formate ili tipove emisija.

Masovni mediji i nisu više to u tradicionalnom smislu odašiljanja ograničenog broja poruka uglavnom homogenoj masovnoj publici. Zbog višestrukosti poruka i izvora, sama publika je postala izbirljivija. Ciljana publika odabire svoje poruke i tako produbljuje svoju segmentaciju odnosno demasifikaciju publike, pojačavajući osobeni, skoro lični odnos između pošiljalaca i primalaca.

Nove tehnologije izmenile su, počev od 80-ih godina prošlog veka, svet medija. Novine se pišu, uređuju i štampaju na daljinu. Muzika za vokmen i *i-pod* koja se lično odabira čini sve više dominantnu zvučnu okolinu. Radio je postao izrazito specijalizovan. Radijske govorne emisije više ne ispunjavaju vreme

samo domaćicama i ljudima dok putuju na posao već se, ukoliko se proceni da postoji dovoljan broj zainteresovanih, osnivaju posebne radio stanice koje uz dovoljno odgovarajućih reklama, mogu da ostvare profit. S pojavom videorikordera omogućeno je snimanje TV programa i njegovo naknadno gledanje u željeno vreme. Usledilo je širenje televizijske ponude, čiji se učinak permanentno pojačavao, zbog publike koja je snimanjem programa uz pomoć VCR činila drugi korak – sprovođenje njene dalje segmentacije. Odgovarajući na izazove nove tehnologije (otvorena arhitektura interneta kao multimedija i slobodan pristup veb-sajtovima ...) klasični mediji su pristupili pripremanju svojih digitalizovanih, *onlajn* izdanja. Tako se novine, radio ili TV programi, pa i zabava (muzika i filmovi) postavljaju na mrežu i na korisnikovom računaru pojavljuju simultano u obliku teksta, slike, tona itd. Razvoj tehnologije kablovske televizije, koji je 90-ih godina potpomognut razvojem tehnologije optičkih vlakana, dramatično je promenio kvalitet i kvantitet emitovanja programa.

Ako se sagleda osnova produkcijske formule koja je u pozadini većine popularnih TV programa, sadržaj programa različitih komercijalnih TV stanica bitno se ne razlikuje. Uprkos tome, činjenica da niko u isto vreme ne prati više istih medijskih sadržaja i da svaka kulturna i društvena grupa ima osobeni odnos prema mas-medijima, čini temeljnu razliku u odnosu prema tradicionalnim, standardizovanim masovnim medijima. Uzme li se u obzir da „surfovanje“ uz pomoć daljinskog upravljača dovođi do toga da publika stvara sopstveni virtuelni mozaik, može se uvideti da su mediji zaista postali globalno povezani, jer programi i poruke teku svetskom mrežom, ali i da čovek savremenog društva ne živi u globalnom selu, nego u njegovim interesovanjima prilagođenim segmentima za koje se proizvodi globalno a distribuirano lokalno, odnosno kapilarno. Činjenica da publika nije samo pasivan objekt nego *može* interaktivni subjekt, otvorila je put diferencijaciji i daljoj transformaciji medija od sredstava masovne komunikacije do segmentacije i individualizacije.

U tom smislu posebno je veliki značaj interneta na kome su forumi, komunikacije kroz blogove, praktično promenile oblike društvenog komuniciranja i znatno proširile pojam **kulturne jav-**

nosti (Habermas), a posebno uticale na proširenje i demokratizaciju „vratara“ (*gatekeepers*) i voda mnjenja. U tom smislu veliki je značaj portala za kulturu poput „Lab for Culture“* Evropske kulturne fondacije ili nacionalnih kulturnih portala** koji olakšavaju traganje za informacijama o autorima, umetničkim delima, kulturnim projektima i predstavljaju način kako marketinga u kulturi tako i podršku menadžmentu u domenu međunarodne kulturne saradnje.

Prepreke zadovoljavanju kulturnih potreba

Savremeno društvo uskih, profesionalnih specijalizacija, učinilo je da u procesu difuzije kulture ljudi nejednako učestvuju. Na jednoj strani postoje stvaraoci poruka (umetnici i naučnici) i oni koji te poruke posreduju (menadžeri, urednici, organizatori, novinari itd.), a na drugoj strani kulturna javnost – uža, koja kao publika aktivno učestvuje u procesu recepcije i vrednovanja i šira, koja je najčešće samo pasivni primalac poruka. Naravno, i dalje postoji spontana difuzija kulture unutar porodice ili grupe prijatelja. Razgovor, zajedničko slušanje muzike, preporuka knjige od strane prijatelja, komentarisane TV ili radio programa itd. predstavljaju izuzetno značajne oblike kulturne komunikacije i difuzije kulture, kao i oni oblici spontane difuzije koji su namenjeni i široj javnosti – poput ispisivanja grafita, uređivanja fasade sopstvenog doma ili upućivanja svojih muzičkih želja radio-stanici, a posebno već pomenute diskusije na forumima i blogovima koje su istovremeno organizovane (pristup/kanal/sintaksa) ali i uveliko spontane forme (od tekstualnih do multimedijalnih) difuzije kulture.

Menadžment u kulturi ne samo što treba da pospešuje razvijanje kulturnih potreba, već mora i da stvara uslove za zadovo-

* www.labforculture.org.

** Culture mondo, web portal, <http://www.culturemondo.org/english/>

ljavanje onih postojećih. Stoga bi trebalo poznavati prepreke koje ometaju zadovoljenje postojećih kulturnih potreba. Osnovnim preprekama smatraju se: nepostojanje adekvatnih institucija kulture i kulturnih programa, prostorna udaljenost takvih institucija, loša materijalna situacija pojedinaca i njihovih porodica, kao i nedostatak slobodnog vremena. Polazeći od ovakvih premisa, razvili su se šezdesetih godina XX veka koncepti *demokratizacije* i *decentralizacije* kulture (besplatno pozorište, sistem domova kulture u svim većim mestima, putujući bioskopi, bibliobusi ili širenje bibliotečkih ogranaka...), da bi se danas kulturna politika mnogo više bavila stvaranjem mogućnosti za osobe sa posebnim potrebama, podstičući pozorišta da obezbede gestovni ili titlova ni prevod za one koji ne čuju, bar jednom mesečno, ili muzeje da opreme i izlože zbirke artefakata koje mogu biti taktilno dostupne onima koji ne vide, itd..

Ipak, od svih objektivnih prepreka daleko su značajnije prepreke subjektivne, odnosno psihološke prirode. Ukoliko se tokom razvoja ličnosti ne utiče na razvoj umetničkog, estetskog senzibiliteta deteta u porodici, utoliko moraju više da se angažuju ustanove kulture, zatim ustanove predškolskog i školskog vaspitanja i obrazovanja različitim animacionim i edukativnim programima koji moraju biti prateći i sastavni deo svih njihovih programa i projekata.

Očigledno je stoga da su uloge škole, masovnih medija i institucija kulture komplementarne. Škola sistematski razvija interesovanja i senzibilitet, a masovni mediji i institucije kulture atraktivnim, novim programima takvo interesovanje produbljuju i učvršćuju. Za održavanje kulturnih potreba i interesovanja izuzetno je važna i životna i radna sredina – njena estetska oblikovanost, dizajn u svakodnevici, ali i mogućnost razgovora o doživljenom, viđenom, pročitano. Otuda se arhitekturi i dizajnu poklanja sve veća pažnja i pri uređenju javnih prostora grada (urbani mobilijar, umetnost u javnom prostoru, dizajn svih prostora javnog komuniciranja, od šaltera opštinskih uprava i banka do sredstava javnog prevoza i drugih prostora koje odlikuje velika posećenost, poput tržnih centara), ali i u uređenju škola, prostora u kojima se obavlja proizvodnja ili lečenje građana sve do policijskih stanica ili zatvora.

KULTURNA POLITIKA

3

Reč *politika* može da se shvati kao sinonim za *moć* i kao sinonim za *upravljanje*. U oba slučaja ona predstavlja aktivnost kojom se ponašanje drugih usmerava u skladu sa vlastitim ciljevima. Ako je reč o legalnoj (zasnovanoj na pravnim propisima) moći koja je institucionalno uređena onda je reč o *vlasti* koja upravlja nekim delom društvenog sistema. Ovde će se reč politika koristiti u drugom značenju – da označi svesno delovanje usmereno ka postizanju društveno prihvatljivih ciljeva. Pojedine oblasti javnog života imaju svoje ciljeve, pa se tako govori o privrednoj, zdravstvenoj, obrazovnoj... politici, za koje u engleskom jeziku postoji zajednički termin *public policies*. Kada je reč o sprovođenju javnog interesa u kulturi i odgovornosti države, susrećemo se sa pojmom kulturne politike.

Kulturna politika je samo na izgled jednoznačan i po sebi razumljiv pojam. Međutim, već na prvom, najopštijem nivou, pokazuje se da su moguća dva njena različita značenja. Prvo, i istorijski gledano starije, jeste ono koje bi moglo da se označi kao *implicitna kulturna politika* – to su svi postupci države koji nenamerno, dakle nemajući u vidu specifične kulturne ciljeve, na pozitivan ili negativan način utiču na oblast kulture. To su, na primer, porezi koje država ubire a koji neminovno proizvode posledice u svim oblastima na koje se primenjuju pa i na kulturu. Drugo, istorijski mnogo novije i za nas mnogo relevantnije, jeste *eksplicitna kulturna politika*. Tu je reč o namernim i manje ili više sistematskim intervencijama države, odnosno njenih organa u polje kulture s namerom da se ono kao celina ili pojedini njegovi segmenti usmeri u određenom pravcu.

Dakle, savremena kulturna politika je svesno regulisanje javnog interesa u oblasti kulture i odlučivanje o svim pitanjima ve-

zanim za kulturni razvitak jednog društva. Ključnu funkciju za definisanje kulturne politike ima država, ali savremena kulturna politika mora da nastane kao rezultat dijaloga među sektorima koji svi nose svoj deo odgovornosti za njen razvoj. Najveće polje ekspertiza menadžera u kulturi nalazi se u javnom sektoru, u ustanovama kulture na nacionalnom i gradskim nivoima, gde je i najveća odgovornost za očuvanje nacionalne kulturne baštine i institucionalne osnove kulture (muzeji, biblioteke, zaštita spomenika...). Privatni, profitno orijentisani deo kulturnog sektora nosi sobom spremnost na rizik, okrenutost budućnosti, eksperimentu, dok u trećem, civilnom sektoru postoji najveća spremnost i najveća stručnost za pitanja rada sa publikom i nepublikom. Dakle, celovita kulturna politika može nastati tek ako je država spremna da obezbedi odgovarajući uticaj sva tri sektora i da dođe do usaglašavanja njihovih interesa – kako onih koji smatraju da je najznačajnije obezbediti stvaralaštvo i stvaralački razvoj, tako i onih koji smatraju da se novcem poreskih obveznika (dakle budžetom) treba da zadovoljavaju interesi najvećeg broja građana.

Kulturna politika jednog društva ispoljava se u trostrukom vidu:

- kroz teorijske postavke koje su u skladu sa opštim tendencijama društvenog razvitka i koje su uslovljene ideologijom određenog društva, ali i naučnim dometima sociologije i teorije kulture;
- kroz precizno definisane ciljeve i zadatke kulturne politike i
- kroz sistem metoda i instrumenata realizovanja ciljeva i zadataka kulturne politike.

Da bi se razumela kulturna politika određenog društva, neophodno je analizirati sva tri segmenta kulturne politike, čime se obezbeđuje da se na što potpuniji način odrede njena suština i način ispoljavanja.

Razmatrajući odnos između države i kulture pokušaćemo da ponudimo odgovore na nekoliko pitanja: da li je politika države u oblasti kulture svrsishodna, čime je uslovljena (ekonomski, politički i kulturni imperativi) i na kakve se sve načine može

voditi i ostvarivati. U većini zemalja za formulisanje i sprovođenje nacionalne kulturne politike nadležno je ministarstvo kulture ili odgovarajuće paradržavno telo (veće za kulturu – umetnički savet...). Naravno, kulturna politika se vodi delimično i kroz druge javne politike: obrazovnu, medijsku, zdravstvenu (umetnost u bolnicama, umetnička terapija i sl.). Ipak, zadatak je ministarstava kulture da intersektorskim strategijama, kroz međuministarske komitete ili druge oblike saradnje, koordiniraju na nacionalnom nivou sve aktivnosti javnih vlasti u domenu kulture.

Ministarstvo kulture:*

- predlaže parlamentu zakone koji se odnose na kulturu (koji predviđaju različite mere i instrumente kulturne politike, poput jedinstvene cene knjige, zakona o autorskom pravu, oslobođanja od poreza na promet, nacionalnih penzija za umetnike i sl.);
- na osnovu usvojenih prioriteta raspoređuje sredstva za rad kulturnih institucija kao i za druge kulturne aktivnosti od nacionalnog značaja;
- predlaže programe i stimuliše nastanak nacionalnih razvojnih planova kulture.

Sa porastom opšteg društvenog blagostanja i razvojem sredstava masovnog opštenja (štampe, radija, televizije, Interneta...), koja omogućuju dostupnost osnovnih kulturnih dobara praktično svim slojevima stanovništva, ministarstva kulture u većini zemalja pristupaju razradi koncepta kulturne politike, prepuštajući realizaciju umetničkim savetima ili većima. Osnovna usmerenja svake od tih konkretnih nacionalnih kulturnih politika formulisana su saglasno društveno-ekonomskoj, političkoj i kulturnoj situaciji pojedine zemlje.

* www.kultura.sr.gov.yu.

Modeli kulturne politike

Iako se na prvi pogled može učiniti da ima onoliko kulturnih politika koliko i zemalja*, ipak se mogu uočiti izvesne bitne sličnosti između kulturnih politika pojedinih zemalja, te je zato moguće formulisati određeni broj modela kulturne politike. A model je misaona konstrukcija koja u stvarnosti ne postoji u čistom obliku, ali na odgovarajući način opisuje bitne odlike i način funkcionisanja pojedinih pojava, u ovom slučaju stvarne kulturne politike pojedinih zemalja. Da bi složeni kulturni sistemi savremenih društava mogli da se razumeju, neophodno je pribeci njihovom prikazivanju u obliku modela. Model pokazuje funkcionisanje sistema na nivou njegovih teorijskih pretpostavki, znači, nezavisno od konkretnih okolnosti koje mogu da ga dovedu u pitanje. Modelski pristup omogućava da se: 1. uoče bitne zajedničke odlike velikog broja kulturnih sistema različitih društava, 2. hipotetički istraži način njihovog funkcionisanja 3. nalazi prikazu na jednostavan i razumljiv način.

Postoji bar šest osnovnih modela kulturne politike, izvedenih na osnovu uočenih sličnosti u kulturnoj politici niza zemalja različite privredne razvijenosti, političkog sistema i kulturne tradicije.

I Liberalni model kulturne politike („država facilitator“)

Osnovna odlika ovog modela kulturne politike jeste proklamovana „neutralnost“ države u domenu kulture. To podrazumeva insistiranje na privatnoj svojini nad sredstvima stvaranja i difuzije (širenja) kulturnih dobara, te shvatanja da država ne sme da utiče na razvoj kulture, da ne bi ugrozila njenu autonomiju. Presudan značaj ima tržište kulturnih dobara, na kome, pored vrhunske kulture namenjene višim društvenim slojevima (eliti),

* Cultural Policy Compendium, EricArts and Council of Europe, www.culturalpolicies.net.

središnju ulogu ima kulturna industrija koja stvara tipizirane kulturne proizvode namenjene većini pripadnika društva, publici masovne kulture. U ovom sistemu presudnu ulogu imaju privatne fondacije za razvoj elitnih formi umetnosti poput opere, muzeja itd. a zadatak države se vidi pre svega kroz obezbeđivanje podsticaja privatnom sektoru i civilnom društvu da ulažu u kulturu i da u tome vide svoj interes (model Sjedinjenih Američkih Država – nazvan „Država – Facilitator“ u tipologiji dva kanadska naučnika: Hilman Šartrana i Mek Kafija).

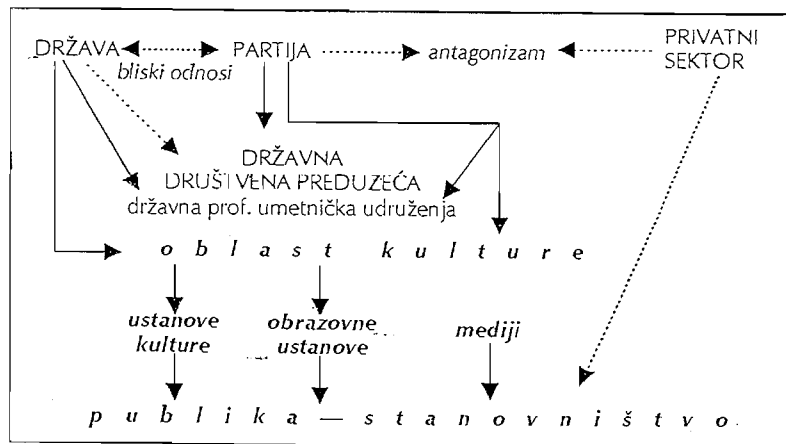
II Paradržavni model kulturne politike („država – patron“)

Ovaj model podrazumeva da je vlada, tj. Ministarstvo kulture prenelo svoju odgovornost u domenu kulture na stručno telo (umetnički savet) koje ona imenuje, ali kojim direktno ne upravlja (*arm's length*) i koje ima potpunu autonomiju u odlučivanju u periodu za koji je imenovano.

U osnovi elitistička, orijentacija ovog modela kulturne politike ublažena je opštim prihvatanjem tendencije demokratizacije kulture, tj. naporima da se vrhunske umetničke vrednosti učine dostupnim najširoj publici, kao što se to dešava danas u Velikoj Britaniji i Irskoj. Umetnički saveti ovih zemalja, kao paradržavna tela, pokušavaju da smanje i ublaže uticaj tržišta na umetnost, podržavajući u isto vreme elitne kulturne institucije i umetničke projekte lokalnih zajednica čiji je cilj da podstiču učešće u kulturnom životu što širih slojeva publike. Ovaj model nastoji da uspostavi ravnopravni angažman sva tri sektora u kulturnom životu: pravnim normama podstiče se privatno ulaganje u kulturu, a specifičnim zahtevima kulturne politike omogućava organizacijama civilnog društva da u partnerstvu sa ustanovama kulture vode programe kulturno-socijalne akcije, te je funkcija države oblikovana kao pokroviteljska („država – patron“).

III Državni birokratsko-prosvetiteljski model kulturne politike („država – inženjer“)

Ovaj model odlikuje prevlast države koja, preko svog aparata (pravno-političkog i ideološkog), kontrolira ukupno područje kulture: kultura je, kao i sve ostale oblasti društvenog života, centralistički usmeravana i planirana. Ovo je bilo karakteristično ne samo za socijalističke zemlje, već delimično i za socijaldemokratske sisteme zapadnog sveta. Ali u socijalističkim zemljama ne samo što su se planirale materijalno-finansijske pretpostavke kulturnog razvoja, već se posredstvom takozvane državne narudžbine i ideološkog pritiska kulturno stvaralaštvo i tematski (sadržinski i stilski) usmeravalo. Kada se taj model kulturne politike razvije u totalitarnom sistemu, pisci postaju „inženjeri ljudskih duša“, a slikari bivaju slati na velika gradilišta da svojim platnima ovekoveče uspehe izgradnje. Najveći uticaj imaju institucionalna kultura i tradicionalne kulturne ustanove, te je zato bitno ugrožena stvaralačko-inovacijska dimenzija kulture (model kulturne politike Kine, Sirije, Vijetnama, Kube). Danas je taj model karakterističan i za zemlje u kojima nakon socijalističko-etatističkog nije uspostavljen demokratski već autokratski model vladavine – a inženjering je usmeren pre svega na uspostavljanje tradicionalnog



Kulturna politika u socijalizmu – država inženjer

„etničkog“ sistema kulture (zemlje centralne Azije: Turkmenistan, Tadžikistan, Uzbekistan – u kojima su ukinuta pozorišta i opere, zabranjena ili znatno redukovana nastava muzike na „evropskim“ instrumentima, prognane nevladine organizacije).

IV Državni prestižno-prosvetiteljski model kulturne politike („država – arhitekta“)

Ovaj model, razvijen u Francuskoj, kulturu doživljava ne samo kao ključnog činioca nacionalnog identiteta, već i kao onaj deo odgovornosti i poslova države koji su od presudnog značaja za imidž i prestiž zemlje u svetu. Od Andrea Malroa, prvog ministra kulture u Zapadnoj Evropi (od 1960), do Žaka Langa osamdesetih, francuska kulturna politika je davala ton i vršila uticaj ne samo na susedne zemlje već i na kulturnu politiku Evropske zajednice i Saveta Evrope. Očito je da je u ovom modelu težište kulturnog razvoja prebačeno na javni sektor.

Brojni koncepti razvijeni su u Francuskoj: od decentralizacije do kulturne animacije, kulturnog turizma itd. Ovaj model, često zasnovan i na harizmi lidera – ministra kulture, orijentisan je na tzv. „velike projekte“ koji u sebi simbolizuju nastojanja kulturne politike i deluju kao zamajac decentralizovanim aktivnostima.

Kulturni centar Zorž Pompidu, Bobur, bio je prvi takav centar u Evropi nakon kojeg su se u brojnim evropskim zemljama arhitektura i program rada ustanova kulture bitno promenili. On je istovremeno predstavljao i elitističku (IRKAM – centar za istraživanje savremene muzike) i populističku instituciju – koja je na svoj trg primala i žonglere – zabavljače, a najširoj publici omogućavala da vožnjom spoljnim pokretnim stepeništem doživi Pariz kao spektakl. Nakon toga i Piramida u Luvru, i brojni drugi projekti širom Francuske, nastoje da ožive interes građana i najšire populacije za pitanja kulture, a da istovremeno umetnicima stvore vrhunske uslove za rad i izlaganje svoga rada.

V Nacionalno-emancipatorski model kulturne politike – etnički definisana kulturna politika

Ovaj model dolazi do izražaja u brojnim zemljama u razvoju, posebno u postkolonijalnim situacijama, ali se danas može naći i u nekim novim evropskim (Latvija), istočnoevropskim (Moldavija) ili centralnoazijskim zemljama (Kirgistan), pa i južnoj Americi – dakle svim onim zemljama koje nastoje da se odvoje od prethodne kulturne (zasnovane na političkoj) zone uticaja. Osnovne odlike modela sadržane su, najpre, u razvijanju i potvrđivanju autohtone kulturne tradicije koja je bila potisnuta u uslovima kolonijalne, sovietske prevlasti ili pod uticajem režima koji je bio otvorio zemlju za globalne proizvode industrije kulture. Ovo veoma često vodi ka zatvaranju i nacionalizmu u kulturi, čak i do kulturnog šovinizma, jer se bez izuzetka odbacuju umetnička dela nastala u prethodnom periodu (pa čak i ukidaju institucije poput opere, baleta kao deo „nacionalne tradicije“ – Turkmenistan u periodu 1990–2006), zanemaruju manjinske kulture i potiskuju eksperimentalni i alternativni izraz koji je već bio začel. Drugi po značaju zadatak te kulturne politike jeste širenje elementarne kulture, pri čemu su masovne akcije opismenjavanja prvi korak. Za kulturnu situaciju tih zemalja obično je karakteristična suprotstavljenost između evropeizirane manjine (nacionalne elite) i širokih masa stanovništva koje još uvek žive u okviru tradicionalne često plemenske kulture. To stvara nove konflikte između određenog dela nacionalne elite orijentisane ka univerzalnim kulturnim vrednostima i populističkih slojeva koji su orijentisani prema specifično nacionalnim, verskim izrazima, a što podržava drugi deo nacionalne elite u svrhu legitimacije sopstvenog dominantnog statusa. Takvu kulturnu politiku britanski istoričar Erik Hobsbaum određuje kao „izmišljanje tradicije“. (Model kulturne politike Kazahstana, Senegala, Perua...).

VI Regionalno/jezički/etnički definisani modeli kulturne politike

Specifične oblike kulturne politike predstavljaju decentralizovani modeli: Švajcarska (kantoni), Bosna i Hercegovina (kantoni

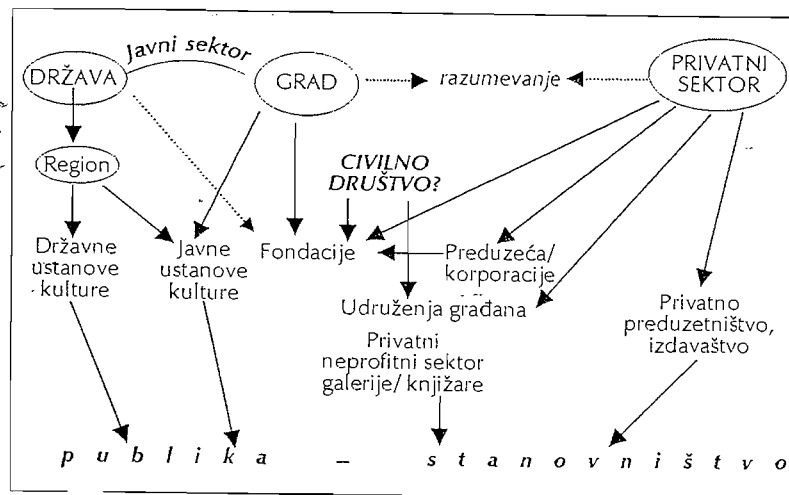
i Republika Srpska). Belgija (jezikom definisane nadležnosti kulturne politike), te Nemačka, koja je u stvari nadležnost države za poslove kulture prebacila „landerima“ – regionima – i njihovim sekretarijatima za kulturu. Tako praktično postoji veliki broj autonomnih kulturnih politika – koje se od Saksonije do Bavarke razlikuju isto toliko koliko se švedska kulturna politika razlikuje od engleske i francuske – iako unutar svih nemačkih kulturnih politika postoji jedan zajednički imenitelj, a to je grad kao osnovni stožer i nosilac kulturnih zbivanja i gradska kulturna politika kao najznačajniji činilac. Slično je i u Švajcarskoj gde su kantoni (a veći gradovi imaju status kantona), najaktivniji činioci kulturnog života. Taj model, moguć u Švajcarskoj u kojoj gradovi raspolažu dovoljnim prihodima za razvoj kulture, u Bosni se pokazao kao nefunkcionalan i neekonomičan (iako se mislilo da će to najviše odgovarati etničkim podeljenostima bošnjačko-hrvatske federacije). Tako je samo u Mostaru osnovano četiri umešto dva pozorišta (za odrasle i za decu – hrvatska i bošnjačka) – koja daju samo po jednu premijeru godišnje, dva univerziteta, a Muzej, kao ustanova čija je „pripadnost“ određiva samo teritorijalno, a ne etnički, minimalno je podržan i zatvoren za posetioce.

U Belgiji pak postoje tri ministarstva kulture: Flamansko ministarstvo kulture, Frankofono ministarstvo kulture i Ministarstvo kulture nemačke zajednice. Čak i umetnici koji se bave neverbalnim umetnostima, poput plesa, i koji mogu biti čak i strani državljanini sa boravišnom i radnom dozvolom u Belgiji, moraju da definišu ka kome od tri ministarstva će se obraćati – dakle u domen od koje tri kulture će ući. Jedina ustanova kulture na Saveznom nivou jeste Opera La Mone, koja je u nadležnosti Saveznog ministarstva unutrašnjih poslova.

Kulturna politika u zemljama u tranziciji

Kultura i kulturna politika u posttotalitarnom društvu i dalje su, s jedne strane, duboko zavisne od starih modela kulturne politike i organizacije sistema institucija a, s druge, od iskazanih

zahteva demokratski orijentisanih intelektualaca, okrenutih uglavnom prioritetima nacionalne kulture. Pitanja poslovanja, menadžmenta u najširem smislu, tržišta, školovanja kadrova za nove odnose i nove potrebe i dalje ostaju marginalna, a profesija kulturnih menadžera – nekadašnjih organizatora kulture – i dalje jedna od onih na koje se ne računa u konstituisanju novog kulturnog sistema.



Tranzicioni kulturni model

Karakteristike „prelaznog“ perioda zemalja Centralne i Istočne Evrope uglavnom se svode na nestabilnost političkih sistema, nerešene ekonomske odnose (koegzistencija svih oblika svojine), verbalno preuveličavanje značaja tržišta bez istinski potpunog uspostavljanja tržišnih odnosa, porast nacionalnih osećanja i brige za „zdravlje“ i opstanak nacije, ukidanje cenzure iz ideoloških, a uvođenje cenzure iz verskih i nacionalnih razloga, itd. U domenu kulture suštinski problemi jesu u činjenici da je istovremeno sa prestankom državne, ideološke kontrole prestala i državna briga, da su kulturne institucije upućene na tržište koje faktički još uvek ne postoji, te da se interesovanje publike izuzetno smanjilo, a ponegde i sasvim nestalo. Ali, ne samo što je inte-

resovanje preusmereno – umetničko stvaralaštvo i pogotovo umetničko delo više nije vrednovano kao ranije. Nema više redova pred knjižarama na dan kad izlazi dugoočekivana knjiga iz štampe, retko se pred pozorištima traži karta više, a bioskopi su već u prvoj godini tranzicije zatvoreni. Biblioteke i muzeji nemaju posetilaca, časopisi smanjuju tiraže i postepeno se gase, bez obzira na to što se istovremeno javlja i mnoštvo novih, od kojih većina ne uspeva da opstane na tržištu, a država se davno odrekla i upliva i dotacija.

Stoga je jedan od ključnih zadataka umetnika i kulturnih radnika danas u svim zemljama Centralne i Istočne Evrope da dobrim projektima, a zatim izuzetnim marketingom, privuku publiku, a dobrim menadžmentom smanje troškove poslovanja na minimum i omogućće efikasnost i ekonomičnost delovanja institucija ili grupa umetnika okupljenih oko projekta.

Posttotalitarni period ne daje još uvek mogućnosti kreiranja istinski novih institucija, istinski novog kulturnog koncepta (iako se o tome mnogo govori), iz više razloga, a posebno stoga što se disidentski otpor u velikoj meri koristio činjenicom da totalitarna vlast guši nacionalnu kulturnu tradiciju, religiju i na tome – daleko na konzervativnim kulturnim vrednostima – zasnivao je svoje suprotstavljanje. Stoga su mnoge od ovih politika definisane pre svega kao politike očuvanja nacionalnog kulturnog identiteta uz naglašen liberalno-tržišni diskurs (što nesumnjivo predstavlja kontradikciju) – i u takvim politikama prednost ima pre svega većinska etnička grupa i polazeći od nje, definiše se i nacionalni kulturni interes i identitet države. Ovakav model se naročito podržava u periodima kada su partije desnice na vlasti (Latvija, Estonija, Slovenija, Poljska, Bosna i Hercegovina...)

**KULTURNA POLITIKA
PRAVCI RAZVOJA I AKCENTI**

Demokratizacija kulture – 1960. godine

- * permanentno obrazovanje
- * sociokulturna animacija

Ključni akteri: javni sektor – dom kulture, centri kulturne akcije, biblioteke, muzeji na točkovima

Kulturni razvoj – 1970. godine

- * Kulturna demokratija
- * kultura u svakodnevici
- * participacija u kulturnom životu

Ključni akteri: civilni sektor – kulturni centri u kvartovima, selima, umetnički animacioni/edukativni projekti u muzejima...

Kultura regiona – 1980. godine

- * evropski kulturni identitet
- * regioni Evrope – transgranična područja
- * gradovi, kvartovi

Ključni akteri: javni sektor – gradski kulturni centri, regionalna i državna kulturna administracija

Strateški pristup – logika menadžmenta u kulturi – 1990. godine

- * strateško planiranje
- * strateški menadžment
- * evaluacija

Ključni akteri: javni sektor – ustanove kulture svih profila koje prelaze na strateški menadžment (logiku ustanova zamenjuje organizaciona, menadžment logika)

Kulturna kooperacija i pozitivna diskriminacija – 1995. godine

- * networking, panevropski, intersektorski
- * građansko (civilno) društvo: od nacionalnog ka transnacionalnom
- * afirmativna akcija: migranti, žene, manjine (politika multikulturalnosti)
- * marginalci (nezaposleni, delinkventi...)

Ključni akteri: civilno društvo – nevladine organizacije, partnerstva, mreže. U standardne ustanove kulture pored logike strateškog menadžmenta prodiere i logika projektnog mišljenja – uslovljena promenjenim načinom finansiranja

Kultura prestiža kraja milenijuma – liberalni trend

- * kultura u marketingu grada – kreativni gradovi
- * kreativne industrije
- * tržište kulture
- * porast javne svesti o značaju kulture

Ključni akteri: privatni sektor, javni sektor – muzeji savremene umetnosti, festivali, centri elektronske umetnosti, muzička industrija, moda, *clubbing*.

„Zajednički“ definisana (*shared*) kulturna politika – od 2000. godine

- * kulturna politika zasnovana na činjenicama i istraživanjima
- * ekspertize, evaluacije, statistička praćenja
- * teritorija i građanin (koncept kulturne politike zasnovan na građaninu)

Ključni akteri: svi sektori – *Flagship* projekti, primeri najboljih praksi...

Razvoj kao opšta sociološka kategorija podrazumeva proces napretka u svim domenima ljudskih aktivnosti i života. Proučavanje razvoja danas je postalo posebna naučna disciplina (*development studies*). Čovek želi da utiče na razvoj, da ga usmerava, jer svaki proces promena, pored pozitivnih, ima i negativne činioce. Razvoj može biti endogeni (iz vlastitih izvora) i egzogeni (izazvan ili samo podstaknut spoljnim činiocima).

Kulturni razvoj je proces promena kulturnog života neke zajednice sa ciljem ostvarivanja njenih kulturnih vrednosti i povezan je sa opštim uslovima ekonomskog i društvenog razvoja. Pojam kulturnog razvoja se prvi put javlja 1970. na konferenciji UNESKO-a posvećenoj kulturnim politikama. Njime se nastoji da se ukaže na kulturnu dimenziju razvoja koji je do tada bio shvaćan pre svega u ekonomskom i tehnološkom ključu.

Kulturni razvoj kao bitna dimenzija procesa globalizacije, u kome dolazi do homogenizacionih procesa ujednačavanja oblika i stila življenja ljudi širom sveta i stvaranja zajedničkih, novih svetskih kulturnih obrazaca, nameće potrebu proučavanja u najširem, svetskom kulturološkom kontekstu. S druge strane, kulturni razvoj je uslovljen i kulturnim tradicijama, nasleđenim obrascima i društveno-političkim i ekonomskim okolnostima. Stoga proučavanje kulturnog razvoja zahteva interdisciplinarni pristup i korišćenje metoda različitih disciplina: sociologije, istorije, antropologije, ekonomije i dr., jer kulturne potrebe i kulturni razvoj mogu biti posledica međusobnih uticaja različitih kultura, ekonomskog prosperiteta, tehnološkog razvoja, promene društveno-političkog sistema itd. Tehnološki razvoj i promene u društveno-političkom ustrojstvu bitne su odrednice kulturnih promena kada se nastoji da se ostvare željene, a suzbiju neželje-

ne posledice razvoja. Proučavanje kulturnog razvoja ima dve osnovne dimenzije: 1. analizu postojećeg stanja kulturne baštine, mreže i aktivnosti kulturnih institucija, kadrova i finansiranja kulturnih delatnosti 2. planiranje i usmeravanje budućeg razvoja u skladu sa odabranim kulturnim prioritetima.

Planiranje

Planiranje kao instrument ekonomskog i društvenog razvoja počelo je da se primenjuje u XX veku, najpre u socijalističkim društveno-ekonomskim sistemima, da bi pedesetih godina bilo uvedeno u mnogim zemljama sveta. Planiranje kulturnog razvitka, kao izraz težnje da se upravlja razvojem jednog domena društvenog života, postaje neophodan deo opštih planova tek šezdesetih godina ovog veka. Tada širom sveta dolazi do osnivanja ministarstava za kulturu i njihovih planskih službi.

Činjenica je da su za funkcionisanje kulturne politike neophodni odgovarajući instrumenti. Plan kulturnog razvitka (desetogodišnji i petogodišnji) jedan je od bitnih instrumenata, preko kojeg se može izraziti kulturna politika u odnosu na politiku društva kao celine.

Plan razvoja kulture stoga se može definisati, prvo, kao pokazatelj kulturne situacije, jer podrazumeva analizu aktuelnih i opštih problema kulturnog života, i drugo, kao pronalaženje mogućih rešenja, posebno u odnosu na kulturnu politiku. Stoga je proces donošenja plana kulturnog razvoja izuzetno dug i složen.

Osnovne faze plana:

- I Određivanje i usvajanje koncepta kulturne politike
- II Analiza situacije (kulturne prakse i kulturnih potreba stanovništva)
- III Utvrđivanje razvojnih mogućnosti
- IV Izbor prioriteta područja i opredeljenje za ključne strategije
- V Izrada plana kulturnog razvoja
- VI Vrednovanje – evaluacija

I Određivanje i usvajanje koncepta kulturne politike

Osnovna koncepcija plana kulturnog razvoja mora da se zasniva na koncepciji opštedruštvenog razvoja, shvatanju političkog profila države (monarhija – republika, konfederacija – federacija, unitarna ili regionalizovana država, itd.), vrednosti koje žele da se promovišu itd. Opšti koncept vrednosti koji promovise Savet Evrope – kulturna demokratija – zasnovan je na poštovanju ljudskih prava, dakle i prava naroda na sopstveni kulturni identitet, uvažavanju demokratskih procedura u odlučivanju, manjinskih prava itd. i on predstavlja polazište za definisanje kulturne politike koja je u osnovi planskog koncepta većine evropskih zemalja.

II Analiza situacije (kulturne prakse i kulturnih potreba stanovništva)

Određivanje metodologije i kriterijuma analize situacije, istraživanje kulturnih potreba i predviđanje njihovog budućeg razvitka smatra se gotovo svuda kao osnova programiranja i planiranja kulturne akcije. Pored empirijskog istraživanja koriste se i ostali izvori saznanja koji, manje ili više precizno, izražavaju potrebe i stavove ljudi.

Izvori podataka:

- studije o stilu i oblicima življenja (raspoloživo vreme, aktivnosti u slobodno vreme, učestalost poseta institucijama kulture, učešće u potrošnji itd.);
- ankete kojima se ispituje javno mnjenje;
- statistički podaci (kulturna industrija, potrošnja, promet kulturnih dobara, rad institucija kulture...)*;
- intervjui sa stručnjacima, debate, razgovori.

* www.statserb.sr.gov.yu
www.zis.bg.gov.yu

U ovoj fazi neophodno je izvršiti izbor pokazatelja (indikato- ra) kulturnog razvoja – da bi se prikupljeni podaci mogli ne samo kvantifikovati, već i istinski analizirati i razumeti. Istovremeno, ovako prikupljeni, sređeni i analizirani podaci biće i osnova za buduće poređenje sa situacijom u kulturi nakon implementacije plana – samo tako će se moći realno videti da li su razvojne mere donele i odgovarajuće rezultate.

Ova faza stoga obuhvata najsloženija pitanja planova kulturnog razvitka, jer se tu prilazi definisanju parametara razvoja (kulturni diverzitet, kulturna produkcija, participacija – učešće građana u kulturi itd.) i ukrštanju više osnovnih indikatora unutar svakog parametra: broja i mreže (prostornog rasporeda) institucija, objekata kulture, zanimanja i specijalizacija kadrova, njihovog broja i rasporeda, postojećeg i poželjnog broja umetničkih i kulturnih produkata (od knjiga, ploča i drugih proizvoda industrije kulture, do predstava, manifestacija, festivala itd.) i, na kraju, brojčanih pokazatelja u vezi sa publikom određenih grana umetničkog stvaralaštva.

Parametri, a zatim svi indikatori kulturnog razvoja moraju se znalački odabrati, da bi se njima prikazala situacija danas, ali i da bi se u budućnosti videlo da li su sredstva uložena u realizaciju ciljeva kulturne politike ostvarila željene efekte. Efekti kulturne politike mogu biti izraženi i kvantitativno, brojem realizovanih programa (predstava, izložbi, filmova...) ili procentualno, u odnosu na kulturne potrebe stanovništva (na primer, broj poseta pozorištu na 1000 stanovnika ili procenat članova javnih biblioteka u odnosu na ukupno stanovništvo), ali i kvalitativno (promene u vrednostima, temama koje ulaze u prostor javnih debata, sadržaje umetničkih programa i sl.).

III Utvrđivanje razvojnih mogućnosti

Kako planiranje podrazumeva ne samo poznavanje trenutne situacije već i naučno zasnovane hipoteze o budućem društvenom razvitku, to se korišćenjem previzionističke i komparativne metode dolazi do zaključaka o činiocima koji će uslovljavati kulturni život. Ti činioци su delom isti za ceo svet – stepen i razvoj urbanizacije, raspoređivanje izdataka za kulturu unutar privat-

nih budžeta, odnos radnog i slobodnog vremena, produženje životnog veka itd., a delom su specifični, kao posledica različitih kulturnih tradicija, društvenih i ekonomskih okolnosti (demografska ekspanzija u trećem svetu, povećanje nezaposlenosti u određenim sredinama itd...).

Istraživanje budućnosti. Da bi planiranje u kulturi bilo uspešno, nije dovoljno analizirati samo sadašnjost. „Čovek mora da igra na kartu budućnosti ako ne želi da postane njena igračka“, misao je jednog francuskog filozofa. Zato svako iole dugoročnije planiranje mora da računa sa budućim situacijama – na primer da pretpostavi buduće kulturne potrebe i buduće načine njihovih zadovoljavanja. Takva istraživanja nisu više samo predmet književno-naučne fantastike već i prospektive – naučne discipline koja razvija metode naučnog predviđanja pravaca budućeg razvoja.

Najpoznatiji metodi prospektive su komparativni i Delfi metod. Komparativni metod podrazumeva analizu trendova ostvarenih u najrazvijenijim zemljama sveta i predviđanje po analogiji (očekivanjem da će dati trendovi uskoro stići i u zemlje u razvoju i nerazvijene zemlje. Delfi metod je uobičajen u naučnim analizama u kulturi. On se realizuje u nekoliko koraka: a) kreiranje upitnika sa osnovnim pitanjima budućeg razvoja odabranoj grupi od pedesetak eksperata; b) analiza dobijenih odgovora i interpretacija (relevantno je ako stigne najmanje 30 % odgovora); c) slanje analize bez navođenja autora pojedinih mišljenja istoj grupi anketiranih eksperata da bi mogli da nepristrasno daju svoje reakcije d) analiza i interpretacija konačnih odgovora i pokušaj definisanja scenarija razvoja. Pored ovog metoda, prospektiva koristi saznanja nastala u okviru teorije strateških igara. To omogućuje stvaranje *simulacionih modela*, koji pokazuju ponašanje složenih sistema, ili određenog faktora u nizu alternativnih, uistinu nepostojećih situacija. Tako se stvaraju tzv. *scenariji budućnosti*, na osnovu kojih je moguće uočiti razvojne mogućnosti u pojedinim oblastima društvenog, ali i kulturnog života. Što je sistem (koji je služio kao osnova za stvaranje simulacionog modela) složeniji, uspešnost predviđanja je manja. Značajan je primer predviđanje u oblasti novih komunikacionih tehnologija, koje suštinski utiču na razvoj i mogućnosti zadovoljavanja kulturnih potreba. Tako je vizionarska ideja Maršala Makluana o

„svetu svedenom na dimenzije sela“ iz šezdesetih godina prošlog veka s pojavom satelitske televizije, a posebno Interneta, prestala da bude predviđanje i postala stvarnost, koja bitno određuje opštu dostupnost kulturnih dobara.

IV Izbor prioritetnih područja i opredeljenje za ključne strategije

U ovoj fazi donose se ključne strateške odluke o ciljevima kulturnog razvoja, prioritetnim područjima i oblastima, te odgovarajućim strategijama. Da li će naglasak biti stavljen na decentralizovanje kulturnih aktivnosti, na jačanje kreativnih industrija ili na podizanje nivoa učešća publike, pitanja su koja će često, u planu kulturnog razvoja zavisiti i od političke odluke skupštine ili gradskog veća. Naravno da će od analize i načina kako je u njoj predstavljena situacija u datoj sredini u velikoj meri zavisiti i politička odluka o prioritetima i razvojnim ciljevima (socijaldemokratske vlade obično stavljaju akcenat na podizanje nivoa participacije i decentralizaciju aktivnosti, vlade desnice na podizanje kvaliteta nacionalnih/elitnih ustanova kulture...). Ipak, najveći zadatak stručnjaka u domenu kulturne politike i menadžmenta jeste da u ovoj fazi predstave svetske modele i rešenja, kojima bi se dao putokaz za buduće oblikovanje akcionog plana i pronalaženje odgovarajućih mera i instrumenata kulturne politike i akcije.

Moguće strategije kulturnog razvoja mogu biti: strategija internacionalizacije/evropeizacije/regionalizacije, strategija podizanja kvaliteta rada s publikom, strategija decentralizacije programa i aktivnosti, strategija usklađivanja sa profesionalnim standardima... Plan kulturnog razvoja mora da se opredeli samo za nekoliko osnovnih strategija koje će najbrže doprinositi realizaciji postavljenih ciljeva.

V Izrada plana kulturnog razvoja

Iako su planovi u kulturnim delatnostima u početku bili praktično svedeni na planove izgradnje objekata kulture, danas po-

red organizaciono-institucionalnog segmenta obuhvataju i planiranje zadataka budućeg razvoja i metoda koje je nužno primenjivati. Instrumenti planiranja identični su sa instrumentima kulturne politike, jer se plan razvoja realizuje putem:

- planiranja finansijske raspodele (budžet, prioritetna ulaganja itd.);
- normativnih akata – zakonska rešenja kojima se utvrđuje status određene kulturne delatnosti;
- organizaciono-administrativnog uspostavljanja odnosa između pojedinih ustanova kulture, posebno kada su u pitanju javne ustanove, javni mediji itd.

Plan kulturnog razvoja sadrži, pored preliminarne konceptualno-teorijske analize iz koje su izvedeni ciljevi i osnovne strategije i akcione planove po određenim sektorima kulture, koji sadrže mere i instrumente kulturne politike, imenovane ključne aktere u implementaciji, te navedene ishode. To bi značilo da ukoliko je željeni cilj decentralizacija pozorišnog života, plan treba da navede da li će se ona postizati sufinansiranjem pozorišnih trupa koje bi prihvatile da odu u grad bez pozorišta, sufinansiranjem opština koje bi želele da izgrade pozorišnu zgradu otvorenu za različita gostovanja ili sufinansiranjem pozorišnih turneja. To su potpuno različite strategije koje mogu voditi sličnom ishodu – širenju pozorišne publike i u sredinama u kojima je nije bilo.

Plan kulturnog razvoja morao bi biti stavljen na javnu debatu, a zatim i usvojen na odgovarajućem nivou (u republičkoj, pokrajinskoj ili gradskoj skupštini).

Ukratko, plan treba da odredi i precizira sredstva (materijalna, finansijska, pravna i organizaciona) kojima se vodi i realizuje kulturna politika u narednom planskom periodu. Međutim, kako najčešće kulturna politika nije precizno definisana, stručnjaci, planeri, nastoje da istovremeno definišu i ciljeve kulturne politike. Plan tako postaje više orijentacioni okvir institucijama kulture i njihovim menadžerima, na osnovu koga će, koristeći se argumentima plana, u svojoj sredini obezbediti uslove za realizovanje planskih zadataka. Neistraženost područja kulture i kulturnih delatnosti, kao i nerazvijenost socioloških metoda predviđanja, onemogućila je punu naučnu zasnovanost planova

kulturnog razvitka, ali je svest o potrebi planiranja na naučnoj osnovi dala podsticaj stvaranju naučnoistraživačkih institucija i modela statističkog praćenja kulturnog razvoja (*evidence based cultural policy*).

VI Vrednovanje – evaluacija

Planiranje razvoja polazi od vrednovanja (ocene) dostignutog. U okviru ekonomskih nauka, posebno u ekonometriji, razvijen je čitav niz postupaka čiji je cilj merenje dostignutog stepena razvoja, koje raspolaže veoma razvijenom metodologijom. Za razliku od ekonomije, u oblasti kulturnih delatnosti nema, još uvek, suštinskih pokazatelja koji bi omogućili egzaktno praćenje razvoja kulture. Ipak, parametri, kriterijumi i indikatori definisani prilikom izrade strateške analize, biće korišćeni i u oceni – evaluaciji efekata kulturnog programa i kulturne akcije izvedene na osnovu plana.

Evaluacija kulturne politike Srbije, izvršena 2002/3 godine, na osnovu parametara i kriterijuma Saveta Evrope,* predstavlja dobar odnos da se 5 ili 10 godina kasnije izvrši nova evaluacija i ispita da li je došlo do promena iniciranih strateškim inicijativama koje su strani eksperti predložili (jer strateški plan razvoja kulture Srbije nikada nije donet).

Problemi u planiranju kulturnog razvoja

Problemi u planiranju razvoja kulture javljaju se i u centralizovanim i u decentralizovanim sistemima, ali se ispoljavaju na različite načine.

U centralizovanim sistemima previše naglašena uloga centralnih državnih organa vodi birokratizmu i inerciji. Inicijativa i

* http://www.coe.int/t/e/cultural_co%2Doperation/culture/policies/reviews/Serbia.asp.

inventivnost na nižim nivoima se, po pravilu, ne podstiču, središnja vrednost je sprovođenje planskih odluka iz centra i redovno slanje formalnih izveštaja.

Mnoštvo centara odlučivanja u oblasti kulture, tj. činjenica da su neke institucije kulture samostalne i samostalno planiraju svoj razvoj, onemogućuje stvaranje zajedničkog plana, posebno kad su u pitanju privatne institucije i delatnosti koje se tržišno finansiraju.

Problem pri planiranju kulturnog razvitka predstavlja i raznolikost oblika umetničkog izražavanja i difuzije umetničkih dela, tj. složenost organizovanja kulturnih i umetničkih delatnosti.

Zavisnost planiranja od finansijskih mogućnosti i finansijske politike države je očigledna. Sredstva namenjena kulturi ranije su bila ograničena visinom stope izdvajanja za kulturu, a danas odlukom o raspodeli budžeta, te se sve više postavlja zahtev da u plan ulaze samo postojeće institucije, a da se manje planiraju nove institucije i nove investicije. Zahtev za rentabilnošću investicija prenosi se sa privrednog i na kulturni domen. No, iako ekonomski kriterijumi mogu biti prihvatljivi nekim granama industrije kulture, potpuno su neodgovarajući u pozorišnoj delatnosti, na primer, u kojoj dovode do gašenja brojnih pozorišta i nemogućnosti osnivanja novih, sa jasnim posledicama po kulturni razvoj i razvoj pozorišne kulture. (Tako su postepeno nestala dramska pozorišta na Vest Endu u Londonu, a njihovo mesto zauzeli su mnogo isplativiji mjuzikholovi.)

Projekt je ideja osmišljena u vidu procesa koji nas vodi do određenog rezultata. Zašto se kulturne delatnosti sve više okreću projektu, a sve manje menadžmentu ustaljenih delatnosti, pitanje je koje je direktno vezano kako za promene u kulturnoj politici, tako i za promene duha vremena. Kulturna politika većine zemalja sa tržišnom privredom insistira da se i ustanove kulture moraju ponašati kao ustanove odgovorne za svoje poslovne rezultate. Malo koja država je spremna da finansira delovanje ustanove u celini, da pokriva sve njene materijalne rashode – plate, komunalne troškove itd., već odluku o visini iznosa donosi na osnovu projekata koje ustanova podnosi svake godine, ili, kao u nekim zemljama poput Holandije, svake četvrte godine (što ustanovi daje mogućnost za realizaciju dugoročnijih projekata).

Do pre desetak godina i u domenu kulture, kao i u drugim, poslovnom i finansijskom uspehu više okrenutim delatnostima, projekt je bio, pre svega, okrenut realizaciji određenog proizvoda – pozorišne predstave, izložbe, kulturne akcije ili manifestacije. Danas je tu orijentisanost na proizvod zamenila orijentacija na proces, na sam sadržaj rada. Tako je projekt i boravak umetnika u jednoj lokalnoj zajednici, a da se unapred ne definiše šta bi trebalo da bude rezultat tog boravka. Projekt je susret, druženje, kontakt, komunikacija umetnika i javnosti. Dakle, u središte pažnje sve više dolazi kvalitet komunikacije koji se ostvario, proces i način na koji je ta komunikacija ostvarena, a ne delo samo.

Postoje dva globalna pristupa projektnom menadžmentu:

- **angloamerički** (uspeh se meri stepenom ostvarenja unapred planiranih ciljeva), koji je razvio metod *Management by objec-*

tives, a koristi se i sistemskom analizom – tu je projekat sam sebi svrha;

- frankofoni, koji podrazumeva vođenje grupnih projekata čiji je cilj kulturni ili društveni, a mera uspeha je pre svega kulturni efekat tj. odjek u javnosti (participacija publike, podizanje javne svesti i sl.) – to je projekt u funkciji društvene promene.

Naravno, menadžment alternativnih projekata u svim sredinama ne podrazumeva striktno korišćenje konvencionalnih menadžment metoda i tehnika.

Šta su osnovne, zajedničke karakteristike projekta, bez obzira na njegovu konceptualnu suštinu?

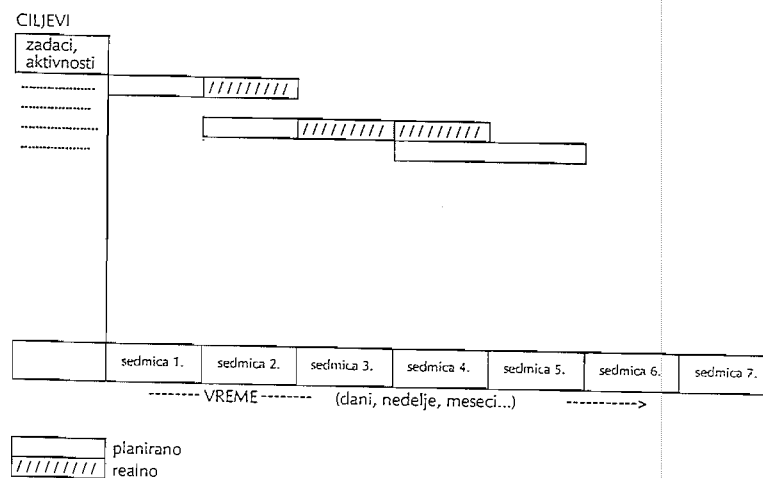
1. Usmereni su na ostvarenje određenog cilja.
2. Projekt je sistem – podrazumeva preduzimanje međusobno povezanih akcija.
3. Imaju precizno trajanje – tačno određen početak i kraj.
4. Svaki projekt je u određenom stepenu jedinstven i poseban.
5. Svaki projekt podrazumeva podjednako proces i rezultat – a često je proces po sebi i rezultat i cilj projekta.
6. Projekt podrazumeva podjednaki značaj efektivnog menadžmenta (posebno važnog kad su u pitanju ustanove kulture) i efikasnog menadžmenta.

Prva karakteristika je *ciljna usmerenost* projekta i to u znatnoj meri određuje razvoj metoda projektnog menadžmenta. Strukturisanje ciljeva (utvrđivanje osnovnog cilja, zatim posrednih ciljeva i ciljeva nižeg reda), zahtevalo je primenu metoda poznatog kao MBO – Menadžment preko ciljeva (*Management by objectives*). Tako je osnovni zadatak menadžera projekta da identifikuju najznačajnije ciljeve, da počnu od vrhunskog cilja, a da zatim, postepeno, preko posrednih ciljeva, silaze ka nivou konkretnih zadataka. To je i razlog što se projekt često definiše kao ostvarivanje pažljivo izabranih ciljeva.

Druga karakteristika sadržana je u tome da je projekt *sistem*, da svaki podrazumeva realizaciju niza aktivnosti koje su međusobno povezane – što nije potrebno posebno dokazivati, iako su nekad te veze među aktivnostima indirektno. Međutim, posebno

je važno i pitanje veze projekta i institucije, tj. uklapanje projekta i njegovog menadžmenta u program i način rada institucije. To je i najčešći izvor sukoba i problema u projektnom menadžmentu, pa je jedan od zadataka menadžera projekta definisanje ovih odnosa prilikom stvaranja opšte koncepcije menadžmenta projekta. (Da li će izložba biti deo programa jednog muzeja, te će u njenoj organizaciji učestvovati na adekvatan način svi zaposleni u muzeju, ili će to biti specijalni program za koji će se raditi posebno i nezavisno, a službenici muzeja biti posebno honorisani ukoliko se uključuju u projekt, pitanje je na koje je nužno dati odgovor na samom početku rada.) Zbog ove kompleksnosti organizacije razvila se i druga metoda projektnog menadžmenta – sistemski analiza, koja se koristila iskustvima teorije sistema.

Treća karakteristika projektnog menadžmenta – *ograničenost trajanja* – zahteva definisanje početka i kraja projekta. To podrazumeva primene metode planiranja vremena rada – poznate kao metode mrežnog planiranja, Bart-tabela ili Gant-tabela, u kojima se na horizontalnoj osi upisuje vreme trajanja svake predviđene aktivnosti neophodne za realizaciju konačnog cilja, a na vertikalnoj osi redosled tih aktivnosti. Najveći deo napora menadžera projekta odnosi se na potrebu da se svi predviđeni poslovi završe



Gantov grafikon (vremenski plan)

na vreme, te da se i projekt u celini realizuje u dogovorenom terminu. Ovo postaje sve važnije u tržišno orijentisanoj kulturi, kada datum premijere ili otvaranja izložbe, festivala ili gostovanja mora da se planira godinu i više unapred, a zbog zauzetosti izvođača drugim aktivnostima koje prate mediji gotovo ga je nemoguće pomeriti.

Četvrta karakteristika projekta – *specifičnost i jedinstvenost* – ukazuje na neophodnost da menadžeri projekata budu inventivni, da su mnogo fleksibilniji u radu od menadžera institucija koji poslove najčešće obavljaju po uhodanom i ustaljenom redosledu. Naravno, taj osećaj za improvizaciju, iznenadnu promenu, može biti izvor konflikata sa menadžerom ustanove ukoliko se projekt realizuje u njenim okvirima. Međutim, promene su danas sve veći imperativ i u radu ustanova, pa će svaki dobar menadžer koristiti iskustva projektnog menadžmenta da bi unapređivao kvalitet menadžerskog rada u svojoj ustanovi. U teoriji menadžmenta Isaka Adizeša promene se smatraju jedinom konstantom u radu organizacije, te one, budući da donose probleme, daju istovremeno i šansu da se stalno traga za novim rešenjima, modelima upravljanja i na taj način stvaraju nove ili preoblikuju postojeće ustanove.

Peta karakteristika projekta – da je on *podjednako proces koliko i rezultat* – navodi nas na razmatranje prioriteta i njihovog usklađivanja prilikom donošenja konkretnih odluka u projektnom menadžmentu. Naravno da od tipa projekta zavisi i predominanta: u većini slučajeva osnovni cilj projekta pozorišne predstave jeste *rezultat* (bilo da su u pitanju umetnički ili finansijski razlozi), a nekad se cilj ostvaruje u samom *procesu* stvaralaštva (posebno kad je u pitanju rad međunarodne trupe koja želi da ispita domete interkulturalnog rada ili kada se želi animirati populacija za vreme trajanja pripreme predstave – kao u pozorištu animacije, gde je sama predstava od drugorazrednog značaja).

Šesta karakteristika projekta – da *podjednaku važnost pridaje efikasnosti, efektivnosti, pa i ekonomičnosti* – zasniva se na činjenici da proces i rezultat projekta moraju biti ostvareni u kratkom periodu (dakle efikasno), da projekt nema unapred zagarantovane izvore prihoda niti će država biti spremna da pokrije njegove gubitke (dakle mora biti ekonomičan) i da će biti pozitivno vrednovan samo ako ostvari željene efekte u odnosu na ciljeve (dakle efektivan).

Životni ciklus projekta

I Koncepcija	Entuzijazam
II Planiranje	Očekivanja
III Realizacija	Razočaranje, zatim panika
IV Kontrola	Traganje za krivcem
V Evaluacija	Kažnjavanje nevinih
VI Terminacija	Pohvala i počasti onima koji nisu učestvovali

I faza: koncepcija. Ne postoji teorija koja nas može naučiti kako se dolazi do ideje i stvara koncepcija – kako se postaje autor projekta. Međutim, projektni menadžment nas uči kako da upravljamo projektom, bilo da smo mi njegov tvorac-autor, bilo da pomažemo umetniku-autoru da realizuje svoju ideju. Operacionalizacija ideje je osnovno područje projektnog menadžmenta. U fazi operacionalizacije neophodno je definisati: misiju (smisao projekta), njegove osnovne ciljeve, ali i dugoročne ciljeve koji će ostaviti prostora za nove projekte u budućnosti, osnovne programske okosnice projekta.

U okviru ove faze ima nekoliko podfaza:

1. strateška analiza sredine,
2. identifikovanje problema,
3. određivanje ciljeva projekta,
4. evaluacija sopstvenih mogućnosti,
5. definisanje projektnog zadatka.

Ukoliko je projekt kompleksniji, onda će ova faza imati još nekoliko podfaza:

6. utvrđivanje metodskih postupaka,
7. razvoj probne ili eksperimentalne faze,
8. utvrđivanje rešenja – konačno definisanje projekta.

II faza: planiranje projekta. Podrazumeva detaljnu razradu institucionalnog okvira projekta (pravni status, odnos prema

ustanovama sa kojima se saraduje), izbor osnovnih strateških opcija i metoda realizacije projekta. Tada definišemo kojim sredstvima raspoložemo (kadrovskim, materijalnim, prostornim, vremenskim), predviđamo moguće prepreke i način kako ćemo ih prevazilaziti.

Planiranje projekta, kako je već rečeno, može da se radi po metodologiji strateškog planiranja, ili uz primenu neke od metoda vremenskog planiranja, tako što se kadrovi, materijalne potrebe, budžet, a u skladu s njima i fandrejzing planiraju u određenim ritmovima u skladu sa osnovnim planom realizacije delatnosti.

Da bismo pristupili realizaciji, neophodno je da pribavimo sredstva – dakle da napravimo fandrejzing projekta. Za tu svrhu menadžer projekta piše brojne zahteve (ministarstvu kulture, gradskoj upravi za kulturu, fondacijama itd.) i sponzorska pisma potencijalnim darodavcima.

Struktura zahteva za dotaciju pismo fondaciji ili ministarstvu

1. *rezime* (jasno i koncizno izlaže projekt, u jednom pasusu: naziv projekta, mesto delovanja, vreme realizacije, nosioci i ciljne grupe);
2. *uvod* (opisuje kvalifikovanost i kredibilitet podnosioca projekta);
3. *iznošenje problema* (opisuje nedostatke u društvu i kulturnom životu i iznosi predlog kako ovim projektom to otkloniti);
4. *ciljevi projekta* (uz naglašavanje saglasnosti sa ciljevima onoga od koga se traže sredstva);
5. *metodi realizacije projekta* (opisuju se strategije realizacije projekta, naglašavajući one za koje je neophodna upravo finansijska pomoć ovog donatora);
6. *evaluacija* (navodi se plan kada i kako će se vrednovati ostvarivanje projekata – indikatori evaluacije);
7. *budžet i budući izvori finansiranja* (definišu se jasno svi troškovi, izvor i način na koji će se, pored dotacije ovog tela, u budućnosti sticati sredstva).

III i IV faza odvijaju se uporedo. **Realizacija projekta** podrazumeva kulminaciju timskog rada i najstresniji je period u životu menadžera projekta. Ona, istovremeno, obuhvata i **kontrolu**, te se tokom faze realizacije, naročito u njenoj završnoj fazi (za vreme odvijanja festivala, nekoliko dana uoči i nakon otvaranja izložbe itd.) organizuju svakodnevni brifing-sastanci celog tima. To je ujedno i jedan od načina permanentne kontrole procesa realizacije.

V faza: evaluacija projekta. Trenutkom završetka projekta – premijerom, ili završetkom turneje, zatvaranjem izložbe itd. – ne prestaje rad na projektu. Tada je neophodno preći na sledeći zadatak: evaluaciju projekta.

Ciljevi evaluacije su da proceni, sistematski i objektivno koliko je to moguće, relevantnost projekta za kulturni i umetnički život sredine u kojoj je nastao i bio realizovan. Detaljno će se ispitivati efektivnost projekta u odnosu na njegove ciljeve, posebno njegov uticaj na željene ciljne grupe.

Evaluacija kulturno-umetničkih projekata se, stoga, prvenstveno odnosi na kvalitet programa projekta i njegovu efektivnost, a tek zatim na efikasnost menadžmenta i postignutu ekonomičnost projekta.

a) U **evaluaciji programa** i njegovog kvaliteta posebno će se uzeti u obzir:

- umetničko-estetske vrednosti programa,
- kulturološki kvalitet programa (inovativnost u pristupu, metodi...),
- kvantitet i balans programa u odnosu na planirani,
- efekti na primarne ciljne grupe – analiza publike,
- efekti na sekundarne ciljne grupe – analiza medijskog odjeka i PR nastupa,
- ostvarivanje specifičnih ciljeva projekata.

b) **Evaluacija menadžmenta** odnosi se na:

- planiranje – vremensku efikasnost (način korišćenja vremena),
- budžetski balans (*cost-effectiveness*),

- raznovrsnost izvora finansiranja,
- sigurnost izvora,
- timski rad i njegovu efikasnost,
- kvalitet timskog rada,
- adekvatnu distribuciju uloga i zadataka,
- zadovoljstvo u radu,
- doprinos članova tima.

VI faza: završetak projekta. Posle izvršene evaluacije projektni tim može da izvrši preraspodelu preostalih sredstava, da dodeli priznanja i pohvale i da odluči da li će, u zavisnosti od rezultata evaluacije, nastaviti da radi zajedno na novom projektu, ili će arhivirati projektni materijal u odgovarajućoj ustanovi i tako okončati projekt.

The screenshot shows the 'COMPENDIUM CULTURAL POLICIES AND TRENDS IN EUROPE' website. The main content area displays a project entry for 'Affirmation of Multiculturalism and Tolerance in Vojvodina 2006-2007 (Afirmacija multikulturalizma i tolerancije u Vojvodini 2006 - 2007)'. The entry includes a title, a description of the program's objectives, and a list of project activities such as 'Living together', 'Check out this town!', and 'The cup of tolerance'. The website interface includes a navigation menu with options like 'Home', 'Country Profiles', 'Comparisons', 'Transversal Issues', 'About Us', and 'Search'. A sidebar on the left lists various categories like 'Transversal Issues', 'Cultural Diversity', 'Intercultural Dialogue', etc.

<http://www.culturalpolicies.net/web/intercultural-dialogue-database.php>

MODELI PROJEKATA U KULTURI

2

Projekti se mogu realizovati unutar institucija, organizacija, neformalnih grupa umetnika i individualno. Međutim, i kada su individualno organizovani, određeni tipovi projekata zahtevaju institucionalnu podršku, dok se neki mogu realizovati samo u socijalnom okruženju, uz pomoć nevladinih organizacija i različitih udruženja građana.

Stoga, iako ideju projekta obično stvara pojedinac, ili manja grupa, institucija ili organizacija su njegovi zvanični nosioci, pa to u implementaciji projekata, u ostvarivanju njegovog životnog puta, može dovesti do brojnih tenzija i konflikata. Interesi organizacije i interesi projektnog tima trebalo bi da budu zajednički (inače nema razloga da organizacija prihvati da bude nosilac projektne ideje). Međutim, interesi vezani za tempo realizacije, prioritet itd. mogu biti veoma različiti. Lako je zamisliti jednu ustanovu koja istovremeno radi na nekoliko projekata izložbi, festivala, predstava... za šta sve treba izdvojiti i prostor i resurse koji su ograničeni. Stoga će projektni tim često upravu institucije doživljavati kao prepreku svojoj samostalnosti u radu, i kao faktor „ometanja“, a ređe kao faktor podrške. Stoga je u projektnom menadžmentu najvažnije u procesu uspostavljanja projektne ideje definisati odnose organizacije i projektnog tima, način donošenja odluka različitog nivoa važnosti, te tačnu podelu nadležnosti i očekivanja. Sukobi mogu nastati od sasvim jednostavnih pitanja kao što su visine telefonskih računa (troškovi telefona koje pravi projektni tim često nisu unapred odvojeni), do pitanja vezanih za marketinšku strategiju (kada organizacija može da smatra da vizuelni identitet festivala ili slogan apsolutno nisu u skladu sa njenom poslovnom kulturom i misijom) ili i suštinsko osećanje organizacije da joj projekt onemogućava bavljenje

osnovnom delatnošću, jer su sve snage i resursi ustanove usredsređeni na njega. Stoga je veoma važno da svaki projektni tim, u skladu sa zahtevima samog projekta (njegovog oblika: izložba, koncert, predstava...; njegove methodske karakteristike: umetnički, kulturološki, aktivistički... ili njegovog ishodišta: umetnički rezultat, komercijalni rezultat, edukativni rezultat, socijalni rezultat...) definiše odnose sa nosiocem projekta, bilo da je u pitanju ustanova kulture ili nevladina organizacija.

Osnovni oblici projekata u kulturi:

- izložba,
- koncert,
- predstava,
- tribina (predavanje, književno veče i promocija),
- događaj, spektakl, priredba (kontakt program),
- tečajevi,
- filmska ili video-projkcija.

Kompleksni oblici:

- manifestacije (festivali, smotre i sajmovi),
- proslave (kako se proslave najčešće organizuju ili kao manifestacije ili kao svečane priredbe, to će o njima biti reči u tim poglavljima),
- akcije,
- radionice,
- animacione forme.

Mas-medijски projekti u kulturi:

- radio emisije,
- TV emisije,
- rubrike i tekstovi u štampi (foto-prilozi i sl.).

Važno je napomenuti da u ovome učestvuju, pored standardnih masovnih medija, i **novi oblici difuzije kulture**: Internet, kompjuterske baze podataka, kablovska i satelitska televizija.

Izložba

Kao projekt, tj. oblik difuzije kulture, izložba se odnosi na mnoge domene umetničkog stvaralaštva, ali i na prezentaciju kulture i kulturnog života jedne sredine u najširem smislu. Pod izložbom se podrazumeva javno izlaganje proizvoda, predmeta, umetničkih dela, ili dokumenata, sa najopštijim ciljem predstavljanja određenog problema, pojave, umetničkih radova... Ciljevi izložbi mogu biti veoma različiti: *umetnički* (tada je reč o izložbama kao umetničkim manifestacijama), *propagandni i komercijalni* (sajmovi, privredne izložbe...), *didaktički* (kulturološko-dokumentarne izložbe), *komemorativni* (povodom određenih datuma, dokumentarno-istorijske izložbe i sl.) i *kompleksni* – kada obuhvataju više ranije navedenih ciljeva.

Razlikujemo sledeće tipove izložbi:

- izložbe vizuelnih umetnosti – koje mogu biti: slikarske, vajar-ske, grafičke, foto-izložbe, izložbe dela primenjenih umetnosti itd.;
- kulturološko-dokumentarne: arheološke, etnološke, pozorišne, istorijsko-arhivske, sociokulturne i druge;
- političke (političko-istorijske);
- propagandno-animacione: izložbe knjiga, ploča, sajam knjiga, sajam pozorišnih ili baletskih predstava;
- propagandne privredne izložbe.

U difuziji umetničkih dela, ali i kulturnih vrednosti uopšte, najznačajnije su umetničke – vizuelne i kulturološko-dokumentarne – izložbe, ali se i izložbe reklamnog ili propagandnog karaktera često koriste za predstavljanje savremenih umetničkih dostignuća neke sredine. Izložba je informacija, ali i valorizacija, vrednovanje umetnikovog dela, vrednovanje umetnosti ili umetničkog pravca u jednoj sredini. Izložba može biti i animacija – posebno ako su u pitanju amaterske izložbe, ili izložbe kao prateći programi drugih manifestacija.

U međunarodnoj kulturnoj saradnji izložbe su izuzetno značajan oblik komunikacije i ostvarivanja kontakata, bilo da je reč

o svetskim, međunarodnim izložbama određenog regiona ili o bilateralnoj razmeni izložbi.

Umetničke, likovne izložbe organizuju se u različitim prostorima i na različite načine, sa različitim ciljevima i u tom smislu mogu se izdvojiti sledeći tipovi izložbi:

- samostalne izložbe – na njima se obično prikazuju dela nastala tokom poslednjih pet godina stvaralačkog rada jednog umetnika. Izložba Miće Popovića 1950. i Lubardina samostalna izložba 1951, kao prve samostalne izložbe u posleratnom Beogradu, označile su prekretnicu u načinu izlaganja, istovremeno i raskid sa do tada vladajućim socrealističkim stilom. Iako su danas samostalne izložbe najčešći oblik likovnih izložbi, one su skorijeg datuma u odnosu na druge;
- retrospektivne studijske izložbe – na njima se prikazuju dela reprezentativna za čitav opus pojedinog slikara, ili su vezane za razvoj određene grupe, stila ili umetničkog pravca;
- kolektivne izložbe – ustaljene godišnje izložbe (ili bijenali, trijenali) članova umetničkih udruženja, na kojima se predstavljaju dela nastala tokom prethodnog perioda (to su često „žirirane izložbe“, saloni);
- manifestacione, takmičarske međunarodne izložbe – organizuju se najčešće bijenalno (Venecija, Sao Paulo, Istanbul). Cilj im je praćenje i kritičko-teorijska valorizacija vrhunskih dometa savremene likovne umetnosti u svetu;
- tematske izložbe – na njima se izlažu dela sa određenom tematikom savremenih slikara ili slikara različitih epoha (Akt u savremenom slikarstvu, Beograd u delima likovnih umetnika...);
- grupne izložbe – na njima se predstavljaju noviji radovi grupa formalno ili neformalno udruženih umetnika (EXAT 51, Mart, Grupa petorice, Grupa 57, Danas, Medijala, Zvono, Gorgona, Alter imago, Cobra – Danska, Barbizonska grupa – Francuska...). Odluka o grupnom izlaganju podrazumeva sličan senzibilitet, idejno-konceptualnu osnovu, pristup slikarstvu, stil (nije nužna pripadnost istom slikarskom pravcu);
- programske izložbe – iako se često poistovećuju sa grupnim izložbama, one su u suštini delo kritičarske ili teoretičarske

konceptije, viđenja određenih tendencija, stilova ili senzibiliteta (izložba Devedesete, MSU, Beograd). Mogu biti organizovane radi promocije određenog estetskog shvatanja ili predstavljaju analizu pojave i njeno smeštanje u istoriju umetnosti. Tako izložba Umetnost osamdesetih ne prikazuje umetnost osamdesetih godina u celosti, već samo radove onih umetnika koji se po kritičarskom sudu čine relevantnim za duh vremena i senzibilitet osamdesetih godina.

Ponekad i grupna izložba može biti programska – ukoliko grupa, u skladu sa svojim manifestom, ima strogi estetski koncept.

Naravno, postoje i drugi kriterijumi prema kojima se može izvršiti kvalifikacija izložbi kao oblika difuzije kulture. Tako, recimo, prema statusu izlagača, izložbe možemo podeliti na profesionalne i amaterske (pri tom svaka od njih može pripadati nekom od ranije navedenih tipova). Prema instituciji koja ih organizuje možemo ih podeliti na muzeološke i galerijske; čisto izložbene, izložbene sa prodajom i isključivo prodajne namene itd.

Kulturološko-dokumentarne izložbe su novi medij kulturne komunikacije, izuzetno uspešno korišćen u radu velikih svetskih kulturnih centara (Nacionalni centar za umetnost i kulturu Žorž Pompidu – Bobur) i modernih muzeja (Smitsonijan, Muzej nauke i kulture u Hirošimi, Muzejski prostor u Zagrebu). Njima se sve češće pribegava prilikom velikih manifestacija u određenim sredinama i gradovima, u obrazovne, turističke i propagandne svrhe, u nastojanju da se prikažu kulturni razvoj i vrednosti određene zajednice.

Kulturološko-dokumentarne izložbe imaju šire i drugačije ciljeve u odnosu na likovne izložbe kojima je prvenstveni cilj informisanje javnosti o likovnom životu u jednoj sredini i stvaranje uslova za valorizaciju (vrednovanje) dometa i umetničkih rezultata pojedinih umetnika. Kulturološkim izložbama cilj je prvenstveno izučavanje i predstavljanje određene pojave zbog informisanja, obrazovanja, popularisanja i animiranja najšire javnosti; pri tom se koriste najraznovrsniji izložbeni eksponati: umetnička dela, knjige, dokumenti, fotografije, tonski i video-zapisi, upotrebn i industrijski predmeti, pa čak i performansi, akcije, prodajni punktovi, pozorišne mini scene i sl., kao sastavni delovi izložbenih događanja.

Da bi ispunile svoju osnovnu popularizatorsku kulturološku funkciju, ove izložbe se najčešće organizuju u nemuzejskim prostorima, ili kao pokretne putujuće izložbe. Sve češće holovi pozorišta i banaka, kao i radničke menze u fabrikama, postaju izložbeni prostori. Tako izložbama svih vrsta prisustvuje i tradicionalna „muzejska nepublika“ i nova, buduća publika.

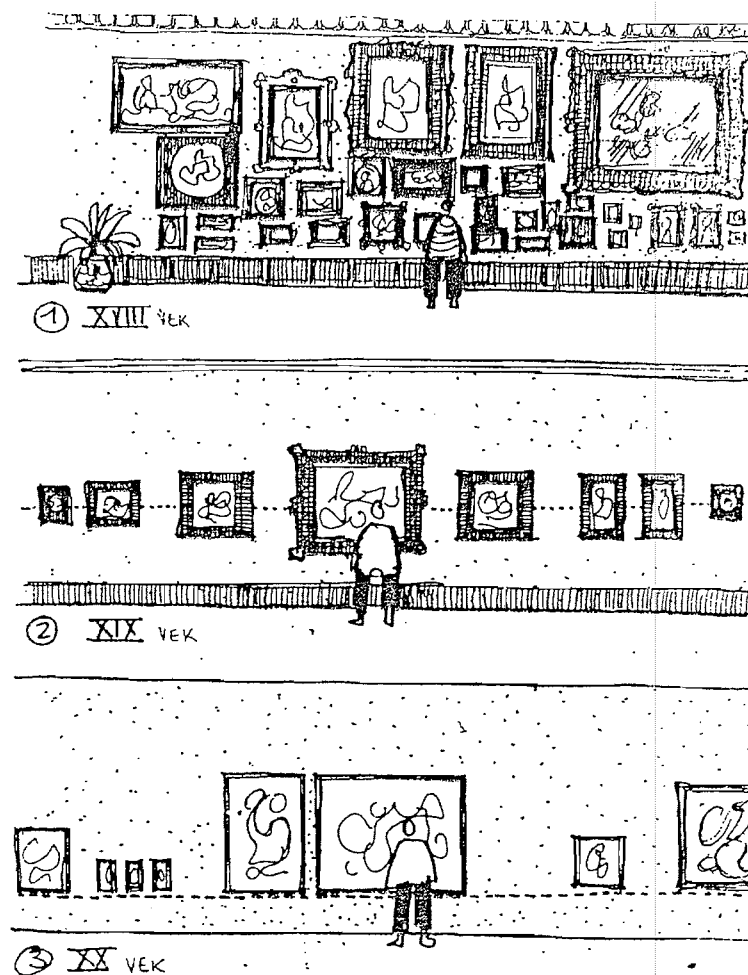
Kulturološko-dokumentarne izložbe mogu se grupisati na sledeći način:

- istorijske (istorijsko-političke) i arhivske izložbe;
- muzeološke naučno-studijske izložbe (arheološke, etnološke, prirodnjačke, astronomske itd.): *Umetnost vinčanskog perioda* (Galerija SANU);
- sociokulturne (kulturološke u užem smislu): *III milenijum, Medicina u Srba*;
 - a) paraumetničke, kojima se, putem različitih eksponata, predstavlja pojedina umetnička grana čija umetnička dela po svojoj prirodi ne podležu jednostavnom izlaganju (pozorište, film itd.): *100 godina profesionalnog pozorišta u Jugoslaviji*;
 - b) kompleksne, čiji je cilj predstavljanje određene nacionalne kulture (*Jevreji na tlu Jugoslavije*), regionalne zajednice (Istra) ili grada (Novi Sad) itd.;
 - c) monografske, čiji je cilj da predstave jednog umetnika ili kulturnog radnika, instituciju kulture i sl. (Joakim Vujić, MHAT, Bertold Brecht* ...).

Izložba je samostalan oblik difuzije kulture, osnovni u muzejskoj delatnosti, ali se vrlo često javlja i kao prateći, dopunski oblik uz manifestacije: festivale, smotre, jubileje, priredbe i sajmove.

Izložba se organizuje u određenom prostoru, premda se može koncipirati i tako da bude pokretna, ali se u tom slučaju moraju poštovati drugi metodološki principi stvaranja koncepcije izložbe. (Pri izboru tehničke opreme izložbe mora se voditi računa o

* Bertolt Brecht Turns 100 A Web Exhibit
www.usc.edu/libraries/archives/arc/libraries/jeuchtwanger/exhibits/Brecht/index.html.



lakom transportu, opštosti izložbe i značaju teme za šire područje i sl.) Pokretnim izložbama pribegava se i onda kada se želi da se podele troškovi pripreme i organizovanja izložbe na više institucija, tako da se kulturološkim razlozima (omogućavanje da se delovi muzejskih postavki i eksponata iz muzejskih depoa približe i publici u manjim mestima) pridružuju i ekonomski razlozi.

Sama izložba je, u suštini, studija određene teme i rezultat rada stručnjaka za datu oblast i dizajnera (arhitekta) izložbe.

Rad na realizaciji izložbe možemo podeliti u četiri faze:

- I Stručni ili naučnoistraživački rad na obradi teme i prikupljanju građe;
- II Rad na osmišljavanju koncepcije izložbe;
- III Rad na stvaranju dizajna i arhitekture izložbe;
- IV Postavljanje i zaštita eksponata, propagandno-pedagoški i animacioni rad tokom izložbe.

Prva faza rada završena je kada o problemu postoji opsežna studija i dokumentacija – katalog buduće izložbe (rad stručnjaka). U drugoj fazi rada, prilikom stvaranja koncepcije izložbe (a to je posao u kome bi u najvećoj meri trebalo da učestvuje i menadžer u kulturi, pored stručnjaka za datu oblast), odlučuje se o idejnom, tematskom planu izložbe, koji će umnogome biti određen opštim ciljevima izložbe, prostorom i lokacijom, kao i publikom kojoj je namenjena. Tako su, recimo, u vreme proslave 200-godišnjice Vukovog rođenja u zemlji i u inostranstvu bile organizovane brojne, veoma različite, izložbe.

Kada se utvrdi opšta *koncepcija izložbe* i njena tematska struktura (potceline), pristupa se izboru izložbenog materijala, kako po vrsti, tako i po hronologiji ili temi, zavisno od strukture izložbe. U kulturološko-dokumentarnim izložbama koristi se najraznovrsniji materijal za prezentaciju: arhivski dokumenti, fotografije, knjige, predmeti vezani za ličnosti ili doba o kome je reč, mape (istorijske ili savremene), grafikoni, šeme. Materijal se grupiše prema dogovorenoj tematskoj strukturi izložbe, čime se obezbeđuje određeni tok i logika izložbe i olakšava razumevanje i praćenje opšte teme.

U sledećoj fazi, stvaranje *arhitekture i dizajna izložbe* (što ne bi trebalo da se završi samo postavljanjem panoa za svaku tematsku celinu), potrebno je uspostaviti vezu između datog prostora, eksponata, celina koje želimo da predstavimo, ili onoga što se posebno ističe. Taj posao naziva se špiplom izložbe i u njemu je neophodno učestvovati, pored kustosa i organizatora, i dizajnera ili arhitekta (za veće izložbe i jednog i drugog), koji će projektovati opšti

okvir izložbe, zatim način izlaganja svake pojedine tematske celine, međuodnose, kretanje po izložbenom prostoru itd.

U narednoj etapi vrši se *akcentuacija*, tj. isticanje najznačajnijih eksponata, bilo po njihovoj umetničkoj vrednosti, originalnosti, činjenici da predstavljaju nova otkrića (novopronađeni arhivski dokumenti i sl.) bilo po tome što su suštinski za prikazivanje date teme. Njihovo mesto, način osvetljenja i sl. određuje se u konsultaciji sa arhitektom koji će takvim eksponatima umeti da projektuje posebno mesto ili da im u okviru postojećeg sistema dâ centralni, vizuelno najupečatljiviji položaj. Sistem osvetljavanja izložbe može u tome da bude od velike pomoći.

Tumačenje eksponata, izrada podnaslova i komentara, izuzetno je važan deo stručnog pristupa poslu. Legende sadrže glavne podatke o izložbenom predmetu, vreme i mesto nastanka. U slučaju da se o nekom pitanju eksponat ne može naći ili ga je nemoguće izložiti, pribegava se dužim tekstualnim prikazima (recimo društveno-političkih prilika u kojima su se javile date kulturne pojave, umetnički pravci i sl.). To su uvodne legende za izložbu u celini i uvodne legende za pojedine tematske celine unutar izložbe. One ne samo da objašnjavaju širi kontekst već veoma često i razloge same izložbene postavke, opredeljenja za temu i sl., da bi bila olakšana recepcija, tj. praćenje i razumevanje izložbe u celini i pojedinih eksponata unutar nje.

Zaštita eksponata takođe je veoma značajan element organizacije izložbe, posebno kad su u pitanju izložbe umetničkih dela, rariteta i unikata, koji ponekad, čak, mogu zahtevati prethodnu konzervatorsku i restauratorsku obradu.

U fazi pedagoškog i animacionog rada razlikujemo takođe nekoliko etapa:

- priprema izložbe za budući animacioni rad podrazumeva plan o opremanju izložbe slajd i video-projekcijama i njenom ozvučavanju u skladu sa opštim ciljevima (ambijentalnom muzikom, tonskim zapisima: govora, inserata pozorišnih predstava, radio-snimaka i sl., ili posebnim video-zvučnim materijalom za svaku pojedinu tematsku celinu, koji bi posetilac sam uključivao prilikom razgledanja određenog dela izložbe, u slučajevima kada je reč o većoj izložbi);

- organizovanje marketinga: izrada plakata, pozivnica, plaćeni oglas u štampi, veb-sajt, konferencija za novinare (povodom većih izložbi), pismene informacije za štampu, organizovanje otvaranja – vernisaža i štampanje kataloga izložbe koji je marketinški, naučni i edukativni instrument izložbe;
- organizovanje animacionih programa: video i filmskih projekcija, predavanja i tribina, radiofonskih slušanja, u skladu sa koncepcijom i temom izložbe;
- edukativni programi podrazumevaju organizovanje stručnog vođenja kroz izložbe, ciklusa edukativnih tribina ili seminara za široku ili stručnu publiku i organizovanje školskih poseta. U nekim slučajevima izložba može omogućiti i samostalno istraživanje, posebno kad se radi o multimedijalnim postavkama u posebnim, specijalizovanim institucijama: Muzeju za nauku i kulturu u Hirošimi, na primer.

Scenski projekti: predstava, priredba i koncert

Predstava je osnovni oblik scenskog izvođenja u kome se ostvaruje pozorišni umetnički čin. Predstava ima tačno određen program – redosled scenskih dešavanja, čije je precizno utvrđivanje uslovljeno namenom predstave: ponavljanjem. Svaka predstava realizuje se na osnovu književnog teksta, libreta ili scenarija koji nastaje kao plod kolektivnog rada ansambla.

Predstava je autohtono umetničko delo, iako je rezultat multidisciplinarnog kombinovanja i stvaranja.

Osnovni oblici predstava su:

dramska predstava

- od spektakla do kamerne drame,
- pantomima,
- monodrama,
- recital,

- lutkarska predstava,
- instalacija/preformans (site specific);

muzička predstava

- operetska predstava,
- operetska predstava,
- oratorijum,
- mjuzikl;

plesna predstava

- baletska predstava,
- koreodrama i plesni/neverbalni teatar,
- folklorna predstava.

Svaka predstava, iako se izvodi po unapred utvrđenom i uvežbanom programu, ima u sebi elemente novog – moguće su inovacije, ali i padovi, u glumačkim rešenjima i dometima, kvalitetu pevanja, što karakteriše sve žive umetnosti. I pored toga može se reći da je predstava jednom utvrđen pozorišni čin (na generalnim probama i premijeri), koji se u svakom novom kontaktu sa publikom ponovo ostvaruje. U toj interakciji može doći do novih pomaka u interpretaciji, ali ne i u samoj strukturi predstave.

„Događaj“ – spektakl, priredba/šou program je scensko događanje koje je uprizoreno, ostvareno za određenu priliku; čak i kad se ponavlja, onda je to ponavljanje u kraćem periodu. Priredba/događaj nije umetničko delo po sebi, već sinkretički oblik scenskog dešavanja. Iako se radi po određenom scenariju, scenario najčešće nije u potpunosti originalan, što znači da se u spektaklu komponuju već postojeća umetnička dela: poetska, muzička, pozorišna, filmska i druga.

Vrste događaja/spektakla su:

- svečani programi (povodom jubileja), svečane akademije i sl.,
- edukativne priredbe,
- kviz programi,
- kontakt programi,
- zabavno-komercijalni šou programi, revije – kolažni programi,
- zabavne priredbe internog karaktera,

- estradni programi,
- spektakli i revijalni programi.

Svečani programi najčešće se organizuju povodom određenih jubileja i godišnjica ili prilikom dodeljivanja značajnih nagrada. U zavisnosti od strukturisanja programa, možemo ih podeliti na:

- *svečane akademije*: značajno mesto u strukturi programa imaju govori reprezentativnog karaktera, horska i orkestarska izvođenja; najčešće se organizuju povodom značajnih istorijskih, državnih i kulturnih jubileja;
- *tematske priredbe*: osnovni sadržaj ovih priredaba čini dramski deo – recital posvećen jubileju, proslavi godišnjice nekog događaja ili godišnjice rođenja značajnog umetnika, a mogu biti i priredbe u čast umetnika – *hommage* priredbe;
- *sinkretički svečani programi (gala)*: njihov sadržaj čini sled međusobno nepovezanih tačaka koje teže da predstavljaju određenu oblast stvaralaštva ili pojedine umetničke domete. Najčešće su vezane za godišnjice institucija kulture – pozorišta, na primer, ili su dobrotvornog, humanitarnog karaktera. Ovakve priredbe organizuju se u formi spektakla i prilikom dodeljivanja značajnih nagrada, kao što je nagrada Američke filmske akademije (Oskar);
- *spektakli* su multimedijalne, prestižne forme priredbe, često namenjene i TV prenosu, tj. najširoj javnosti.

Edukativne priredbe/događaji namenjeni su određenoj populaciji, najčešće učenicima, i cilj im je da, popularnim formama scenskog saopštavanja i korišćenjem različitih medija, filmskih inserata, video-snimaka, slajdova, učine neku istorijsku ili kulturno-umetničku pojavu poznatom i bliskom.

Kontakt programi su specifičan oblik koji sintetizuje zahteve i edukativne i estradno-zabavne priredbe, a osnovna razlika je u participaciji publike putem pitanja učesnicima programa ili, čak, u vidu samostalnog scenskog istupanja. Kontakt programi stoga imaju i neke karakteristike tribine i mogu se smatrati zabavnom vrstom tribinskog programa. Imaju veliki animacioni značaj i izuzetno su pogodna forma za organizovanje javne diskusije o godišnjem programu doma omladine ili kulturnog centra.

Događaji zabavno-komercijalnog karaktera (*event marketing*) najčešće se organizuju iz propagandnih, marketinških razloga, radi promocije određenih proizvoda ili medijskih zvezda. Veoma često, ako se promovišu proizvodi muzičke industrije, u njihovom pripremanju učestvuju TV i radio-stanice koje dobijaju mogućnost emitovanja kompletnog zabavnog programa koji se ne snima studijski, već uz neposredne reakcije publike. Ovakvi događaji često imaju i pomodan karakter, te se vezuju za „trendi“ prostore noćnih klubova, a ne za prostore ustanova kulture.

Zabavne priredbe/proslave internog karaktera organizuju se u lokalnim zajednicama, školama, preduzećima, najčešće uz poštovanje sledećih zahteva: prikazati stvaralačke mogućnosti date sredine, zabaviti i uspostaviti bližu i dublju komunikaciju među članovima, pripadnicima te sredine.

Sinkretički programi (kolaž-programi) kao sveobuhvatne programske celine, atraktivno organizovane, najpristupačnija su forma koja može da upozna i zainteresuje za dostignuća u kulturi i umetnosti. Raznovrsnost programa angažuje neprekidnu pažnju, ali i pruža mogućnost da se preko poznatih i prihvatljivih estetskih vrednosti dođe do novih spoznaja i da se probudi interesovanje za dalje saznavanje i doživljavanje u oblasti kulture i umetnosti.

Koncert je javno izvođenje jednog ili više muzičkih dela pred većim brojem slušalaca. Prema vrstama kompozicija, odnosno prema sastavu izvođača, mogu se razlikovati simfonijski, kamerni, vokalni i solistički koncerti (recitali).

Prvi javni koncerti bili su izvođeni u Engleskoj i Nemačkoj u XVIII veku. Pre toga muzika je izvođena samo u crkvama i na dvorovima, te u plemićkim, građanskim i studentskim društvima, gde je pristup bio dozvoljen tek ograničenom broju slušalaca, pozvanim gostima ili članovima društva. Znači, publiku su činili samo oni sa odgovarajućim društvenim statusom, oni koji su praktično bili i organizatori koncerta.

Difuzijom i organizacijom muzičkih koncerata danas se bave koncertne agencije, pored kulturnih centara i muzičkih menadžera, tako što se najčešće planiraju serije koncerata uz pretplatu (abonman), pojedinačni koncerti (posebno kada su u pitanju izvođenja značajnih muzičkih dela – veliki koncerti) ili koncertne promocijalne turneje. Kako je u muzičkoj umetnosti najizrazitija podela – odvojenost pojedinih muzičkih „oblasti“, koja isto-

vremeno podrazumeva i različite institucionalne oblike i različite krugove slušalaca (klasična muzika, džez, rok i pop, zabavna muzika, narodna muzika...), to se u svakoj od tih „oblasti“ organizuju različite vrste koncerata i na različitim mestima: od koncerta klasične muzike u dvorani filharmonije, koncerta rok muzike na stadionu ili otvorenom prostoru, do *jam-session-a* u malim klupskim prostorima.

Tribine – projekti difuzije kulture

Da bi najnovija naučna dostignuća, temeljne kulturne vrednosti, umetnička ostvarenja, mogla da ostvare komunikaciju u javnom životu, nije dovoljna činjenica da postoje; neophodno je stvoriti uslove za njihovo iznošenje i plasiranje kulturnoj javnosti. Izdavanje knjiga, organizovanje koncerata ili publikovanje u časopisima nije dovoljno za stvarni prijem jednog dela od strane publike, čak i uz informaciju u vidu plaćenog reklamnog oglasa u štampi, na radiju ili televiziji.

Obezbeđivanje prihvatanja jedne ideje ili jednog dela u kulturnom životu sredine zahteva ulazak tog dela ili ideje u proces kulturne komunikacije u različitim vidovima i oblicima: kao autohtonog dela, ali i u drugim formama popularizacije – radio i TV emisijama, kritikama, te raznovrsnim „tribinskim oblicima difuzije kulture“. Tako ćemo pod terminom javnih tribina podrazumevati sve one oblike difuzije kulture u kojima se na posredan način plasira neka kulturna vrednost – putem javne reči. Ipak, postoji veoma veliki broj oblika tribinskih programa, u skladu sa temom dela i ciljem, zadatkom tribine.

Tako razlikujemo sledeće oblike:

- tribina u užem smislu,
- predavanje,
- savetovanje-razgovor,
- umetničko veče (književno, filmsko, pozorišno...),
- promocija,

- te najnoviji oblici komunikacije u virtuelnom prostoru: blog, e-forum i čet.

Neophodno je poznavati strukturu i kvalitet svakog pojedinog oblika da bismo mogli da se opredelimo za organizovanje onog koji je u skladu sa ciljevima i sadržajem teme koju želimo da plasiramo u javnosti.

Predavanje je, svakako, najstariji i najrašireniji oblik difuzije kulture. Školski sistem, pa i univerzitetska nastava zasnivaju se upravo na ovom obliku prenošenja znanja i informacija. Stoga su i prve institucije kulture – narodni i radnički univerziteti – stvorene u obrazovne svrhe, koristile predavanja kao prvi i osnovni oblik rada.

Tečaj (kurs, seminar) pojam je koji označava ciklus, seriju predavanja i predstavlja poseban oblik difuzije kulture, naročito značajan u domenu širenja znanja o tehnikama umetničkog stvaranja i izražavanja.

Predavanje je forma difuzije koja podrazumeva jednosmernu komunikaciju, a kulturno-obrazovna institucija se za ovu formu opredeljuje ukoliko joj je cilj da sa određenom temom upozna širu javnost, tj. da joj predstavi najnovija naučna saznanja i teorijske domete.

Predavanje obično traje 45 minuta, a tek ako podrazumeva i diskusiju – odgovore na pitanja iz publike, i duže. Pitanja se postavljaju da bi se objasnila neka teza, ili da bi se bolje razumela suština izlagane teme. Stoga se za teme predavanja biraju najčešće naučno nesporna saznanja, a za predavače stručne osobe koje se kompetentno bave datim problemom, o njemu su pisale knjige ili objavljivale radove u stručnim časopisima.

Najvažnija funkcija i cilj predavanja jeste da upozna prisutne sa određenom temom (obrazovna funkcija), da proširuje opseg opšte kulture. U pojedinim slučajevima predavanja su namenjena određenoj ciljnoj grupi – stručnoj publici, posredstvom koje želi da se obavesti uža, stručna publika, ali i kulturna javnost, o novijim naučnim dostignućima.

Tribina je, u užem smislu, noviji oblik difuzije kulture, a razvila se iz potrebe da se o određenim problemima javno razgovara, razmenjuju mišljenja, iznose kontroverzne ideje i nedoumice. Cilj tribine je da se o određenoj temi razgovara uz suprotstavljaj-

nje različitih mišljenja i stavova, pa da se u neposrednoj i živoj komunikaciji sa publikom dođe do određenih mišljenja.

Na tribinama najčešće učestvuju više sagovornika. Pri tom ne moraju svi biti kompetentni stručnjaci za datu oblast, već to mogu biti i umetnici, novinari, političari koji o datom problemu razmišljaju, nastojeći da izgrade sopstvene stavove. Tribine traju duže od predavanja – oko jedan i po sat, a svaki od učesnika tribine izlaže svoje viđenje teme oko desetak minuta, zatim ima mogućnost da replicira prethodnicima i ukaže na dobre ili loše strane njihovih izlaganja (ukupno 45 minuta), tako da drugi deo tribine bude u potpunosti ostavljen za komentare i pitanja publike. Važno je da svi učesnici tribine budu spremni za dijalog, polemiku i da umeju da uspostave kontakt sa publikom. U svemu tome izuzetno je značajna funkcija voditelja tribine, koji usmerava tok razgovora, vodi računa da se neko od sagovornika ne udalji od predmeta razgovora, ne bude nepotrebno dugačak ili dosadan. Voditelj tribine mora da se stručno pripremi za razgovor, da poznaje problematiku o kojoj se govori i radove svakog učesnika tribine. Učesnici nisu obavezni da se drže isključivo prihvaćenih naučnih i teorijskih stavova (kao u predavanju), već mogu iznositi i kontroverzna mišljenja ili tek deo argumentacije neophodan u stručnoj komunikaciji. Sadržaj najvećeg broja tribina su društveno-političke i kulturološke teme, a tek ih je neznatan broj posvećen kulturnoj politici i aktuelnim, kontroverznim pitanjima menadžmenta u kulturi.

Tribine imaju izuzetno značajnu funkciju vođenja javnog dijaloga u slobodnoj komunikaciji učesnika tribine (stručnjaka, političara itd.) i šire javnosti – publike, čime se utiče i na širenje kulturne javnosti i uspostavljanje određenih stavova unutar javnog mnjenja. To je posebno izraženo ukoliko tribine dobiju i svoj odjek u masovnim medijima – štampi, radio i TV programu (ili lokalnim sredstvima informisanja). Tribine organizuju, osim domova kulture (omladine itd.), i političke partije, nevladine organizacije, škole itd.

Savetovanje – razgovor se organizuje kada je potrebno prisustvo velikog dela kompetentne (stručne) javnosti, ali i svih onih koji su za dati problem zainteresovani. Stoga se, pored uvodničara, na razgovor poziva (posebnim pismom) i do stotinu stručnjaka, a i šira javnost, putem oglasa u masovnim medijima.

Savetovanje – razgovor je forma slična naučnom savetovanju, ali se od njega razlikuje po svom cilju: lobiranje, pritisak na donošenje određene odluke i sl. kao i po prisustvu javnosti i po težnji stručnjaka da ubeđuju, a ne da samo iznose svoje naučne i stručne rezultate. Savetovanja se najčešće organizuju u prepodnevним terminima, tako da mogu da traju tri-četiri časa (a u ređim slučajevima i čitav dan) kako bi većina pozvanih mogla da iznese svoje mišljenje o nekom problemu i kako bi se razgovor usmerio ka donošenju odgovarajućih zaključaka. Stoga voditelj razgovora ima i dodatnu dužnost da tokom izlaganja pojedinih učesnika prati njihove osnovne teze, ocenjuje stepen saglasnosti prisutnih sa njima i izdvoji one stavove za koje proceni da bi mogli biti opšteprihvatljivi kao zaključci savetovanja.

Sadržaji savetovanja najčešće su vezani za društvene i kulturološke probleme (razvoj pojedinih kulturnih delatnosti: izdavaštva, knjižarstva, kinematografije i sl., ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje i sl.), ali se mogu organizovati i povodom buduće kulturne ili društvene akcije (koju treba usmeriti u određenom pravcu) ili radi širenja interesovanja stručnjaka različitih profila za neko pitanje (zaštite čovekove sredine, spomenika kulture i sl.).

Najčešći organizatori razgovora – savetovanja kod nas su profesionalna umetnička udruženja, kulturni centri i nevladine organizacije (udruženja), čiji je cilj da o određenom problemu ili pojavi prikupe što više različitih mišljenja, te dobiju istovremeno i odjek šire kulturne javnosti, stvarajući tako pritisak na vlast da donese određeni zakon ili administrativnu meru.

Umetničke večeri su uobičajena forma difuzije kulture u domenu knjige, književnosti i muzičke umetnosti. Književne večeri su još u francuskim salonima XIX veka bile popularna forma predstavljanja umetnika i njihovih najnovijih, često još nepublikovanih dela. Danas se kao organizatori umetničkih večeri javljaju biblioteke, izdavači, knjižare, kulturni centri, škole.

Osnovni ciljevi umetničkih večeri jesu informacija (o novom delu i autoru) i animacija (buđenje interesovanja za datu umetničku oblast ili delo), ali kad su u pitanju filmske ili pozorišne večeri, onda je njihov cilj istovremeno, ili čak i pre svega: obrazovni. Stoga su i sadržaj (struktura) umetničkih večeri od medija

do medija različiti, iako imaju i neke zajedničke strukturalne komponente:

- više učesnika različitih profila u programu: umetnik, kritičar, izvođač;
- govor kritičara, uvodničara, predstavljača i sl;
- govor umetnika;
- „umetnička ilustracija“ – izvođenje segmenta umetničkog dela koje se predstavlja, ređe celog umetničkog dela (kad je u pitanju film) ili više različitih segmenata itd.;
- razgovor umetnika i kritičara sa publikom.

Kako je suština umetničke večeri animaciona, pozivaju se oni umetnici čije delo autor (urednik) večeri izuzetno ceni i smatra značajnim i onaj kritičar koji ima slično, pozitivno mišljenje o datom delu. (Ako bi bila u pitanju tribina povodom istog dela, onda bi obaveza urednika tribine bila da pozove kritičare koji imaju različita mišljenja i stavove.) Ta unapred data pozitivna vrednosna usmerenost najviše razlikuje umetničko veče od tribine, a razliku čini i „umetnička ilustracija“ (muzičko ili scensko izvođenje, čitanje ili filmski insert), koji tribine najčešće nemaju.

Promocije su marketinški oblik difuzije kulture, čiji je osnovni cilj plasiranje nekog dela u kulturnu javnost. Pored toga što se organizuju i drugi oblici reklame i propagande (oglasi u masovnim medijima, spotovi i džinglovi), promocije su izuzetno značajan vid propagande, bilo da je reč o promocijama koncertima (seriji koncerata), književnim ili umetničkim večerima (slušanje nove ploče). U drugim domenima umetničkog stvaralaštva, promocije se, po pravilu, ne organizuju, pre svega zato što neke umetnosti nemaju razvijenu instituciju sponzora (likovne umetnosti npr.), premda u svetu galerije organizuju, pored izložbi, i „promocije radova“ umetnika na „jednovečernjim“ izlaganjima.

Postoje dva osnovna oblika promocijnih aktivnosti:

- konferencije za novinare (u kojima učestvuju samo autori i izdavači ili producenti dela);
- umetničke promocijalne večeri (učestvuju autori, kritičari i izvođači koji predstavljaju segmente dela).

Po svojim karakteristikama umetničke promocijalne večeri su veoma slične umetničkim večerima, a razlikuje ih vreme održavanja (neposredno po pojavljivanju dela u javnosti), organizator (činjenica da je to izdavač ili producent, a ne „neutralna“ institucija kulturnog centra, znatno smanjuje „kredibilitet“ večeri u očima šire kulturne javnosti) i naglašeno pozitivno vrednovanje dela od strane umetničkih kritičara posebno angažovanih za tu priliku.

Manifestacije

U savremenom kulturnom životu tim pojmom označavaju se:

- velike ili značajne priredbe, predstave kulturnog, sportskog i drugog karaktera, koje javnosti prikazuju i popularišu određena dostignuća, uspehe, ostvarenja (smotra);
- svečani dočeci, pozdravi (masovnim izlascima na ulice), koji se obično priređuju državicima, vladarima itd.;
- povorke, mnoštvo ljudi koji na ulicama, skupovima javno demonstriraju, izražavaju podršku ili protest povodom određenih zbivanja i događaja ili u vezi sa određenom ličnošću.

Očigledno je, dakle, da postoje manifestacije političkog, religijskog, sportskog, kulturno-umetničkog i drugih sadržaja. Iako će se najveća pažnja pokloniti savremenim kulturno-umetničkim manifestacijama kao obliku difuzije kulture, potrebno je upoznati i oblike iz kojih su se razvile današnje manifestacije. Isto toliko su važne i one manifestacije u kojima su kulturno-umetnički programi tek dopunski deo glavnih programskih sadržaja, bilo da je reč o političkim, turističkim ili drugim, jer je i u njima mesto menadžera kulturnih delatnosti veoma značajno.

Manifestacije i proslave u tradicionalnim društvima:

- ciklične (sezonske), vezane za ceremonije smene godišnjih doba (posebno za dolazak proleća);

- agrarna slavlja (povodom poljskih radova – berbe, setve, žetve...);
- kalendarske ceremonije – verske svečanosti, procesije i sl., vezane za određene datume.

Sve te manifestacije postoje i danas, bilo kao modernizovane proslave uklopljene u turističku ponudu, bilo kao tradicionalne verske svečanosti.

Manifestacije i proslave u savremenim društvima:

- društveno-političke manifestacije i proslave vezane za istorijsko-političke događaje;
- istorijske manifestacije vezane za obeležavanje istorijskih događaja značajnih u procesu formiranja nacionalnog identiteta i nacionalne svesti: Sinjska alka, proslava 600 godina Kosovske bitke;
- kulturno-umetničke manifestacije – koje predstavljaju i vrednuju umetnički rad i rezultate u jednoj sredini;
- komercijalne manifestacije – turističke, industrijske (sajmovi mode), zanatske (revije frizura) itd.;
- sportske manifestacije – kros, sportski miting, univerzijada, olimpijada itd.;
- lokalne manifestacije i proslave, redovne i jubilarne, seoskih i gradskih zajednica;
- intrainstitucionalna slavlja, proslave pojedinih institucija (škola, preduzeća...);
- interpersonalna slavlja koja, iako najčešće nemaju javni karakter, predstavljaju karakterističan oblik druženja ljudi u savremenim društvima; mogu biti porodična, kolegijalna i prijateljska (svadbe, ispraćaji u vojsku, žurevi...).

Iako gotovo sve nabrojane manifestacije mogu imati, i najčešće imaju i umetnički sadržaj, najveću pažnju ćemo pokloniti samim kulturno-umetničkim manifestacijama, njihovim oblicima (tipovima), sadržaju i načinu organizovanja. Kako je osnovni cilj kulturno-umetničkih manifestacija *vrednovanje i prikazivanje umetničkih ostvarenja nastalih u određenoj sredini u određenom periodu*, to one imaju dvojaki smisao – smisao podsticanja razvo-

ja stvaralaštva (vrednovanjem) i njegove recepcije (popularisanjem manifestacije u najširoj javnosti). Stoga manifestacije najčešće imaju „svečarski karakter“, i time postaju zanimljive i onoj publici koja inače ne prati posebno tu oblast kulture i umetnosti. Pored toga, manifestacije imaju i stručni, studijski deo, u okviru kojeg se nastoji da se okupe istaknuti stručnjaci (kritičari i teoretičari) i stvaraoci iz date oblasti.

Kulturno-umetničke manifestacije mogu se klasifikovati i analizirati prema brojnim kriterijumima koji se odnose na program, ciljeve, obuhvaćena područja, vremenski period, učesnike itd. Osnovna podela manifestacija na različite oblike koji proističu iz njihovih ciljeva, obuhvata:

- festivale – takmičarskog karaktera;
- smotre – netakmičarskog, preglednog karaktera;
- sajmove – komercijalnog karaktera;
- proslave – jubileje, animacionog i svečarskog karaktera, na kojima se najčešće odaje priznanje, počast određenom događaju, pojavi ili osobi (*hommage*).

Navedene manifestacije mogu se organizovati u svim domenima umetnosti ponaosob (pozorišne, filmske, muzičke i književne manifestacije), a mogu biti i kompleksne (smotra Mermer i zvuci) i vezane za određene medije (radio i TV festivali i sajmovi itd.). Prema geografskoj odrednici, manifestacije mogu biti:

- međunarodne: svetske, evropske, mediteranske, skandinavske, balkanske itd.,
- državne/nacionalne,
- regionalne,
- opštinske,
- lokalne.

Prema učesnicima, manifestacije mogu biti profesionalne i amaterske. Amaterske manifestacije su pretežno na lokalnom, opštinskom i regionalnom nivou, dok se profesionalne, po pravilu, organizuju na nekom od međunarodnih ili na državnom/nacionalnom nivou. Međutim, postoje i svetski festivali amaterskih

pozorišta i filmskih ostvarenja, ali u mreži manifestacija oni su izuzetno malobrojni.

Prema ritmu ponavljanja, tj. prema vremenskom periodu u kome su nastala predstavljena umetnička dela, manifestacije možemo podeliti na godišnje, bijenalne, trijenalne i, ređe, četvorogodišnje (Praško kvadrijenale scenskog dizajna, pozorišne arhitekture i tehnologije), petogodišnje (Kasel, Dokumenta), desetogodišnje...

Festivali

Festivali i smotre su veoma značajni oblici difuzije kulture, budući da se stvaralaštvo na njima, pre svega, vrednuje: na smotrama samim izborom, a na festivalima i nagradama, čime se ostvaruje i uvid u umetničke domete jedne sredine u određenom periodu. Takođe, postoje i manifestacije koje su po svom obliku različite i od festivala i od smotri (zadržavajući komponente i jednih i drugih), jer ne samo što vrše izbor među ostvarenim umetničkim delima već imaju i sopstvenu produkciju (Festival u Avinjonu, Dubrovačke letnje igre, Budva Grad teatar, Belef...). Svojim svečarskim karakterom festival je privlačan i najširoj publici, te sam po sebi postaje izuzetan animacioni faktor. Stoga koncepcija festivala mora da poštuje izuzetno važne metodске principe, kako ne bi postao promašena kulturna investicija bez stvarnog kulturnog dometa.

Menadžment festivala/smotre obuhvata sedam faza.

I faza: festival ili smotra počinje izradom koncepcije – utvrđivanjem ciljeva i zadataka festivala/smotre. U skladu s koncepcijom, utvrđuju se bitni elementi: vreme održavanja (godišnje, bijenalno...); geopolitički karakter (međunarodni, državni, republički...) i sadržaji, tj. propozicije učešća. Izrada koncepcije podrazumeva prethodnu analizu svih postojećih sličnih manifestacionih oblika, kao i ukazivanje na umetnički i kulturni značaj i doprinos nove manifestacije (SWOT analiza, a zatim strateški plan).

II faza: izrada organizacionog modela festivala.

- utvrđivanje upravne strukture, izrada normativnih akata;
- utvrđivanje programskih modela: sadržaja glavnih i sporednih programa, trajanja, vremena i mesta odvijanja programa, tj. globalnog rasporeda i selektorskog zadatka;
- izrada akcionog plana (Gant-tabela, budžet, tim...);

III faza: izbor, selekcija programa, glavnih i sporednih; usvajanje selekcije; razrada koncepcije marketinga i PR-a;

IV faza: operativno oblikovanje festivala po danima i satima, ugovaranje uslova učešća.

Organizaciono-programska struktura festivala					
Glavni festivalski program	Sporedni festivalski program	Konferencije za novinare, tribine, razgovori	Naučno (stručno) savetovanje	Prateći program: izložbe, promocije	Posebni program, samo za učesnike – bez publike
I dan					
II dan					
III dan					
Raspored programa po satima i vremenu odvijanja (prostori dešavanja)					

V faza: marketinška akcija: oblikovanje informativnog materijala, oglašavanje i realizacija plana i programa odnosa s javnošću (*public relations*) – pozivi za učešće kritičarima, gostima, novinarima.

VI faza: odvijanje festivala: organizacija realizovanja pojedinih programa, pres-službe, dočeka, smeštaja i transporta učesnika itd.

VII faza: analiza i vrednovanje kulturnih dometa (impakt analiza), organizaciono-programskog modela i njegove efikasnosti, pojedinih problema; štampanje izveštaja, publikacija/autorizacija tekstova sa javnih diskusija, analiza pres-klipinga, pripre-

ma budućeg festivala preoblikovanjem koncepcije, promenama organizaciono-programskog modela i sl.

Ovo je gruba skica različitih faza organizovanja festivala, smotre, kao i manifestacija uopšte. Navedeni poslovi moraju se realizovati da bi festival ostvario postavljene ciljeve; najveću odgovornost snosi organizator manifestacije, koji mora znalački da postavi zadatak, da prati njegovu realizaciju, lično učestvuje u njoj i da na kraju analizira rezultat i sačini sintezu zaključaka.

Ekonomija muzičkog festivala

Muzički festival čini niz muzičkih priredbi koje se održavaju u određeno vreme i na određenom mestu i, po pravilu, imaju zajedničku temu, kao što je nacionalna muzika, savremena muzika, određeni instrument ili izvođenje dela nekog kompozitora. Muzički festival može, ali i ne mora da ima takmičarski karakter.

Broj muzičkih festivala iz godine u godinu raste. Njihov značaj i reputacija su različiti – od gradskih i regionalnih, preko nacionalnih, do međunarodnih muzičkih festivala. Samo u Evropi se – po skromnim procenama – godišnje održi oko 1500 – 2000 muzičkih festivala.

Interesovanje publike za festivale je veoma veliko, tako da tražnja (ponekad veoma skupih ulaznica) često uveliko prevazilazi ponudu. Tako je, na primer, zahteva za kupovinom ulaznica za Minhenski operni festival u proseku čak pet puta više od kapaciteta dvorane u kojoj se festival održava.

U ekonomskom ključu muzički festivali mogu se sagledati tako što će se analizirati najpre aspekt tražnje, a zatim i aspekt ponude i pokazati kako njihovo međudelovanje oblikuje celinu fenomena ekonomije muzičkih festivala.

Tražnja za festivalima

Osnivanje i porast broja festivala mogu se smatrati posledicom tržišne tražnje za njima. Odmah se može da postavi pitanje: koji su činioci porasta te tražnje?

To je, najpre, porast realnog raspoloživog dohotka stanovništva koji omogućuje da sve više novca bude usmereno na dokolicu i letovanja ispunjena kulturnim sadržajima. Isto tako, sve veći postotak stanovništva provodi godišnji odmor van stalnog mesta boravka i u to ulaže znatne novčane iznose. Transportni troškovi su opali – i apsolutno i relativno gledano – te sve veći broj turista može sebi da priušti letovanje u više mesta. Neka od njih su središta kulturnih događanja. Letovanje je svojevrsan „praznik potrošnje“, pa visoke cene ulaznica bivaju prihvatljive samo u okviru takve hiperkonzumentske orijentacije. Sa tim muzički festivali i računaju: veliki broj ih se održava tokom letnjih meseci i usmereni su upravo na zadovoljavanje kulturnih interesovanja turista usmerenih na potrošnju.

Pri tome se i raspoloživo slobodno vreme znatno povećalo – plaćeni godišnji odmor se proteže na pet ili šest nedelja. To znači da su, mereno količinom raspoloživog slobodnog vremena, festivali postali relativno vremenski ekonomičniji – jer se za njih troši sve manji deo ukupnog raspoloživog godišnjeg odmora. Time su šanse da se publika opredeli za festival (u odnosu na druge, možda atraktivnije oblike dokolice) povećane – jer raspolaže većom ukupnom količinom slobodnog vremena. Isto tako, većina festivalskih programa održava se uveče, tako da nema konkurencije sa dnevnim oblicima aktivne dokolice (plaža, sport, poseta muzejima...). Neki festivali imaju i posebnu ponudu koncerata u prepodnevnom, odnosno popodnevnom časovima, usmerenu na stariji segment populacije kojoj ne odgovaraju večernji koncerti.

Iz perspektive ekonomije vremena, muzički festival u odnosu na pojedinačne muzičke koncerte ima još jednu prednost. Ona je u tome što se festivalske karte prodaju u kompletu ili čak kao deo paketa koji je uključen u turistički aranžman. To veoma smanjuje ili sasvim eliminiše utrošak vremena neophodan za nabavljanje karata, što u slučaju pojedinačnih koncerata može da bude stavka koja nije zanemarljiva.

Koncerti umetničke muzike imaju prilično ograničenu publiku: to su, po pravilu, pripadnici visokoobrazovanih i boljestojećih društvenih slojeva. Ostala populacija oseća sociokulturnu barijeru izraženu u stavu „to nije za nas“! Kombinovanje letovanja i festivala snižava tu barijeru i tako otvara vrata novoj publici. To otvaranje odnosi se i na lokalnu publiku, onda kada se festival-

ske priredbe održavaju izvan (za visoku kulturu rezervisanih) „svetih“ prostora kulturnih institucija.

Tu su i dve grupe činilaca koje na indirektnan način podstiču tražnju za festivalima, zato što iz njihovog postojanja i održavanja crpu deo svojih zarada, odnosno političke moći i ugleda. Reč je, prvo, o muzičkoj industriji i sponzorima iz privrede i, drugo, o političarima.

Snimljena muzika u svim oblicima – ploče, kasete i CD – neodvojiv je deo kulturne industrije, koji iziskuje znatna ulaganja u marketing, ali i donosi odgovarajuće profite. Muzički festivali predstavljaju izvanrednu mogućnost za nastupe muzičkih zvezda pred veoma širokom publikom i uz znatan (uz to i besplatan) publicitet u medijima. Festivali – i to ne samo oni koji imaju takmičarski karakter – veoma su važni kao stepenik u afirmaciji budućih muzičkih veličina. Isto to važi i za sponzore koji ne pripadaju kulturnoj industriji: muzički festivali uspešnije reklamiraju njih i njihove proizvode nego redovna koncertna, odnosno operaska produkcija.

Političari, isto tako, imaju direktnu korist od festivala i stoga su zainteresovani za njihovo nastajanje i razvoj. Pored toga što im učešće u festivalskim odborima donosi imidž pokrovitelja umetnosti (iako, za razliku od privrednika, ne plaćaju iz sopstvenog džepa), oni dospevaju u centar medijske pažnje – i to naročito prilikom svečanog otvaranja i zatvaranja festivala.

Ponuda festivala

Koji su razlozi za utemeljenje i održavanje muzičkih festivala? Prvi je, sigurno, nastojanje da se prevaziđe učaurenost i zatvorenost kulturnih institucija kao što su opere i koncertne dvorane. Drugi je sadržan u činjenici da je ukupni odnos troškova/prihoda festivala – u poređenju sa delovanjem muzičkih kuća – znatno povoljniji. I najzad, treći razlog: zakonska regulativa određuje uslove angažovanja osoblja kulturnih institucija, ali se ne odnosi na festivale.

Veliki orkestri i operске kuće su u većini zemalja institucije od izuzetnog javnog interesa i najvećim delom ih finansira država. To ih čini prilično nefleksibilnim i zatvorenim za programske i marketinške inovacije. Muzički festivali su mnogo manje podlo-

žni takvim institucionalnim ograničenjima, a njihovi organizatori, stoga, u mnogo povoljnijoj situaciji kada žele da realizuju vlastite kreativne zamisli. Oni, sa jedne strane, moraju da plate tržišnu vrednost muzičkih superzvezda, angažujući ih za samo jedan ili nekoliko nastupa, ali to, sa druge strane, lako nadoknađuju većim auditorijumom i naročitim cenama ulaznica. Na drugoj strani, festivali često angažuju sasvim mlade, još neafirmisane umetnike. Njima je mogućnost javnog nastupa važnija od zarade, pa pristaju i na simbolične honorare.

Tako stečenu čistu zaradu festivali mogu da ulože u projekte koji su sami komercijalno neisplativi, ali imaju nesumnjive umetničke vrednosti. Takav je slučaj sa savremenom umetničkom muzikom i, pogotovo, sa savremenim operama kada se ide na **unakrsno dotiranje** (*cross subsidization*) na račun klasičnog repertoara.

Muzički festivali, po pravilu, koriste postojeću infrastrukturu (salu, opremu...) postojećih kulturnih institucija, jer se odvijaju tokom njihove uobičajene mrtve sezone. To je razlog što su direktori tih kulturnih institucija često u upravnim odborima festivala, a neretko i na njihovom čelu. Takva „personalna unija“ omogućuje smanjenje troškova festivala, s jedne strane, uz zadovoljenje interesa institucije koja je domaćin festivala, s druge strane. Isto tako, muzički festivali često koriste prostor drugih javnih institucija (univerziteta i crkava) i za to plaćaju daleko manje od tržišnih cena – reč je o neprofitno orijentisanim institucijama i nesumnjivom javnom interesu.

Tako muzički festivali, a to je slučaj i sa svim drugim takvim kulturnim manifestacijama, uspevaju, po pravilu, da uz manja ulaganja ostvare jednake finansijske i sociokulturne efekte kao i kulturne institucije koje su aktivne tokom čitave godine. Ili, drugačije rečeno, da sa istim ulaganjima ostvare veće odgovarajuće efekte.

Istraživanja koja su Frej i O'Hagen izveli analizirajući jedan broj uspešnih muzičkih festivala pokazuju da postoji svojevrsan **životni ciklus festivala**. Evropske države, naime, žele da, po svaku cenu, budu patroni uspešnih kulturnih inicijativa i spremne su da za to izdvoje odgovarajuća sredstva, tako da one, ranije ili kasnije, postaju plen oficijelne kulturne politike. Rezultat državne intervencije je manje-više isti: birokratizacija upravljanja i

gubitak programske inicijative festivala kao direktna posledica budžetskog dotiranja. To, paradoksalno, vodi stvaranju alternativnog festivala u istom ili drugom gradu, čime započinje životni ciklus novog festivala.

Sajmovi

Sajam je za razliku od bazara (prodavnice ili robne kuće) povremeno trgovište na kome se susreću prodavci-izlagači i kupci-posetioци. Sajam se održava u redovnim intervalima na istom mestu i u isto doba godine. Traje više dana ili čak nedelja. Istorijski gledano, sajmovi nastaju na ukrštanju trgovačkih puteva ili na mestima koja su već centri religijskog hodočašća.

Na sajmovima se izlaže roba, pokazuju umeća, razmenjuju ideje i ugovaraju poslovi. Sajmovi se dele na opšte (trgovačke) i specijalizovane (hemije, elektronike, mode, knjiga i sl.).

Prvi redovni sajmovi u evropskom prostoru nastaju u rimskoj imperiji i šire se na zapadnu Evropu, Balkan i Malu Aziju onako kako se širi rimska država. Sa raspadom Rimskog carstva sajmovi iščezavaju, da bi se posle oko dva veka (u VII veku) ponovo javili. Čuveni su sajmovi u Kelnu (Nemačka),* Sen Deniju (Francuska), Ženevi (Švajcarska). I van zapadne Evrope postoje čuveni sajmovi: onaj u Nižnjem Novgorodu postojao je već u XII veku. Zanimljivo je da je sovjetska vlast 1930. ukinula dekretom svih do tada postojećih 17.500 sajмова u SSSR-u jer se nisu uklapali u plansku privredu i sistem petogodišnjih planova.

Sajmišta su prostori (otvoreni ili zatvoreni) na kojima se tokom godine održavaju različiti sajmovi u skladu sa sajamskim kalendarom. Ne kaže se slučajno sajamska priredba – spektakl. Jer, sajam tokom jednog perioda i na jednom mestu fokusira pažnju javnosti na određenu robu.

U oblasti kulture najpoznatiji su sajmovi knjiga, muzički sajmovi (sajmovi diskografske industrije), likovni sajmovi (to su

* www.art-fair.de – Međunarodni sajam savremene umetnosti, Keln.

sajmovi velikih galerija, a ne umetnika), pozorišno-baletski sajmovi i sajmovi filmske, zatim radio i TV produkcije. (Filmski sajmovi se često organizuju uz filmske festivale, ali predstavlja ju posebne manifestacije.) Kod nas sajam kao oblik marketinškog delovanja ima značaja samo u onim domenima kulture koji izuzetno zavise od tržišta i u kojima postoje jake proizvodne institucije. Izdavačke kuće, radio i televizija, filmske producerske kuće moraju da ulažu u sajmove da bi obezbedili komercijalni uspeh svojih proizvoda i time stvorili sebi uslove za nastavak rada i ulaganja u nove projekte. Stoga svoje učešće na sajmovima planiraju unapred, nastojeći da mu prilagode i proces rada (najveći broj knjiga odštampa se upravo pred sajam knjiga).

Troškovi učešća na sajmovima, iako izuzetno veliki, kalkulišu se u sklopu opštih troškova propagande, a organizator sajma je zainteresovan da obezbedi da se učesnicima sajma ovi troškovi isplate kako bi se osiguralo njihovo učešće i ubuduće. Stoga organizator sajma nastoji da animira stručnu javnost, novinare i najširu publiku i svojim rezultatom smatra dobru prodaju i uspešne ugovore zaključene na sajmu.

Sajam knjiga

Prvi sajmovi knjiga počinju da se održavaju tridesetih godina XX veka u vreme velike ekonomske krize kao pokušaj izdavača da poboljšaju prodaju knjiga. U Velikoj Britaniji nedeljnik *Sunday Times* počinje od 1933. da organizuje godišnju Izložbu knjiga, dok je u Nemačkoj u Lajpcigu održavan sličan sajam. Posle Drugog svetskog rata sajam knjiga se seli u Frankfurt i postaje najveći sajam te vrste u svetu. Za razliku od Frankfurtskog sajma knjiga koji okuplja uglavnom izdavače i trgovce knjigama, u Beogradu se svake jeseni održava Međunarodni sajam knjiga* koji je otvoren za najširu publiku.

Izdavaštvo je jedna od privrednih grana koju u većini čine mala preduzeća što sajmove knjiga čini još važnijim kao berzu

* www.beogradskisajamknjiga.com.

informacija o razuđenom, plurifikovanom tržištu. Tu knjižari saznaju šta su izdavači objavili, a izdavači susreću štampare i traže najpovoljnije uslove za štampu. Najzad, tu čitaoci na jednom mestu vide čitavu novu izdavačku produkciju.

Kulturna akcija

Veliki broj projekata nevladinih organizacija i udruženja građana koristi kulturnu akciju kao formu. U kulturnoj politici to je jedna od najmanje korišćenih formi aktivnog delovanja i njome se označava institucionalna, društveno vođena animaciona akcija šireg značaja, recimo opismenjavanje, integracija određene grupe u društveni i kulturni život zajednice itd.

Da bi kulturna akcija u bilo kom domenu opravdala svoje ime, ona mora biti kompleksna, a to znači da uključuje u sebe mnoge oblike elementarne difuzije kulture. Stoga bi se, na primer, u akciji opismenjavanja stanovništva, pored tečajeva morale koristiti i filmske projekcije, predstave, izložbe itd., da bi se moglo šire uticati na razvoj kulturnih potreba i interesovanja, jer će se samo tako postići stvarni efekti u akciji opismenjavanja. (Ukoliko ne dođe do stvarnog razvoja kulturnih potreba, kasno opismenjen čovek ubrzo će ponovo postati nepismen.)

Uspeh kulturne akcije zavisi od tri osnovna segmenta:

- istraživačko-analitičkog, u kome bi se sagledala postojeća situacija;
- projektno-modelskog, tj. strukturisanja adekvatnijih teorijskih modela organizovanja i animacije;
- operativnog plana realizacije.

Kulturna akcija koristi se svim formama difuzije kulture, ali istovremeno pretpostavlja i uključivanje različitih grupa stanovništva, organizacija, institucija i udruženja građana. Cilj akcije je da se interesovanje zajednice probudi i usmeri ka određenom fenomenu, te da se pokrenu oni čije bi delovanje moglo dati dopri-

KULTURNA AKCIJA

RAFAEL – AKCIONI PROGRAM EVROPSKE UNIJE U OBLASTI KULTURNE BAŠTINE

Cilj ove kulturne akcije koja se odvija u razdoblju 1995–2000. jeste da doprinese jedinstvu među narodima Evrope i procvatu kulture zemalja članica uz uvažavanje njihove nacionalne i regionalne raznolikosti i isticanje zajedničke kulturne baštine.

Akcioni program Rafael obuhvata pet oblasti:

- razvoj i unapređenje evropske kulturne baštine
- uspostavljanje *networkinga* i partnerstva
- olakšavanje pristupa baštini
- inovacije, usavršavanje i veću profesionalnu pokretljivost
- saradnju sa trećim zemljama i međunarodnim organizacijama.

Kulturne akcije u okviru Rafael programa se finansiraju tako da učešće Evropske unije ne prelazi 50% ukupnih troškova, uz moguću izuzetku koji moraju biti posebno dokumentovani.

Posebna pažnja pridaje se povezivanju Rafaela sa drugim akcionim programima Evropske unije u oblasti kulture, obrazovanja, nauke i turizma.

Tokom realizacije su se u ovaj akcioni program – pored 15 zemalja članica EU – uključile i mnoge druge zemlje. O tome govori i to da je u aprilu 2000. na Internetu bilo čak 2.058 vebajtova koji su povezani sa programom Rafael.*

nos promeni ili poboljšanju situacije. Kulturne akcije mogu biti usmerene ka širim društvenim problemima; takve su akcije opi-

* http://ec.europa.eu/culture/eac/culture2000/historique/raphael_en.htm.

smenjavanja, urbane kulture, integracije određenih etničkih grupa u društveni i kulturni život sredine (Roma, radnika migranata...), ili se mogu odnositi na uža kulturološka pitanja: primenu kompjutera u kulturi, razvoj amaterizma, zaštitu spomenika kulture, obeležavanje neopravdano zanemarenog događaja i znamenitih ličnosti. Akcije se organizuju povodom svih onih pitanja koja zajednica oseća kao bitna ili ih, obrnuto, nedovoljno opaža i premalo čini za njihovo rešavanje, što utiče na opšti kvalitet života u toj sredini.

ANIMACIONI PROJEKTI

3

Savremena društva imaju razvijenu institucionalnu osnovu u kulturi. Brojni umetnici, umetnička udruženja, grupe i institucije nude svoje programe koji su formalno svima dostupni, ali u kulturnoj javnosti učestvuje, u svojstvu publike, mali deo ljudi, a stvaraoci programa su, po pravilu, samo profesionalni umetnici.

Stoga je animacija postala neophodan oblik posredovanja (medijacije) između ljudi i umetnosti, oblik delovanja među tradicionalnom nepublikom, akcija koja ima „relacijsko svojstvo“, jer predstavlja ukupnost delovanja „kojima se uspostavlja živ odnos između primaoca i kulturnih aktivnosti“ (Mišel Simono).

Stoga se animator u radu mora koristiti znanjima (kulturološkim, sociološkim, psihološkim), ali mora imati i određene pedagoške i umetničke sposobnosti i senzibilitet da bi uzdrmao, uzbudio, podstakao intelektualne i emotivne potencijale ljudi i usmerio ih ka stvaralaštvu (u najširem smislu te reči), tako da se ukloni prepreka koja odvaja našu svakodnevicu od sveta umetnosti.

Sadržaj i suština animacione delatnosti

Sažeto, delatnost animacije u oblasti kulture definisaćemo kao:

- oslobađanje mogućnosti svakog čoveka u cilju slobodnog i stvaralačkog izražavanja sopstvene ličnosti putem umetnosti, nauke, proizvodnog ili društvenog rada itd.;

- podsticanje i omogućavanje prihvatanja kulturnih (umetničkih, naučnih i drugih) ostvarenja i vrednosti, svoje i prethodnih generacija, njihovo razumevanje, uživanje u njima; naravno, i vrednosti sopstvene, nacionalne kulture i vrednosti drugih kultura i civilizacija koje čine zajedničku kulturnu baštinu čovečanstva;
- suočavanje čoveka sa problemima savremenog društva u kome živi i razvijanje svesti o potrebi kritičkog mišljenja i odlučivanja u svim oblastima društvenog života, te potrebi učešća – aktivnog i stvaralačkog – u društvenom i kulturnom životu zajednice.

Udaljavanje umetnika i od sopstvenog dela i od publike, koje se povećava tokom istorije civilizacije, stvorilo je od umetnika mitsku ličnost, a umetnički rad bivao je mistifikovan, nepoznat i stran širem krugu ljudi. Stoga se i razvio koncept animacije kao kreativnog posredništva za razliku od menadžerskog, tržišnog posredništva kome je prodaja, tj. komercijalni rezultat, osnovni cilj. Koncept animacije podrazumeva kompleksnu organizaciju i vođenje kulturne akcije prilikom prikazivanja svakog programa – izložbe, koncerta, pozorišne predstave itd., bilo da je reč o redovnoj delatnosti odgovarajućih institucija kulture, ili o povremenim i specijalnim programima i manifestacijama. Tako, recimo, pozorišnu predstavu prati veliki broj dodatnih akcija: izložbe (o autoru ili pozorištu koje izvodi predstavu i sl.); filmovi (o periodu na koji se radnja odnosi, filmovane verzije dramskog teksta, biografski ili dokumentarni film o autoru, pozorištu i sl.); slajd i zvučna projekcija, informativni materijal – program i plakat predstave, razgovori posle predstave itd. Time se pred animaciju kao obrazovno-kulturnu aktivnost postavlja zahtev za razvijanje potrebe za produbljevanje znanja i razvijanje senzibiliteta, a manje za proširivanje obima znanja i sticanje erudicije (u šta lako može da se pretvori nestručno vođena animatorska akcija i time, kao edukativni program, počne da odbija umesto da privlači potencijalnu publiku).

S druge strane, proučavanjem animacije u kulturnoj funkciji uočava se da su njeni najveći rezultati i značaj upravo na planu samoobrazovanja, jer se animaciona delatnost ne iscrpljuje sama

u sebi, već predstavlja podsticaj ka samoobrazovanju, stalnom usavršavanju i sticanju znanja.

Rad s publikom (a animacija je upravo jedan od najpogodnijih oblika) gotovo da ne postoji u tradicionalnim institucijama kulture čiji je cilj zadovoljavanje postojećih, izraženih kulturnih potreba kod već formirane kulturne publike. Ako i postoje neki oblici, onda se najčešće radi o edukativnim programima namenjenim deci i omladini. Ali savremeni „rad sa publikom“ ne bi smeo da podrazumeva didaktičan „školski odnos“ prema publici, već najraznovrsnije sadržaje i metode koji će omogućiti svima koji čine publiku jednog programa, a posebno onima koji su prvi put u dodiru sa programom i prvi put se sreću sa umetničkim delom, da vežu svoja interesovanja, da ih probude, da ih, postavši stalna publika, nadalje i sami razvijaju, bilo u institucijama kulture, bilo samostalno.

U bliskoj vezi sa prethodnom je i sledeća funkcija animacije – razvijanje komunikacije, socijabilnosti. Engleski sinonim izraza sociokulturna animacija najčešće glasi *socio-cultural community development*, čime se ističe više društveno-razvojni aspekt animacione delatnosti – kao pojma kulture u širem, antropološkom smislu (usmeren društvenom progresu), no sam kulturno-umetnički razvoj (pojam kulture u užem smislu). Prekinuta ili neustavljena komunikacija u lokalnim zajednicama, uslovljena novim načinima urbanog života (grupisanjem ljudi u naseljima – spavaonicama usled zonskog raščlanjavanja gradskog prostora na radno-industrijski, poslovni, tržišno-kulturni, rekreacioni i stambeni deo), nastoji da se ponovo uspostavi preko raznovrsnih oblika animacionih aktivnosti, koje počivaju na stvaranju grupe, kao preduslovu za dalji rad. Lokalna društvena i kulturna udruženja građana, čiji broj i značaj raste i u Evropi i Americi, čine neophodnu institucionalnu osnovu; unutar njih se razvija mogućnost stvaranja interesnih grupa zainteresovanih za realizovanje programa značajnih za život grupe, ali i život zajednice u kojoj grupa ili udruženje u celini deluje. Vrlo često ova udruženja građana imaju sedište upravo pri institucijama kulture, čija se nastojanja ne iscrpljuju u formiranju grupa publike koje će učestvovati u vrednovanju realizovanog programa, već obuhvataju i uticaj, i na buduću programsku politiku, pa čak i samostalno ostvarivanje programa značajnih za lokalni kulturni život.

Projekt proslave-karnevala: *Sećanje jednog grada*

U ovakvim projektima, veoma čestim u manjim gradovima Zapadne Evrope, učestvuju sve starosne i socioprofesionalne kategorije stanovnika, ovoga puta grupisane prema svojim interesovanjima, kulturnim i stvaralačkim potrebama i mogućnostima. Svaka grupa učestvuje potpuno samostalno i slobodno u stvaranju jednog segmenta programa čija je okosnica najčešće određena tema, realizovana posredstvom jednog od umetničkih medija.

Cilj projekata je višestruk: stvaranje kohezije na nivou grada/sela, osećanja kolektivnog identiteta; istraživanje istorijske prošlosti i ostvarenih kulturnih vrednosti animiranjem ljudi za drugačije proučavanje društva, društvenih i istorijskih prilika – pre svega kroz istoriju života pojedinaca i u okviru ljudske svakodnevice, a ne političkih događaja; zatim za animiranje ljudi za bavljenje određenim oblikom umetničkog stvaralaštva i za pokušaje iskazivanja u umetničkom radu.

Projekt *Sećanje jednog grada* obuhvatio je sledeće segmente:

Istraživanje istorije naselja i ljudske svakodnevice s kraja XIX i početkom XX veka korišćenjem arhive, literature, a posebno intervjuisanjem najstarijih stanovnika. Iz tog istraživanja izdvojile su se grupe koje su pripremile:

- a) dokumentarno-kulturološku izložbu (ekspoziciju i dokumente);
- b) nekoliko pozorišnih predstava sa različitim temama:
 - život žene,
 - nastajanje fabrike (rušenje ruralnog i gradnja industrijskog),
 - lokalna narodna legenda, kao lutkarska igra za decu;
- c) izvođenje narodne, tradicionalne muzike;
- d) karnevalsko događanje – izrada koncepta karnevala; proslave, animiranje pojedinih grupa koje će se maskirati prema određenim ključnim događajima – priprema za učesnike čitavog stanovništva.

Faze procesa animacije

Osobenost animacije kao metoda rada, u odnosu na uobičajeni način delovanja u kulturi, najbolje se sagledava iz analize procesa rada. Iako oblici animacionog projekta mogu da budu veoma različiti, ipak sam proces animacije po pravilu ima četiri faze:

- proces otkrivanja problema (sociokulturološko istraživanje);
- proces stvaranja grupe, uspostavljanja komunikacije;
- stvaralački proces (rad na jednom kolektivnom ostvarenju);
- dalji život ostvarenja – animacija putem tog dela.

To bi značilo sledeće:

1. Animatori uočavaju jedan društveni problem, bilo da se tiče njih lično, društvene grupe kojoj pripadaju ili sredine u kojoj žive; recimo, nepovoljan položaj seoske ili nezaposlene žene, nepismenost odraslih itd. Potom vrše malo istraživanje sredine, kojim prikupljaju podatke o realnom postojanju toga problema i njegovim mogućim posledicama.
2. Opredelivši se konačno za temu, pokušavaju da oforme grupu zainteresovanih za rešavanje tog problema, pre svega onih koji su njime neposredno pogođeni. Ukoliko se opredeli za temu *Nepovoljni položaj seoske žene*, grupa će biti sastavljena od žena zainteresovanih za promenu sopstvenog položaja, koje će svoj rad početi međusobnim upoznavanjem i razgovorom o svojim iskustvima i doživljaju neravnopravnosti, a animatori samo usmeravaju dijalog grupe u pravcu postepenog saznanja da je akcija neophodna. Ova faza rada dovodi, znači, do kristalizacije ideje, njene preciznije formulacije i sl.
3. Uočivši u prethodnoj fazi grupnog rada mogućnosti grupe i pojedinaca u njoj (posebno afinitete prema određenim umetničkim medijima), animatori zatim iniciraju stvaranje umetničkog projekta, u toku čije realizacije će same učesnice da preciziraju svoje stavove, da ih razvijaju u zajedničkom radu, da bi kao rezultat njihovog rada nastalo jedno umetničko ostvarenje – predstava, roman, film, video, izložba, fanzin i sl.
4. Poslednju fazu procesa animacije predstavljao bi dalji život tog dela, predstave itd. u mestu gde je nastalo i okolini, tj. u

sredinama u kojima, pretpostavlja se, postoje slični problemi, uz stalno preispitivanje stavova, provociranje publike – tj. onih sa kojima se svakodnevno živi, radi, druži. Tako je moguće razvijati i usmeravati svest što većeg broja ljudi zainteresovanih za probleme koje obrađuje umetničko ostvarenje i, s druge strane, pokazati im da je moguće da i sami nešto stvore, da prevaziđu sebe kao ličnosti koje prihvataju svoj nepovoljni položaj ne pokušavajući ništa da promene u sredini i svetu u kojem žive. Svest i iskustvo promišljanja problema i zajedničkog traganja za mogućnostima njegovog prevazilaženja putem kolektivnog umetničkog rada, stvorice uslove za mogući drugačiji način života – u kome će pronađeni identitet pojedinca i grupe teško moći da bude ponovo izgubljen.

Oblici kulturne animacije

U skladu sa brojnim raznovrsnim zadacima i ciljevima animacione akcije, menadžer kulture i animator projektuju i primenjuju određeni, ciljevima najprimereniji i najpogodniji, oblik animacije. Tako razlikujemo sledeće oblike kulturne animacije:

1. Animacija – priprema, preanimacija

Često se misli da je animacija – priprema, tj. stvaranje publike za umetničke programe ili animiranje ljudi za uključivanje u rad kulturno-umetničkog društva i sl. Stoga se danas u svetu mnoge institucije kulture, posebno pozorišta, muzeji, arhive i biblioteke bave i animacijom, pored svoje osnovne delatnosti, izlazeći van svojih prostora, među nepubliku. Animacija se tada vrši u radionicama, projekcijom dijapozitiva, filmova, crtanjem i objavljivanjem stripova, plakata i slično. Ovaj oblik animacije ima za cilj da stvori novu publiku, informacijom, buđenjem interesovanja za određeno umetničko delo ili rad određene institucije, posebno aktivnostima koje prethode gledanju dela, popularišu ga, ali nisu nužno sa njim povezane. Ako je u pitanju sama animaciona akcija, preanimacija ima za cilj da u jednoj sredini stvori raspoloženje za uključivanje u animacioni projekt koji organizuje i vodi gru-

pa animatora. Preanimacija se često meša sa marketinškom delatnošću, pre svega zato što su dobre marketinške službe velikih institucija kulture počele izuzetno mnogo da se koriste animacijom u svom radu. Ali osnovna razlika, tj. kvalitet preanimacione akcije, jeste u senzibilizaciji, odnosno razvijanju osećanja sklonosti prema određenoj umetnosti ili određenom delu kod ljudi, dok klasična propagandna akcija, pre svega, daje informaciju i deluje na već formiranu publiku.

2. Edukativna animacija

Jedan od osnovnih problema sa kojima se suočavaju kulturni radnici u praksi jeste nedovoljno znanje potencijalnih gledalaca ili učesnika neke kulturne akcije ili programa. Nedovoljnost pret hodnog znanja pretvara ljude u pasivnu publiku koja se izjašnjava da „ne razume“ i „ne shvata“ predstavu, film ili likovno delo, posebno kad je reč o novim tendencijama u savremenoj umetnosti. Činjenica je da čovek koji ne poznaje jezik neke umetnosti najčešće ne može ni da komunicira sa umetničkim delom koje joj pripada, bez obzira na trud koji menadžer nekog kulturnog centra ili druge ustanove kulture uloži da bi do tog kontakta došlo, i bez obzira na moguću veliku komunikativnost samog dela. Zbog toga je neophodno u radu sa publikom i nepublikom u jednoj sredini organizovati takve oblike animacije kojima se učesnik programa uvodi u problematiku dela i istovremeno upoznaje tehnike umetničkog stvaranja i izražavanja, uči kodove i simbole različitih medija, uslovnosti itd. (Recimo, mogućnosti simboličkog predstavljanja hronoloških dimenzija u filmskoj ili pozorišnoj umetnosti itd.) Takođe, u ovaj oblik animacije spadaju i tečajevi/radionice umetničkog obrazovanja, namenjeni ne samo budućim amaterima već i onima koji su ljubitelji ili žele to da budu; ili edukativna predavanja u ciklusima ili uz izložbe, predstave, filmove... Tako postojeći kulturno-umetnički program može da se iskoristi da bi se posetioci upoznali i sa pojedinim umetničkim medijima, ali i sa nekim pitanjima društvenog života: urbanim planiranjem, ravnopravnošću polova, socijalnom pravdom, istorijskim događajima, pitanjima porodičnih odnosa, obrazovanja i drugim oblastima.

3. Stvaralačka animacija

Ne samo što se animacijom nastoji da se uspostavi interesovanje ljudi za umetnost, već se i sam umetnički rad koristi kao sredstvo animiranja ljudi za prihvatanje novih estetskih i kulturnih vrednosti. Zato se realizuju kolektivni umetnički projekti ili radionice, u okviru kojih je uloga animatora samo uspostavljanje koordinacije, grupne kohezije, a u manjoj meri i rukovođenje, i to više u smislu pružanja neophodnih tehničkih i stručnih znanja za realizaciju projekta nego režiranja, davanja nacрта i sl. učesnicima, koji su u tom slučaju puki izvođači. Tako određena grana umetnosti može da bude samo „kanal“ (Abraham Mol) prenošenja poruka, radi animiranja stanovništva za učešće u određenim kulturnim procesima ili akcijama, a veoma često animacioni projekt obuhvata veliki broj oblika stvaralačke animacije, tako da se učesnici uključuju u stvaralački rad prema svojim sposobnostima i interesovanjima.

4. Svečarska animacija (animacija-proslava)

Najčešće animacioni projekt ima kao svoj krajnji cilj organizovanje velike proslave, koja je, sama po sebi, izuzetno pogodna za animiranje što većeg broja stanovnika jedne sredine, ili radnika nekog preduzeća, ili učenika da učestvuju u njenoj pripremi i izvođenju. U tu svrhu koristi se otvoreni prostor – trga, parka, rečne obale ili gradskih ulica jer se time omogućuje uključivanje i ostalih ljudi, onih koji nisu učestvovali u pripremi. Događaji poput proslave *Sećanje jednog grada*, o kojoj smo već govorili, ili karneval, izlet, muzička zabava i sl., izrazito su zabavnog karaktera, premda u sebi mogu da sadrže i izuzetne edukativne i umetničke programe.

Lanac animacije

Preanimacija, edukativna animacija, stvaralačka animacija i svečarska animacija, ta četiri oblika animacione delatnosti, mogu i trebalo bi da predstavljaju jedan sistem, posebno kad je reč o permanentnoj i dugoročnoj animaciji, koja jedino ima smisla i može da ostvari rezultate u određenoj sredini.

Polazeći od preanimacije, preko edukativne animacije, kod ljudi se najpre budi interesovanje za bavljenje umetničkim radom, za uključivanje u animacioni projekt koji se organizuje; zatim im se pružaju neophodna znanja, a preko stvaralačke animacije direktno učestvuju u njegovom realizovanju, spoznajući, možda prvi put, svoje stvaralačke sposobnosti i mogućnosti.

Rezultat svog rada prikazuju u okviru nekog događaja – proslave, koja omogućuje novo okupljanje i širenje kruga zainteresovanih, dalje produbljevanje animacionih, ali i drugih kulturnih programa, stvaranje novih udruženja građana, klubova ili nevladinih organizacija, u kojima bi se nova interesovanja mogla zadovoljavati. Na primer, u školi bi nakon ovako organizovanog animacionog projekta sledili novi oblici okupljanja, u sasvim novim i drugačijim „sekcijama“: džez-klubu i rok-klubu, umesto (ili i pored) muzičke sekcije i hora; redakciji fanzina, klubu za društvena ili istorijska istraživanja lokalne sredine, stvaralačkim radionicama...

Vrste animacionih projekata

Novе umetničke grupe i popularni mediji komunikacije, posebno video, strip, kompjuterska umetnost itd., izuzetno su pogodna sredstva u sklopu realizovanja animacionih projekata. Kako još uvek nisu institucionalno ustanovljeni, novi mediji su „demokratičniji“, manje selektivni i ne zahtevaju prethodno veliko stručno obrazovanje.

Učešće publike u stvaranju umetničkih dela predstavlja jedan od oblika umetničke animacije, koji danas ima sasvim novi značaj i kvalitet, budući da umetnici nastoje da obezbede aktivno doživljavanje procesa svoga rada i rezultata svoga rada (umetničkog dela). Tako se stvara novi odnos umetnika i publike, između kojih više ne posreduje završeno umetničko delo, već sam proces umetničkog stvaralaštva. Umetnik postaje inovator, istraživač, kako u sferi umetnosti, tako i u sferi društvenih odnosa, a gledalac prestaje da bude pasivni posmatrač ili aktivni „doživljalac“, već takođe postaje stvaralac i učesnik u procesu nastanka umetničkog dela. Pozorište animacije tako uspeva da ostvari kontakt sa publikom još za vreme rada na predstavi, angažujući stanovnike odre-

đene sredine da i sami učestvuju u predstavi, bilo kao glumci – istraživači ili kao oni koji rade scenografiju, kostim i sl. Svi će oni davati svoj doprinos još tokom rada na tekstu – na osnovnom zapeletu, razrađivanju problema ili specifičnostima u govoru i sl., demonstrirajući situacije iz sopstvenog iskustva.

Pokret *Street-art* u oblasti likovnog izražavanja nastoji da stanovništvo veže za samu ideju rada na muralu ili mozaiku u sopstvenoj sredini, te da omogućiti najkreativnijima i najtalentovanijima da se neposredno priključe umetnicima i da oslikaju i urede sve prazne i mrtve prostore urbane sredine.

Animacioni projekti mogu se razlikovati i prema osobama kojima su namenjeni i tada najčešće mogu biti:

- a) projekti usmereni ka svim stanovnicima lokalne zajednice – totalna animacija;
- b) projekti namenjeni određenim starosnim grupama; tada se najčešće organizuju:
 - dečiji projekti,
 - omladinski projekti i
 - projekti namenjeni „trećem dobu“ – starima;
- c) projekti namenjeni određenim društvenim grupama, najčešće marginalnim: domaćicama, nezaposlenima, radnicima iz drugih sredina/zemalja, kao i invalidima, hendikepiranima itd.;
- d) projekti namenjeni određenim etničkim grupama radi očuvanja njihovog kulturnog identiteta (Romi, Vlasi itd.).

Po trajanju, animacija može biti kratkoročna (jedan projekt u jednoj sredini) i dugoročna. Istraživanja pokazuju da pravi efekti nastaju samo tamo gde je animacija deo permanentne društvene akcije, pa se u mnogim zemljama sveta čini sve da, recimo, umetnici borave u malim lokalnim zajednicama ili školama duže vreme (bar godinu dana), a sredstva za to obezbeđuju vlade, a ne škole ili lokalne zajednice. (Projekt *Artist in Residence** u Veli-

* www.artistinresidence.org.

koj Britaniji ili SAD, Umetnost u obrazovanju (pozorište, film i sl.) u većem broju zemalja Zapadne Evrope.)*

Ipak, najveći broj animacionih aktivnosti čine projekti „kratkog daha“, koji u određenom trenutku znače mnogo za sredinu ili instituciju u kojoj se dešavaju, ali godinu-dve posle njihovog završetka najčešće od njih ne ostaje mnogo traga u kulturnom životu zajednice.

Animacija i igra

Socio-kulturna animacija se veoma mnogo oslanja na teoriju igre Rože Kajoa i Johana Hojzinge. Polazeći od premise da je savremeni čovek sve više *homo faber* a sve manje *homo ludens*, medijatori kulture nastoje da uključe igru u različite oblike animacionog i edukativnog rada sa publikom. Umetnost i umetnički rad se umnogome i zasnivaju na igri (pozorišna umetnost na igrama prerusavanja, recimo), ali u predstavljanju umetničkih dela javnosti (koje se sve više posreduje kroz industriju kulture i zabave, kroz institucionalno organizovanje), ta komponenta igre biva sve više otuđena od umetničkog doživljaja.

Kako po Rože Kajou postoje četiri tipa igre:

- agon, takmičarska igra
- alea, igra na sreću
- mimikri, igra prerusavanja
- ilinks, igra zanosa

to medijatori i animatori kulture nastoje da u svoj rad uključe različite oblike igara. Tako se nagradne igre (kao igre na sreću), lutrije i tombole uključuju u različite aktivnosti marketinga (posebno kod institucija kulture kod kojih postoje godišnji abonmani), a igre otkrivanja i znanja (kvizovi), kao takmičarske igre postaju deo edukativnih programa muzeja, ali se mogu sresti i u programima kulturnog turizma, koji često koristi i igre zanosa (plesne večeri, rituali poput proslave Dana dugodnevice za skandinavske turiste), ali i igre prerusavanja (karnevali, bal pod ma-

* www.drama-education.com/site/.

skama, izvođenje scene „Pirama i Tizbe“ iz Šekspirovog *Sna letnje noći* itd.).

Metod animacije

Animaciona akcija može biti jednostavne i složene forme – od malog „događaja“ do spektakla – predstave namenjene velikom broju ljudi. U zavisnosti od samog oblika animacije i programa njegovog realizovanja, određiće se i metod realizacije, koji može biti:

- paternalistički (u okviru koga se animator postavlja kao rukovodilac, savetodavac, nosilac pravih rešenja). Ovaj oblik animacije čest je u slučajevima kada je animator istovremeno umetnik i neko ko u svojoj umetničkoj oblasti nastoji da radi sa grupom (primer: Boalovo Nevidljivo pozorište);
- direktivni (u okviru koga animator i dalje ostaje osnovni činilac koji usmerava rad grupe, ali ne dominira i ne nameće rešenja); ova metoda se najčešće primenjuje u radu sa decom;
- učesnički (koji omogućuje ravnopravnu saradnju svih članova grupe, njihovo potpuno slobodno izražavanje). Ovde je animator samo koordinator (ili administrator grupe), jedan od članova grupe. Učesničku animaciju moguće je primeniti onda kada već postoji čvršća grupna kohezija, kada se svi učesnici međusobno poznaju i imaju iza sebe određeno iskustvo u animacionim projektima.

Stvaralačke radionice

U teoriji kulturne animacije postoje mnogi prilazi radioničkom radu i njegovom značaju, ali su do sada izostale klasifikacije modela radionica prema njihovim ciljevima, načinu i sadržaju rada.

Međutim, da bi radionice ostvarile svoj cilj i zadatak – a to je najčešće buđenje potreba, interesovanja, pronalaženje prostora za stvaralačko ispoljavanje ličnosti, ali uz istovremeno stvaranje

grupe, uslova za timski rad itd. – neophodno je kombinovati tokom rada na seminaru ili animacione akcije, različite vrste i modele radionica.

1. Pripremne radionice:

- upoznavanje sopstvenog tela i telesno izražavanje,
- upoznavanje grupe,
- igre opuštanja i zagrevanja.

Među poznatim primerima pripremnih radionica, radionica zagrevanja, nalaze se sledeće radionice upoznavanja sopstvenog tela:

- usporeno trčanje,
- trčanje prekrštenih nogu,
- hipnotizam (jedan učesnik stavlja drugome ruku ispred lica, zatim je pokreće, a drugi mora da održava odnos između ruke i svog lica, što dovodi telo u čudne i neobične položaje...).

Među radionicama telesnog izražavanja najpoznatije su igre prepoznavanja po pokretima (grupi se podele listići sa nazivima parova životinja; izvodeći određene pokrete parovi treba da se pronalaze bez govora ili onomatopejskih zvukova... Na papirićima mogu biti i imena biljaka, a telo treba da podražava lelujanje date biljke na vetru; mogu biti i nazivi prirodnih energija ili elemenata: voda, vatra, vazduh, zemlja...).

2. Komunikacione radionice:

- društvene igre na stvaranju grupa, podgrupa, parova;
- zabavne igre radi bolje kohezije i komunikacije.

Ove radionice, kojima je osnovni cilj međusobno upoznavanje i zbližavanje članova grupe, koriste mnoge igre kao početni podsticaj, kao na primer:

- igre verbalnog predstavljanja (prvi kaže svoje ime, drugi ime prethodnog i svoje, treći imena dva prethodnika i svoje, i tako

- redom; mogu se stvarati i parovi koji se otkrivaju – upoznaju, a zatim predstavljaju jedni druge celoj grupi);
- igre fizičkog predstavljanja sebe itd.

3. Edukativne radionice u užem smislu:

- radionice otkrivanja: sredine, sebe, odnosa (putem čula, asocijacija, razmišljanja, pričaonica...);
- saznavne radionice:
 - igre asocijacija,
 - igre upotrebe čula,
 - nevidljivo pozorište,
 - pričaonice,
- analitičke radionice:
 - književne radionice – analiza pesme,
 - filmske radionice – analiza inserta radi ulaženja u određeni problem,
 - muzičke radionice – analiza muzičkog materijala, instrumenata... (recimo: drveni instrumenti, instrumenti od trske...).

4. Simulacione igre (suprotstavljeni interesi) – to je takođe i edukativna i saznavna radionica – radionica vežbe mišljenja, zastupanja stavova, pregovaranja:

- igre pojedinačnih uloga – suđenje, sponzorski odnos... (realni problem);
- igre sučeljavanja mišljenja o simuliranom problemu.

5. Kreativne radionice:

- *dramske radionice* (podela Augusta Boala*):
 - a) simultana dramaturgija,
 - b) pozorište – slika,
 - c) pozorište – forum,
 - d) nevidljivo pozorište,
 - e) pozorište – novine,

* www.theatreoftheoppressed.org.

- *likovne radionice*:
 - a) slikanje,
 - b) kolektivni i individualni kolaži,
 - c) skulpture (često od otpadnog materijala ili elemenata nađenih u prirodi),
 - d) izrada asemblaža, instalacija i sl.,
 - *foto i video radionice*:
 - a) tematske fotografije,
 - b) analiza video-zapisa dramske radionice,
 - c) video-montaža TV snimaka i sl.,
 - *muzičke i plesne radionice* itd.
- ### 6. Psihološke radionice – radionice izazivanja emocija:
- psihodrama,
 - pričaonice...

* * *

Animacija u oblasti kulture, kao sastavni deo svake kulturne akcije osmišljene na bazi određene kulturne politike, treba u prvom redu da omogućuje ostvarivanje ciljeva i zadataka te kulturne politike. Stoga je prvobitni koncept animacije, nastao u Francuskoj i razvijan u sklopu Malroove kulturne politike, podrazumevao animaciju kao formu popularisanja kulturnih programa i događanja, tj. približavanje kulturnih dostignuća ljudima iz tzv. nepublike. Taj prvobitni koncept prevaziđen je i u teorijskom mišljenju i u praksi. Uviđa se da kulturna animacija ne sme da bude mehanički proces – proces informisanja i propagande, budući da je to kreativni posao istraživanja, rada sa ljudima i stvaranja zajedničkih rezultata animatora i učesnika projekata, rezultata koji se, pre svega, odnose na buđenje i razvijanje kulturnih potreba u najširem smislu te reči.

Animacija u oblasti kulture i umetnosti suprotstavlja se administrativnom konceptu u kome je korisnik jednak potrošaču, pasivnom građaninu, u kome institucije kulture prave programe i stiču zaradu, a postojeća publika (kulturna javnost) prihvata ih

sa manje ili više oduševljenja. Iako svoje polazište ima u nekoj od umetnosti, animacija putem odgovarajućeg umetničkog projekta nastoji da aktivira sve ljudske potencijale, intelektualne i umetničke, razvijajući društvenu svest i personalni identitet svakog pojedinca.

Ekonomika kulture

Tokom rada na menadžmentu, marketingu ili kulturnoj politici često susretnemo problem koji ne umemo da rešimo, ili pitanje na koje ne znamo odgovor. Tada obično postupamo na sledeći način: 1. pažljivo posmatramo predmet našeg interesovanja i nastojimo da uočimo njegove bitne odlike; 2. pokušavamo da utvrdimo šta se o tome problemu već zna (pogledamo šta o tome piše u knjigama i priručnicima, raspitamo se kod onih koje smatramo stručnjacima za tu oblast), ili, ukoliko imamo mogućnosti i metodološka znanja, pristupamo naučnom istraživanju. Posmatranje omogućuje upoznavanje konkretnog ispoljavanja neke pojave, a informisanje o već postojećem znanju lišava nas napora u otkrivanju nečega što je već poznato, ali nas istovremeno upozna je sa sličnim problemima i načinima njihovog rešavanja. Ipak, mnoga pitanja i problemi zahtevaju veća i kompleksnija naučna istraživanja, koja će doneti nova saznanja, i, ukoliko je istraživanje rađeno kao primenjeno naučno istraživanje, ta saznanja naći će primenu u praksi, kako u kulturnoj politici tako i u razvoju menadžmenta i marketinga.

Naučno istraživanje koristi tačno utvrđene postupke koji omogućavaju preciznost pri utvrđivanju činjenica i mogućnost njihovog proveravanja od strane drugih istraživača. Po tome se nauka razlikuje od umetnosti ili religije. Umetnost i religija takođe nastoje da daju odgovore na pitanja koja su od suštinskog značaja, ali to čine na način koji je subjektivan (ličan) i zato objektivno neproverljiv. (Tako će svaki slikar drugačije naslikati isti cvet suncokreta. Taj isti cvet će bilo koji botaničar opisati i analizirati na podjednak način. Učiniće to tako da i svi ostali koji se bave botanikom mogu njegove postupke da ponove i provere saznanja do kojih se prethodno došlo.)

Izgleda da je najlakše objasniti značenje nauke ako se pokaže šta naučnici u stvari rade dok se njome bave.

Naučnici:

- prikupljaju činjenice (podatke),
- opisuju ih,
- klasifikuju ih,
- definišu,
- eksperimentišu,
- uopštavaju,
- objašnjavaju,
- predviđaju,
- kontrolišu,
- vrednuju.

Nauka nije sama sebi cilj. Njen cilj je **saznanje** koje proizlazi iz rešavanja problema, a iz saznanja proizlaze promene koje doprinose zadovoljavanju ljudskih potreba. **Saznaje se da bi se delovalo.** Nauka kao sazajna delatnost odgovara na pitanja **kako i zašto.** Odgovarajući na ta pitanja, nauka se služi posebnim metodama (*metoda* na grčkom znači znati put ili način), postupcima kojima obogaćuje saznanja o predmetu svog istraživanja. To znači da naučno saznanje nije konačno; ono se proširuje, dopunjuje, menja. Razvoj saznanja ostvaruje se istraživanjem.

Struktura naučnog istraživanja

Rečeno je već da naučno istraživanje nije samo sebi svrha, već mu prethodi problem koji treba rešiti. Postavlja se pitanje: kako prepoznati istraživački problem ili – šta istraživati? Evo odgovora: istražuju se problemi koji imaju sazajni ili praktičan značaj. Prvenstvo u istraživanju imaju oni problemi čije rešavanje proširuje saznanja i ima praktičnu primenu. Reč je, dakle, o korisnim saznanjima. Kod primenjenih nauka – a takav je i menadžment u kulturi – naglasak je na praktičnoj primenljivosti saznanja. Naravno, rešavanje praktičnih problema ne znači odusta-

janje od naučnog (kritičnog, sistematskog) pristupa istraživanju. Primenjeni pristup utiče, pre svega, na izbor problema, ali ne i na način njihovog rešavanja.

Uočavanje i izvori problema

Luj Paster, čuveni francuski mikrobiolog, krajem prošlog veka, rekao je: „Nauka svoje tajne otkriva samo pripremljenim duhovima“. Da bi ma koji problem mogao da se uoči, potrebno je posedovanje znanja iz te oblasti, ali i sposobnost postavljanja pitanja. Problemi se rešavaju istovremenim korišćenjem postojećih znanja i uočavanjem (otkrivanjem) novih činjenica. Znanje bez sposobnosti uočavanja problema je samo učenost, a sposobnost uočavanja problema bez povezivanja sa postojećim znanjem jeste zdrav razum. Tek sjedinjeni, znanje i sposobnost postavljanja pitanja, predstavljaju naučnoistraživački pristup.

Formulisanje problema – postavljanje istraživačkog pitanja

Uočeni problem formulisan je tako da ga je moguće istraživati. Neophodno je najpre odrediti predmet i cilj istraživanja. Predmet istraživanja precizno utvrđuje šta se istražuje, a cilj istraživanja određuje smer saznanja koja istraživanjem žele da se dosegnu. Istraživanje publike beogradskih centara za kulturu, na primer, svoj predmet određuje kao posetioce svih programa beogradskih centara za kulturu, a cilj istraživanja je utvrđivanje da li, i u kom opsegu, programi kulturnih centara zadovoljavaju njihove kulturne potrebe.

Pri formulisanju problema, osnovni pojmovi koji se u istraživanju koriste moraju biti određeni na jasan i nedvosmislen način. U primeru koji je naveden mora se jasno reći šta se smatra centrom za kulturu (ustanove koje se bave elementarnom difuzijom kulture, bez obzira na to da li se zovu centar za kulturu, radnički univerzitet ili narodni univerzitet). Mora se, takođe, precizirati šta u ovom slučaju znači atribut *beogradski* (da li će biti istraženi svi kulturni centri na gradskom, ili i oni koji se nalaze

na prigradskom području Beograda). Posebno je važno odrediti pojam kulturnih potreba, kako bi se znalo šta se pod njim tačno podrazumeva i kako se kulturne potrebe razlikuju, na primer, od obrazovnih ili sportsko-rekreativnih potreba.

Nacrt istraživanja

Skup precizno definisanih pojmova koji određuju predmet i cilj istraživanja i sistem opštih i posebnih hipoteza koje su empirijski (operacionalno) utemeljene naziva se **pojmovno-hipotetički okvir** istraživanja. Zajedno sa terenskim planom, planom kadrova i planom finansijskih sredstava, on čini **nacrt istraživanja** koji mora biti pripremljen pre nego što se pristupi izradi upitnika i terenskom delu istraživanja. Pošto nacrt istraživanja u osnovi predstavlja odgovor na pitanja **šta, kako, koliko i kada**, njime se kod naručioca istraživanja konkuriše za sredstva, odnosno njegovim podnošenjem se prijavljuje diplomski rad, magistrska ili doktorska teza.

Hipoteze

Pretpostavke koje istraživanjem treba proveriti i to utvrđivanjem njihovog slaganja (odnosno neslaganja) sa činjenicama, nazivaju se hipotezom. Hipoteze služe prodoru u nepoznato. One predstavljaju pitanja koja istraživač upućuje svetu u takvom obliku da se na njih može dobiti jasan i nedvosmislen odgovor. To znači da hipoteza mora da bude postavljena tako da se može proveriti metodama empirijskog istraživanja. Ako istraživanjem budu potvrđene, one prestaju da budu hipoteze i postaju deo naučnog znanja. Sistem već potvrđenih, međusobno povezanih, hipoteza čini naučnu teoriju.

Mogu se razlikovati opšte i posebne hipoteze. Opšta hipoteza, koja se odnosi na čitav istraživački problem, ne može se neposredno proveriti, već se mora operacionalizovati. To se postiže postavljanjem niza posebnih hipoteza, čija zasnovanost neposredno može da se proveriti, suočavanjem sa činjenicama.

Evo jednog takvog skupa opšte i posebnih hipoteza koje operacionalizuju odnos nekih osnovnih sociodemografskih odlika

publike centra za kulturu i učestalost njenog prisustva u kulturnim programima:

Opšta hipoteza: Publiku centra za kulturu čine pojedinci različitih demografskih i sociokulturnih obeležja. Od tih obeležja zavisi učestalost njihovih dolazaka na programe.

Posebne hipoteze:

- učestalost dolazaka u centar za kulturu opada sa starošću;
- učestalost dolaska u centar za kulturu raste sa stepenom obrazovanja;
- pol ne utiče na učestalost dolazaka na programe;
- sa porastom udaljenosti mesta stanovanja od centra za kulturu opada učestalost dolazaka na njihove programe;
- osobe sa posebnim umetničkim obrazovanjem (muzičkim, likovnim) češće dolaze na program iz tih oblasti nego na druge programe.

Izvori i metodi istraživanja

U istraživanjima i analizama kulturnog menadžmenta posebno su značajni kvantitativni (brojčani) podaci koji se prikupljaju u okviru statistike kulture. Samo na osnovu potpunih, sistematski prikupljenih brojčanih pokazatelja moguće je sagledati ukupni kulturni potencijal sredine koja se proučava: lokalne zajednice, opštine, republike ili čitave zemlje. Taj kulturni potencijal vidljiv je iz podataka o broju i vrsti kulturnih institucija, pokazatelja o njihovoj aktivnosti, broju (strukturi) zaposlenih, objektima i opremi, novčanim sredstvima kojima raspoložu (struktura po izvorima prihoda i rashoda) i broju i strukturi njihove publike.

Brojčane pokazatelje prikuplja i publikuje statistička služba u okviru statističkih godišnjaka i u statističkom biltenu *Kultura i umetnost*, koji izdaje Republički zavod za statistiku.* Isto tako, u okviru svakog empirijskog istraživanja stvara se posebna statistička evidencija koja omogućuje upotrebu kvantitativnih analitičkih metoda. Često se kombinuju gotovi podaci (dobijeni od statističkih službi) sa onima koji su dobijeni istraživanjem. To

* www.statserb.sr.gov.yu.

omogućuje šira poređenja i pouzdanije zaključivanje o učestalosti i osnovnim odlikama proučavanih pojava.

Statistika kulture prati, na primer, pozorišni život i prikuplja podatke o broju pozorišta, broju premijera i predstava i broju posetilaca. Prema osnovnim podacima izvode se raznovrsni pokazatelji, koji ukazuju na broj predstava u odnosu na premijeru, broj posetilaca po jednoj predstavi ili na prosečnu popunjenost sale. Na osnovu takvih saznanja može se procenjivati repertoarska i ekonomska uspešnost poslovanja pozorišta i voditi odgovarajuća kulturna politika.

Ali statistika samo opisuje pojave, a ne govori o njihovim uzrocima. Da bi se, na primer, zaustavilo opadanje broja gledalaca u beogradskim pozorištima, moraju se saznati uzroci te pojave. A to nije moguće bez istraživanja ponašanja pozorišne publike. Putem jednog takvog istraživanja publike beogradskih pozorišta ispitaće se njen odnos prema instituciji pozorišta, pozorišni ukus i ocena repertoara pojedinih pozorišta, ocena dostupnosti ulaznica s obzirom na cenu i mesto prodaje, kao i pogodnost vremena održavanja predstava. Pored toga moraće da se istraži i onaj deo stanovništva koji ne odlazi u pozorište (tzv. nepublika) kako bi se uočili razlozi ponašanja onih koji su prestali da posećuju pozorište, ali i onih koji u pozorište nikada nisu odlazili... I tek na osnovu takvog obuhvatnog istraživanja moći će da se rasvetle uzroci opadanja broja gledalaca u pozorištima i predlože mere za zaustavljanje ovog procesa i pridobijanje nove publike.

Istraživanja koja se vrše korišćenjem izvora i podataka do kojih su došle druge institucije i istraživači nazivaju se *kabinetskim istraživanjima (desk research) zasnovanim na sekundarnim podacima*. I ona, ukoliko su zasnovana na odgovarajućoj naučnoj teoriji, mogu da budu od izuzetne koristi u koncipiranju prioriteta kulturne politike ili zasnivanju razvojnih strateških programa organizacija kulture i umetnosti.

Tehnike empirijskog istraživanja

Polazna tačka svakog empirijskog saznanog postupka su *opažajni sudovi*. To su sudovi koji se zasnivaju na čulnom opažaju pojava. U nauci je reč o sistematskom, planski organizovanom opažanju, koje može imati oblik posmatranja, intervjua, ankete ili analize sadržaja.

Posmatranje

Posmatranje je istraživačka tehnika koja omogućuje da se saznanja o pojavi koja se istražuje dobiju na neposredan način. Ograničena je na opis i analizu spoljašnjih manifestacija (ispoljavanja) ponašanja pojedinaca i grupa. Posmatranje je ograničeno na sadašnjost – njime se ne ulazi u unutrašnje razloge (motive) ponašanja, što znači da mnoge pojave ne uspeva da objasni.

Posmatranjem se, na primer, može utvrditi broj posetilaca jedne pozorišne predstave, ali ne i razlozi njihovog dolaska u pozorište. Da li se radi o interesovanju za pozorište, za određeni komad ili neke glumce koji se u njemu pojavljuju? Možda uopšte nije reč o estetskom doživljaju, već o potrebi za druženjem, javnim pokazivanjem (fenomen tzv. premijerne publike), ili službenoj obavezi (pozorišni kritičari)? Tehnikom posmatranja ipak može da se dođe do dragocenih podataka – do kojih se ne bi moglo doći na drugi način. Tako se o ponašanju publike ne sme zaključivati samo na osnovu intervjua gledalaca nakon pozorišne predstave. Nakon odgledane predstave gledaoci mogu da izmene ocenu sopstvenog doživljaja, pa onaj ko je sve vreme dremao može da izjavi da je predstava zanimljiva, a da intelektualac koji se grohotom smeja i, pri tom, očito uživao – predstavu oceni kao vulgarnu.

Ipak, u nekim oblastima je posmatranje nezamenljivo i predstavlja tehniku izbora. Ono je posebno značajno u slučajevima istraživanja nekih potkulturnih grupa, čiji pripadnici najčešće ne pristaju na intervju, ili se pretvaraju pa je njihove iskaze teško prihvatiti kao verodostojne (iskrene). Preostaje samo sistematsko posmatranje koje se obavlja na osnovu pažljivo izrađenih

klasifikacijskih shema. Beleže se razlike u izgledu (oblačenje, frizura, ukrasi), mestima okupljanja (trgovi, krčme, ekskluzivni klubovi...) i muzici koju najradije slušaju. Već na osnovu suočavanja klasifikacijskih shema koje opisuju, na primer, oblačenje pankera nasuprot oblačenju šminkera, mogu se uočiti razlike u njihovim sistemima vrednosti.

Intervju i anketa

Ova istraživačka tehnika se (za razliku od posmatranja) zasniva na posrednom opažanju. Od ispitanika se zahtevaju odgovori na niz posebno pripremljenih pitanja. Na osnovu odgovora zaključuje se o njegovim stavovima, očekivanjima i vrednosnom sistemu. Kao istraživačka tehnika, intervju omogućuje prikupljanje podataka o prošlim iskustvima ispitanika, kao i o njegovim ličnim doživljajima i shvatanjima o sebi i drugim ljudima. Na osnovu iskaza ispitanika mogu se, manje ili više pouzdano, izvesti zaključci o njihovom ponašanju u stvarnim životnim situacijama.

Pitanja koja će biti postavljena nalaze se u upitniku. To je najčešći istraživački instrument empirijskih društvenih nauka. Sva pitanja nastaju razradom hipoteza (sadržanih u nacrtu istraživanja) i služe kao empirijski pokazatelji. Posredstvom pitanja uspostavlja se neposredan odnos sa problemom koji se istražuje.

U upitniku se razlikuju pitanja sa zatvorenim i otvorenim odgovorima. Kod pitanja sa zatvorenim odgovorima mogući odgovori su već unapred dati. Na primer, **pitanje:** pol, **odgovor:** 1. muški, 2. ženski.

Ona se postavljaju kada se utvrđuju neke činjenice za koje su unapred poznati mogući odgovori. Pitanja sa otvorenim odgovorima koriste se kada je potrebno doći do nečijeg mišljenja ili ocene. (Na primer: Koja je Vaša najomiljenija TV serija?) Tokom pripreme za obradu upitnika i otvorena pitanja se „zatvaraju“ tako što se nakon registrovanja svih slobodnih odgovora pravi takozvani kodeks. Iz kodeksa se može videti učestalost svakog odgovora. U našem primeru, može se doći do izbora najpopularnije TV serije.

Pitanja se moraju formulisati nedvosmisleno i jasno; ne smeju da budu previše složena, ali ni toliko jednostavna da ispitanik

zaključiti kako istraživač potcenjuje njegovu inteligenciju. Isto tako, pitanja ne smeju da izazivaju dosadu (pogotovo u slučaju obimnijih upitnika), jer to dovodi do popuštanja pažnje ispitanika, pa on odgovara površno ili neodređeno.

Tako popunjen upitnik, iako formalno ispravan, nema nikakvu saznavnu vrednost. Zato u strategiji izrade upitnika stalno moraju da se kombinuju baterije pitanja (niz pitanja usmerenih na isti problem) sa pitanjima-iznenađenjima, koja treba da „razdrmaju“ ispitanika i usmere njegovu pažnju na razgovor koji vodi sa istraživačem.

Nedopustiva su sugestivna pitanja, tj. ona kod kojih već sam način postavljanja pitanja navodi na određeni odgovor, ili ukazuje na to koji bi odgovor mogao da godi ispitivaču. Takvo pitanje je, na primer: „Kuju vrstu knjiga najradije čitate?“ u upitniku koji istražuje kulturne potrebe stanovništva. Ono sugeriše čitanje knjiga kao poželjnu aktivnost, iako je izvesno da većina odraslog stanovništva (kod nas) ne čita knjige. Ali, ako se isto to pitanje nađe u upitniku koji istražuje čitalačka interesovanja članova jedne biblioteke, ono će biti sasvim neutralno – jer je upućeno onima za koje se pouzdano zna da čitaju knjige.

Istraživanjima pomoću upitnika prethodi ozbiljna i dugotrajna priprema; potrebno je anketirati stotine, pa i nekoliko hiljada ispitanika. Posle **probnog istraživanja** menja se i doteruje osnovni istraživački instrument – upitnik: neka pitanja se preciznije formulišu, druga iz otvorenih pretvore u zatvorena, a treća potpuno izostave. Zato je konačni upitnik obično kraći i precizniji od prvobitne, probne verzije.

Idealna bi bila situacija u kojoj bi istraživač (koji je uradio nacrt istraživanja i upitnika) lično obavio intervjuisanje. Ali to najčešće nije moguće, pa se za intervjuisanje koriste posebno obučeni ispitivači – anketari. Odlasku na teren treba da prethodi obuka anketara. Ona omogućuje da ispitivač detaljno upozna upitnik, način ispitivanja, kao i društvenu sredinu u kojoj će se ispitivanje obaviti. Jedino tako može da se svede na minimum tzv. anketarska greška, koja je posledica postojanja posrednika (ispitivača) između upitnika i odgovora. Anketar svojim ličnim (izgled, starost, pol) i društvenim osobinama (način govora, oblačenja) može u velikoj meri da utiče na odgovore ispitanika, iako toga oni nisu svesni.

Ako, na primer, intervju o kvalitetu televizijskog programa obavlja lice koje se predstavlja kao službenik televizije, ocene TV programa će biti povoljnije nego ako intervjuisanje obavlja neutralna osoba.

U anketi se (za razliku od intervjua) ostvaruje direktna komunikacija između upitnika i ispitanika. Upitnik se ili dostavlja poštom, ili se razdeli grupi ispitanika okupljenih na istom mestu (škola, preduzeće). Dok je kod intervjua zadatak ispitivača da postavi pitanja i na njih dobije odgovore, kod ankete to objektivno nije moguće. Zato su anketni upitnici, po pravilu, kratki i jednostavniji za odgovaranje, što znači da se sastoje uglavnom iz pitanja sa zatvorenim odgovorom. To smanjuje verovatnoću nerazumevanja pojedinih pitanja i povećava verovatnoću popunjavanja čitavog upitnika. Anketa se najčešće koristi u istraživanjima koja se obavljaju na velikom broju ispitanika, na velikoj teritoriji.

Uzorak

Da bi se utvrdilo da li (koliko i šta) ljudi u Srbiji čitaju nije neophodno intervjuisati sve stanovnike Srbije. To bi bio veoma skup poduhvat koji bi trajao veoma dugo. Umesto tog potpunog obuhvata (kakav se preduzima jednom u deset godina u vreme opšteg popisa stanovništva) dovoljno je napraviti uzorak stanovnika Srbije i na osnovu manjeg broja ispitanika zaključivati o ponašanju čitave populacije. Taj postupak se naziva *generalizacijom* i zahteva primenu posebnih statističkih postupaka (izradu uzorka i ocenu greške iz uzorka).

Problem *reprezentativnosti* uzorka (predstavljanja čitave populacije jednim njenim delom) rešava se na različite načine. Najjednostavniji je takozvani *prost slučajni uzorak*. Tu svi pripadnici populacije koja je predmet istraživanja imaju podjednaku mogućnost ulaska u uzorak tako što se primenjuje tehnika izvlačenja iz doboša (nalik izvlačenju pogodaka na tomboli). Postoji i posebna tablica slučajnih brojeva koja garantuje podjednaku verovatnoću ulaska u uzorak svih pojedinaca koji pripadaju osnovnoj populaciji. Veličina uzorka zavisi od toga kolika je očekivana varijacija pojave koja se istražuje. Što je pojava složenija uzorak će biti veći.

Reprezentativnost se postiže primenom *sistematskog* uzorka. U tom slučaju obrazovanje uzorka počinje tako što se napravi potpuni spisak sa rednim brojevima pripadnika istraživane populacije. Zatim se na osnovu planirane veličine uzorka određuje tzv. „korak“ (podjednak razmak između svakog od rednih brojeva) i slučajno odredi broj od koga će se početi. (Tako će, na primer, unutar populacije od 1000 članova jednog video-kluba – čiji filmski ukus istražujemo – uzorak biti određen na sledeći način. Najpre će se iz „šešira“ izvući jedan broj od 1 do 20 koji će odrediti početak, a zatim će se sa spiska birati svaki dvadeseti. Ako se počne, na primer, sa brojem 7, onda će uzorak činiti 7, 27, 47, ... 987 sa spiska članova video-kluba.)

Stratifikovani – reprezentativni uzorak se primenjuje kada se želi da u uzorku budu na reprezentativan (procentualno tačan) način zastupljene sve grupe koje inače postoje u totalnom uzorku, tako da njihov procenat u uzorku odgovara procentu u ukupnoj populaciji. Stratifikovani-kvotni uzorak se primenjuje kada neke – inače malobrojne – grupe u okviru osnovne populacije ne bi mogle biti zastupljene u uzorku sa dovoljnim brojem ispitanika tako da se i o njihovim potrebama i stavovima mogu doneti posebni, validni zaključci. Tako će, na primer, u istraživanju ekonomskog položaja umetnika biti obrazovani posebni stratumi (kvote) za svaku umetničku granu, pa će pored književnika, glumaca, reditelja, likovnih umetnika, i plesači imati svoju kvotu iako ih je srazmerno izuzetno malo (reprezentativni uzorak bi imao svega 2 do 3 plesača na osnovu čijih upitnika se ne bi moglo meritorno zaključivati o ekonomskom statusu te grupe).

Važno je znati da veličina uzorka zavisi od homogenosti (istovetnosti) osnovne populacije. Što je manje raznolikosti među onima koji čine populaciju, biće neophodan manji uzorak koji na reprezentativan način predstavlja čitavu populaciju.

Obrada rezultata

Nakon obavljenog terenskog dela istraživanja, neophodno je obraditi upitnike. Cilj obrade je sređivanje odgovora sadržanih u upitnicima, tako da se na osnovu njihove analize testiraju (potvrde ili odbace) hipoteze sadržane u nacrtu istraživanja.

Analiza sadržaja

Analiza sadržaja je istraživačka tehnika pomoću koje se stiču saznanja o *sadržaju* poruke i njenom *pošiljaocu*. Tek na osnovu toga može da se naučno zasnovano pristupi istraživanju *primaoca* poruke i naročito njenog *efekta*.

Kvantitativna analiza sadržaja se najčešće koristi u analizi sadržaja masovnih medija (novina, radija, televizije) ali se primenjuje i u analizi dokumenata. Suština ove istraživačke tehnike je – kao što se već iz njenog naziva može zaključiti – u prebrojavanju i razvrstavanju. U zavisnosti od problema koji se istražuje određuje se i predmet analize. Tako će medijska prisutnost nekog pevača moći da se relativno precizno utvrdi na osnovu: 1) broja pesama i 2) učestalosti pojavljivanja njegovih pesama/spotova na radiju i televiziji. U istraživanju odnosa nekih novina prema kulturi – na primer beogradskog nedeljnika *Vreme* – predmet analize će biti svi članci koji se na bilo koji način bave kulturom. Pošto je očito da se odnos prema kulturi tog nedeljnika ne može utvrditi na osnovu uvida u samo jedan broj, ili čak nekoliko brojeva, vremenski okvir će biti šest meseci ili čitava jedna godina.

Odnos jednog lista prema kulturi može se analizom sadržaja utvrditi na dva načina. Prvo će se utvrditi koji je udeo članaka posvećenih kulturi od ukupnog broja članaka posvećenih drugim područjima koje nedeljnik prati. Tako će se videti koliki se značaj u listu daje kulturi u odnosu, na primer, na sport ili unutrašnju, odnosno spoljnu politiku. Pored broja članaka, kao mera zastupljenosti se koristi i njihova dužina. Što su članci duži, to je i oblast kojoj su oni posvećeni značajnija. Obično se kao jedinica mere uzima stubac, mada se može ići i na preciznije mere kao što su broj centimetara (unutar stupca) ili pak broj znakova.

Kada se utvrdi koliki značaj nedeljnik pridaje kulturi, neophodno je istražiti i to kako on kulturu vrednuje, tj. da li o njoj piše pretežno afirmativno, negativno ili o njoj neutralno informiše. Zato će istraživači-analitičari pročitati sve članke i obeležiti ih sa (+), (-) ili (0). Prebrojavanje članaka i izračunavanje postotka afirmativnih, negativnih i neutralnih vodi saznanju o kritičkoj usmerenosti lista prema kulturi.

Kultura je veoma složena oblast koju čini više delatnosti pa je stoga neophodno utvrditi koliko značaja list pridaje pojedinim kulturnim delatnostima. Zato će svi članci biti klasifikovani u najmanje sedam grupa (pozorište, muzika, likovne umetnosti, književnost, film, televizija i multimedija). Moguće su, naravno, dalje podele unutar pojedinih grupa (film tako može da se klasifikuje kao domaći, inostrani, dokumentarni i alternativni).

Da bi se složeni posao prebrojavanja i klasifikovanja valjano obavio, potrebno je unapred pripremiti analitičke tabele u koje se unose podaci o obeležjima svakog članka koji se analizira (grupa, dužina, vrednosna usmerenost). Primena kompjutera i programa za sređivanje i prezentaciju podataka (tabele, grafikoni, histogrami...) bitno olakšava ovaj ranije dugotrajan i zamoran posao.

Anketa, intervju, analiza sadržaja, frekvencijski rečnik (rečnik učestalosti korišćenja reči u reklamnim porukama npr.) obično se smatraju kvantitativnim istraživačkim metodama jer se zasnivaju na statističkoj analizi relevantnih podataka. Međutim u kulturnoj politici i menadžmentu važne su i kvalitativne metode istraživanja poput dubinskog intervjua, razgovora u fokus grupi, posmatranja, artefakt analize, biografskog metoda (story telling), gde se mali broj podataka interpretira i daje im se važnost i smisao pri sučeljavanju argumenata.

Artefakt analiza

Predmeti koje koristimo često o nama govore više od nas samih. Da li ćemo u pozorište doći u dugačkoj haljini sa lepezom i dvogledom, ili u džinsu i sa rancem, nije samo stvar slučaja i okolnosti. Ta činjenica ukazuje na pripadnost određenom kulturnom modelu, na stil i način života i može biti dobar indikator vrednosti i umetničkog ukusa. Kada putujemo, prvo što primećujemo jesu predmeti koji će se koristiti u određenim prilikama, ili prevozna sredstva koja preovlađuju, odevni predmeti, rekviziti socijalne komunikacije itd. Tako i u istoriji kulture često jedan predmet simbolizuje određeni istorijski period u određenom gradu (gondola u Veneciji, rikša u Pekingu, bicikl u Amsterdamu ali i u Kini...).

Predmeti svojim dizajnom (oblikom, bojom, ne/funkcionalnošću) i načinom upotrebe odlično sažimaju i objašnjavaju dubinske vrednosti određene kulture. Stoga se artefakt analiza često primenjuje kao komplementarni metod u istraživanju recepcije umetnosti, procesa stvaralaštva, kulturnog identiteta itd.

Istraživač kulture mora da zapaža ono što preovlađuje u nekom kulturnom modelu ili nekoj sredini, da te predmete opiše i da na osnovu njihovog izgleda i načina upotrebe ukaže i na osnovne karakteristike određenog stila. Stoga će svakom istraživanju kulturnih potreba biti komplementarna analiza nameštaja, uređaja, ukrasnih predmeta u stanu i sl. Goblen, slika na drvetu – suvenir iz banje, vaza ili lampa, grafika ili poster, slika i skulptura... nisu slučajni, već predmeti izabrani i stavljeni u određeni prostor da govore o nama.

Fokus grupa

Razgovor u fokus grupi može biti izuzetno koristan način prikupljanja informacija i saznanja o kulturnim fenomenima u jednoj sredini. Kada, na primer, istraživačko-ekspertska ekipa Saveta Evrope ili Evropske unije dobije zadatak da obavi istraživanje i napravi projekat razvoja kulturne politike ili određenog segmenta umetničke prakse u nekom gradu ili zemlji, najčešće se od empirijskih istraživačkih metoda koristi razgovor u precizno definisanim fokus grupama poput grupe administratora u kulturi, grupe kulturnih menadžera, grupe civilnih aktivista u kulturi. Svaka od ovih grupa iznosi svoje viđenje problema, a vešto strukturisanim vođenjem razgovora istraživači nastoje da dođu do korena problema u jednoj sredini. Provocira se debata i sučeljavanje mišljenja unutar grupe, a često se unapred dostavi pisana osnova za razgovor kako bi članovi fokus grupe mogli da se unapred pripreme. Ponekad se koriste i blic-pitanja koja se iznenada postavljaju kako bi se postigla spontanost u izlaganju i došlo do iskrenih odgovora na pitanja na koja se odgovori obično izbegavaju. Naravno, podaci dobijeni razgovorom u fokus grupama sučeljavaju se sa podacima dobijenim kabinetskim istraživanjem i pojedinačnim, dubinskim intervjuima te se kroz kvalitativnu interpretaciju podataka dolazi do zaključaka koji vode predlozima i rešenjima.

Biografski metod i saznavanje kroz priče (story telling)

Ovo je metod koji može biti koristan u razumevanju prirode kulturnih potreba, načina buđenja interesovanja i stvaranja kulturnih navika, ali on je važan i kao metod za sticanje samosvesti ekipe o organizacionim problemima koji ih tište, te se stoga često primenjuje u projektima podizanja kapaciteta organizacije, tj. istraživanjima organizacione analize i dijagnostike.

Istraživanje evropskih kulturnih mreža i dometa njihovog uticaja rađeno je kroz „biografije“ mreža uspostavljane razgovorom sa osnivačima – kao skup ličnih priča – sećanja na ključne momente razvoja i života organizacije. Istovremeno, i članovi mreža su podsticani da pričaju lične priče – iskustva iz rada mreže, da evociraju sećanja na pojedine momente, ali i na neke događaje ili akcije u kojima su učestvovali a koji su direktno proistekli iz iskustava koje su stekli u mreži. Verovatno je da bi se na anketu koja bi sadržala pitanje: „Navedite da li je i koliko članstvo i aktivnost u Evropskoj mreži kulture uticalo na vaš rad“ – dobili sadržinom oskudni odgovori tipa: veoma mnogo, u značajnoj meri, veoma malo, nimalo (eventualno i u mreži sam iz drugih razloga – recimo, radi lakše distribucije svog umetničkog rada, itd.).

Međutim, pričajući lične priče u fokus grupi, interstimulacijom i podsticanjem na razmišljanje o određenim zajedničkim iskustvima, članovi fokus grupe su spontano došli do mnogo kvalitetnije procene značaja mreže no što bi bili u stanju da su individualno odgovarali na upitnike.

Stoga se ovi metodi smatraju značajnim kvalitativnim metodima istraživanja koji mogu mnogo temeljnije da provere hipoteze (da ih obore ili potvrde) no kvantitativna istraživanja u kojima upitnici, rađeni prema određenom pojmovno-hipotetičkom okviru, nameću ispitanicima unapred određen pravac razmišljanja. Metod pričanja priče daje im slobodu stvaranja sopstvenog okvira procene važnosti, a međusobnim sučeljavanjem priča, učesnici u istraživanju sami biraju i stvaraju zajednički referentni okvir, koji nije nužno morao biti unapred poznat istraživaču koji je osmislio istraživanje.

Studija slučaja

Studija slučaja predstavlja kvalitativnu metodu empirijskog istraživanja i izuzetno je značajna u izučavanju menadžmenta ustanova kulture. Ona je svojevrsni antipod statističkoj analizi, ali joj je istovremeno i komplementarna. Stručnjaci joj zameraju da nije naučno zasnovana metoda, jer nije standardizovana; da nije pouzdana, jer su intuicija i imaginacija istraživača izuzetno važne; da daje male mogućnosti uopštavanja itd.; no, ona je neophodna u istraživanjima menadžmenta, kulturnog razvoja i kulturne politike.

Šta se sve može smatrati slučajem pogodnim za analizu? To može biti region, ili određeno polje kulturnih delatnosti u odnosu na kulturnu politiku ili mogućnosti primene marketinga (bibliotečka delatnost, npr.), to može biti i određena institucija (muzej...) ili projekt (festival, program kulturne akcije). Granice između slučaja i njegovog konteksta nije moguće jasno definisati i izdvojiti. Ako, na primer, analiziramo marketinšku praksu jednog muzeja kao slučaj, kojim želimo da spoznamo mogućnosti muzeja da ovakvu praksu razviju, jasno je da muzej moramo proučavati u kontekstu okruženja u kome deluje, kulturne politike koja se na njega odnosi, populacije i njenih kulturnih potreba itd. Studija slučaja nam, pre svega, otkriva odnose među pojavama i razvojne procese. Ona nije, kao što se često pogrešno misli, samo kolekcija izolovanih činjenica, već se može smatrati evaluacionim, kvalitativnim istraživanjem. Ono zbog čega je studija slučaja izuzetno pogodna u istraživanjima menadžmenta jeste da je to, najčešće, veoma intenzivno istraživanje koje vodi do praktične primene – preispitivanja i vrednovanja, a zatim korekcije prakse. U tom smislu pogodni primeri za studije slučaja jesu koliko primeri uspešnih ustanova, toliko i onih koje su nestale ili na različite načine bile neuspešne.

Za razliku od drugih empirijskih istraživanja u kojima su osnovna pitanja: **ko** i **šta**, a zatim **gde** i **kada**, osnovna pitanja koja postavlja istraživač radeći studiju slučaja jesu: **zašto** i **kako**. Istraživač mora da odgovori zašto i kako je određena pojava nastala, razvijala se i ostvarila određene rezultate, a ne samo da dâ njen opis. Snagu metodu daje i činjenica da se on služi različitim materijalom i izvorima i da dozvoljava kombinaciju različitih

metoda empirijskog istraživanja, na primer intervjua, analize sa držaja, posmatranja, biografskog metoda, ali i nekih od kvantitativnih analitičkih metoda, poput metode statističke analize (podaci dobijeni studijom slučaja dovedeni u odnos sa statističkim pokazateljima o situaciji u državi i regionu omogućice stvaranje izuzetno vrednih zaključaka). Tako bi istraživanje uspešnosti menadžmenta neke muzejske ustanove, koje bi primenilo studiju slučaja kao metod, koristilo i metode intervjua (sa bivšim i sadašnjim zaposlenima u ustanovi), posmatranja (procesa rada kako standardnog tako i na pripremi posebnih izložbi), anketu sa publikom da bi se mogao realnije izmeriti efekat rada muzeja u zajednici, analizu sadržaja svih dokumenata, programa, kataloga itd. radi prikupljanja informacija, ali i evaluacije kvaliteta rada (posebno marketinga). U obradi svih prikupljenih informacija i izradi završne istraživačke studije neophodno bi bilo koristiti statističke podatke o muzejima u regionu i komparativnom analizom ukazati na mesto i domete izabranog muzeja.

Izveštaj o istraživanju

Posle obavljenog intervjuisanja i obrade podataka, kao i obrade građe do koje se došlo primenom drugih metoda, potrebno je saopštiti rezultate istraživanja. To je zadatak izveštaja o istraživanju.

O pripremanju izveštaja treba razmišljati još od samog početka rada na istraživanju i ne smatrati ga završnom fazom, odvojenom od formulisanja problema, definisanja osnovnih pojmova, razrade hipoteza, prikupljanja i analize podataka. Skice uvodnog poglavlja i pregleda odgovarajuće literature mogu se primeniti i pre nego što je obavljeno prikupljanje podataka. U svakom slučaju, još na samom početku potrebno je imati skicu sadržaja izveštaja, sa naznačenim osnovnim poglavljima. Izveštaj o istraživanju je konačan rezultat – tekst koji se koristi za vlastite analize, ili predaje naručiocu istraživanja. Jedino na osnovu izveštaja naručilac, odnosno naučna i stručna javnost sude o idejama, namerama, postupku, rezultatima koje istraživanje sadrži. Izveštaj treba da, pre svega, izloži doprinos rešavanju istraživačkog problema, a ne ukupna dosadašnja saznanja o

njemu. Za to, po pravilu, nisu potrebne stotine stranica. Takođe, izveštaj treba da bude napisan jasnim i preciznim jezikom. Čitalac izveštaja treba da se koncentriše na to kako je (u kojoj meri) rešen postavljeni problem, a ne na način na koji je to rešenje izloženo.

PRILOG

Evo kratkog spiska nekih od termina koji su poslednjih godina prosto zatrpali „kulturnu politiku“. Spisak nije potpun i ne dovodi u pitanje činjenicu da svaka od reči koja se u njemu našla može da ima sasvim uobičajeno značenje (ali ga u mnogim dokumentima koji spadaju u kulturnu politiku – nema).

Rečnik opštih mesta*

Efikasnost

Garantovana osrednjost. Reč se uvlači u govor planera u trenutku kada se predloži da birokratski umovi postavljaju parametre unutar kojih jedan stvaralački um treba da deluje i da se unapred odredi šta su „potrebe“ publike.

Evaluacija

Birokratska provera institucionalne ispravnosti. Reč je nekada označavala kritičku ocenu umetnosti, ali se sada više odnosi na upravne postupke, bez obzira na umetničku produkciju.

Izazov

Junačka reč koja se koristi da bi se opisao neki cilj menadžmenta koji je ili do suza smešan, ili sigurno nepoželjan. Mišićavost reči često prikriva mlitav pojam. („Izazovan dobitak“, „Od-

* Preuzeto iz John Pick, *Art in the State*, London 1998.

bor je bio suočen sa uzbudljivim izazovom kada je zgrada bila proglašena neupotrebljivom“.)

Organizacioni

Nejasan poslovni termin koji se obično koristi onda kada je potrebno zamagliti činjenicu da je proces koji se najpre bavio estetikom, moralom, kritikom ili umetničkim vrednostima sada prerastao u čisto menadžersku delatnost i bavi se ekonomijom i biznisom. (Videti odrednicu „Efikasnost“.)

Partnerstvo

„Burazerski“ – termin nastao iz potrebe da se pokaže kako su dugogodišnji suparnici potkupljeni da bi prividno nešto zajednički uradili. Ponekad se neinteligentno koristi da stvori lažno osećanje kućnog zajedništva u kulturi (na primer „partnerstvo u zajednici“). Uvek se odnosi na nešto privremeno, veoma sumnjivo, na nešto čiji učesnici imaju „prste u pekmezu“.

Plan

Planovi za kulturu su bespogovorno planovi za birokratiju – obično su to planovi koji sadrže lagodan život, istraživanja radi pisanja izveštaja, prekomorska putovanja zbog sticanja neposrednog iskustva, davanje dobro plaćenog saveta kolegama, savetovanja sa drugim birokratama uz beskrajne ručkove tokom kojih se kuju planovi koji pretpostavljaju još više birokratskog pisanja, planiranja itd.

Pomagač

Izokola podseća da se činilac koji je u pitanju nalazi u senci i ponaša neutralno, ali u stvari prikriva agresivnu nameru da sve oblikuje, kontroliše i svakom komanduje. („Učestvovaćemo kao pomagači povezujući nacionalne preduzetnike i odgovarajuće kulturne institucije.“)

Potražnja

Reč koja se normalno upotrebljava za opisivanje čitave skale potrošačkih prioriteta, ali se koristi i u uskoselektivnom značenju kojim birokrate u kulturi ističu deliće interesovanja koje javnost pokazuje za subvencioniranu kulturu. Ovom posebnom značenju

„potražnje“ ne izlazi se u susret, već se ona „ispunjava“ na birokratski način, tj. zahtev se u potpunosti prihvata tek pošto su ga birokrate ispunile. („Godina 1986/87. nije bila finansijski laka za kulturu. Mnoge kulturne institucije su jedva izbegle finansijsku katastrofu koju nije izazvala smanjena potražnja, već to što im nedovoljne dotacije nisu omogućile da potražnji udovolje.“)

Potrebe

Stara levičarska reč koja je prenesena u novu tržišnu svirepost, jer je još uvek veoma korisna razmetljivim birokratama. Daje na znanje da ljudi imaju želje kojih nisu svesni, a koje državna birokratija može da spozna i registruje („stvarne potrebe“, „tražeći rešenja za uočene potrebe, a ne samo za izražene zahteve“). Naravno da ljudi nisu svesni osećanja potrebe za bilo kojom vrstom umetnosti sve do trenutka dok delo ne nastane i bude im ponuđeno. Zbog toga je istinita tvrdnja da iskusni menadžeri u kulturi moraju da, u postupku nastajanja dela, pokušaju da predvide šta publika želi. Ali je istina i to da pošto su želje ispunjene, treba mnogo vremena i truda da se odredi da li je publika koja je želela neko umetničko delo to delo uistinu bilo *potrebno*. Ovo bi bila ozbiljna tvrdnja. Stoga se mora istaći da još nije rođen birokrata koji može da predvidi kakve su ili kakve će biti ljudske potrebe.

Preduzetništvo

Reč koja se koristi da bi se dao odgovarajući pohvalni prizvuk aktivnostima koje su u saglasnosti sa desničarskim shvatanjima o odgovornosti pojedinca itd., ali se u praksi odnosi na prljave radnje birokratskog kolektivismu sa parama poreskih obveznika. („Ideja o umetnosti na otvorenom prostoru ima podršku... i predstavlja lep primer novog kulturnog preduzetništva.“)

Pristup

Upotrebljava se u maglovitom značenju da bi se prekrili svi oni poslovi koji se odnose na obrazovanje, saobraćaj, ekonomiju, marketing i dizajn, a tiču se ljudi koji učestvuju u kulturnim aktivnostima. Jedna iz niza reči koja je povezana sa kompjuterima, pa stoga „mačo“ i menadžerski zvuči. („Grupa za planiranje pristupa.“)

Razvoj

Reč čija je upotreba savršeno prihvatljiva u postkolonijalnim zemljama u kojima je pozivanje na nju veoma cenjeno. Kulturne birokrate je koriste da njome označe ili „upravljanje“, ili u još rasplinitijem značenju „preduzetništvo“ ili „razvojni činilac“. Oni koje isključivo zanima zarada koriste tu reč kao svoje pokriće.

Strategija

Vojni termin za „plan“ odomaćen među visprenijim kulturnim činovnicima. Odnosi se, u stvari, na niz nejasnih načela izloženih unutar korica jedne luksuzne knjižice. („Strategija treba da razvija takvu kulturu koja će podsticati interes privrednika i nastaviti pozitivan oporavak oblasti.“) Sve to predstavlja koještariju i korisno je samo zato što prikriva činjenicu da dotični činovnik ne razlikuje poeziju od proze i ne može da prepozna dobru muziku čak i kada ima vremena za nju. Ona opravdava mnogo toga što rade činovnici u kulturi koji bi po svom temperamentu i sposobnostima više odgovarali nekom osiguravajućem zavodu.

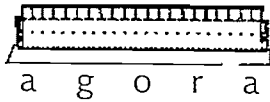
Umetnost

Kao „veština“. Skoro uvek se zloupotrebljava pri podnošenju nekog grandioznog i teško branjivog zahteva. Nejasno implicira da su otprilike isto ekonomski i stvaralački procesi u pozorištu, brejkdensu, grnčarstvu, operskom pevanju, alternativnom kabareu, skulpturi na javnim prostorima i pijanizmu. U praksi se obim pojma „umetnost“ menja od jedne do druge rečenice.

Primer: „Umetnost može da da suštinski doprinos revitalizaciji zapuštenih delova grada. Pozorište, muzika i vizuelne umetnosti – i sredstva koja uživanje u njima čine mogućim – bitan su sastojak mešavine kulturnih, ekoloških i rekreacionih pogodnosti koji podstiču ekonomski rast i razvoj. Umetnost dovodi turiste i otvara radna mesta. I, još važnije, ona može da posluži kao glavni katalizator za sveobuhvatnu regeneraciju nekog područja. Umetnost je zenica oka društvenog samopoštovanja i identiteta. I još nešto isto tako važno – ona povezuje zajednice koje bi inače bile podeljene.“

Zajednica

Toplo mrmorenje koje znači samo ugodnu tvorevinu nastalu u glavi onoga ko je koristi, a sadrži sva meka i nežna značenja. Reč koja se skoro uvek koristi kao poštapalica, jer autor ne želi da bude ozbiljno doveden u pitanje. („Kultura uvećava samopoštovanje zajednice i razvija identitet zajednice.“)



Viktorija D. Aleksander

SOCIOLOGIJA UMETNOSTI

Istraživanja lepih i popularnih formi

*Prevela sa engleskog
Jelena Kosovac*

Urednik
Zoran Hamović

Likovni urednik
Dragana Atanasović

Naslov originala:
**Sociology of the Arts:
Exploring Fine and Popular Forms, First Edition**
by V D Alexander

This edition is published by arrangement with Blackwell Publishing Ltd, Oxford.
Translated by CLIO Publishing Company from the original English language version.
Responsibility of the accuracy of the translation rests solely with CLIO Publishing Company and is not the responsibility of Blackwell Publishing Ltd.



MEGATREND
Inv. Br. FKM
2742

CLIO
2007

9. Globalizacija

Globalizacija deli koliko ujedinjuje; ona deli dok ujedinjuje.

(Zygmunt Bauman, 1998: 2)

U ovom poglavlju razmatraju se učinci globalizacije na umetnost. U njemu se izlažu dokazi o međudržavnom prometu predmeta kulture, što je osnov za ispitivanje ideja o „medijskom imperijalizmu“ i procenjivanju tvrdnji o uticaju „Zapada“ na „ostatak“ sveta. Razmatraju se kretanja dela popularne i lepe umetnosti iz SAD i drugih industrijalizovanih nacija ka zemljama u razvoju, među zemljama u razvoju i od zemalja u razvoju ka Zapadu, kao i teorije o odnosu globalnog i lokalnog. Na kraju se ukratko analizira fenomen kulturnog turizma.

O globalizaciji se raspravlja kao o delu produkcije kulture, jer se glavna rasprava odnosi na to da li globalna kultura postaje homogena, preciznije, amerikanizovana, zbog delovanja multinacionalnih industrija kulture. Međutim, važan vid ove rasprave bavi se načinom na koji ljudi u lokalnim kontekstima koriste i tumače globalizovane kulturne proizvode i forme. U tom smislu, ova rasprava nagoveštava ideje o konzumiranju kulture koje su izložene u delu IIB ove knjige.

Globalizacija označava sve veću međusobnu povezanost naroda i sveta, rastuću svetsku trgovinu, širenje proizvoda kulture i razmenu ideja iz oblasti kulture, veze među

narodima sveta uspostavljene međunarodnim putovanjima i sredstvima komunikacije (telegrafa, telefona, faksa i interneta), i uspon transnacionalnih organizacija (kao što su Ujedinjene nacije ili Svetska trgovinska organizacija) i multinacionalnih korporacija. Held i sar. ukazali su na duboke istorijske korene procesa globalizacije (Held et. al., 1999). Na primer, trgovina je bila važna u antičko doba, a ideje u oblasti kulture razmenjivane su širenjem carstava i religija, kao i trgovinom. Različite dijaspore, dobrovoljne ili ne, raznosile su i narode i njihove ideje širom sveta (npr. Gilroy, 1993). Dakle, proces globalizacije nije nov, iako se globalna razmena uvećala do neslućenih razmera. Apadurai tvrdi da postoji pet vrsta globalnog protoka:¹ medijska razmena (protok priča, slika i informacija putem medija), etnorazmena (protok ljudi, uključujući turiste, imigrante i izbeglice), protok finansija (promet novca i kapitala), i tehnorazmena (razmena tehnologije, mašina, i praktičnih znanja) (Appadurai, 1990). Svaki od njih stvara sopstvenu geografiju, a odnosi među njima su „duboko disjunktivni i nepredvidljivi, pošto je svaka od ovih oblasti podvrgnuta sopstvenim ograničenjima i podsticajima... dok istovremeno svaka deluje kao ograničenje i parametar za podstrek u drugoj [drugima]“ (str. 298).

Pored proučavanja procesa globalizacije, mnogi autori su razmatrali postojanje globalne kulture – zajedničkih shvatanja koja nadilaze nacionalne granice. Ovi pristupi razvili su se u različitim pravcima, na primer, Makluanov (1964) pojam globalnog sela, Valerstajnov (1974) teorije o sistemu sveta i Ajerovu (1989) raspravu o kulturnoj montaži, o kojoj svedoče postojanja videa u Katmanduu i zapadnjačkih disko-klubova na Baliju. Većina teoretičara se slaže u tome da, uprkos određenoj razmeni ideja i ideolo-

¹ Izgleda da Apadurai izostavlja globalni protok dobara, i onih za potrošnju (od hrane do odeće) i onih za poslovanje (sirovine, delovi i roba, pored mašina). To što nas podseća da postoje različite vrste tokova je važnije od teorijskog žargona koji je izumeo da bi ih opisao.

gija, ne postoji istinska „globalna kultura“ koja predstavlja jedan ujednačen – i precizno određen – pogled na svet (npr. Crane, 1992; Crane, Kawashima i Kawasaki, 2002; Featherstone, 1990; Hannery, 1900). Štaviše, kada se ljudi više usmeravaju ka globalnom, istovremeno se više usredsređuju na lokalno, jer se nacionalne države dele na osnovu rasnih, etničkih, religijskih i regionalnih pitanja, i ljudi se okupljaju prema sklonostima (Friedman 1990; Hall, 1993, Griswold, 1999). Ljudi tumače globalne proizvode unutar lokalnog konteksta, koji se očigledno razlikuje od mesta do mesta, i tako mogu da stvore novu, lokalnu verziju globalne kulture, proces koji Robertson (1995) imenuje neprivlačnom rečju *glokalizacija*.

Međunarodna razmena popularne umetnosti

Popularna umetnost, kakvu stvara industrija kulture, dostupna je širom sveta. Proizvodi koji se najviše razmenjuju su televizijski programi, filmovi i muzika. Amerika je najveći izvoznik proizvoda iz oblasti ova tri medija. Holivudski filmovi se distribuiraju širom celog sveta. To se naročito odnosi na akcione filmove. Mnogi ljudi, bez obzira na poreklo, mogu da uspostave odnos sa junacima koji pokušavaju da pobegnu iz zgrade u plamenu, broda koji tone ili od zlih progonitelja. Nasilje i uzbudljive vizuelne efekte dobro razumeju različite kulture. Komedije i filmovi o odnosima među ljudima ne prolaze tako dobro u svim društvima podjednako, tako da je njihova međunarodna distribucija manjih razmera. Giddens smatra da je prevlast Holivuda rano započela: dvadesetih godina Holivud je distribuirao četiri petine svih prikazanih filmova na svetu (Giddens, 1993: 557). Njegov uticaj traje i danas, o čemu svedoče ove statistike: „U Britaniji, na primer, američki filmovi

čine 40 odsto svih filmova koji se prikazuju u bioskopima svake godine... U Južnoj Americi je taj odnos često iznad 50 odsto u korist američkih filmova, a sličan odnos postoji i u mnogim delovima Azije, Afrike i Srednjeg istoka. Na Tajlandu, gotovo 90 odsto svih filmova koji se prikazuju su američki“ (Giddens, 1993; 558). Prema Vajldmanu i Siveku (1988, navedeno u Held et. al., 1999: 355) devedesetih godina SAD su distribuirale filmove u 79 zemalja, od kojih 56 na Ameriku računaju kao na svoj osnovni izvor filmova. U poređenju sa tim, Velika Britanija je svoje filmove izvezla u 69 zemalja, od koji se samo jedna oslanjala na Britaniju kao na svoj najvažniji izvor filmova; Indija je izvezla filmove u 42 zemlje, od kojih šest gledaju uglavnom indijske filmove, a Japan je svoje filmove izvezao u 46 zemalja, a nijedna Japan ne smatra svojim glavnim izvorom filmova. Pored izvoza novih filmova, filmska industrija izvozi i video-kasete već prikazanih filmova, što takođe može da donese znatan profit (videti Alvarado, 1988).

Teškoća sa kojom se suočavaju narodi koji žele da prave sopstvene igrane filmove je ta što su filmovi skupi i za pravljenje i za distribuciju. Held i sar. (1999: 354) izveštavaju da:

veliki broj naroda i na Zapadu i izvan njega raspolaže kapacitetima za snimanje igranih filmova. Međutim, očigledno je da samo malo država zaista i proizvede veliki broj filmova. Na primer, osamdesetih godina samo su SAD, Japan, Južna Koreja, Hongkong i Indija proizveli više od 150 filmova godišnje, i samo je još 20 ili otprilike toliko država, uglavnom zapadnih, snimilo više od 50 filmova godišnje. Drugi glavni isporučiooci filmova su SSSR, Francuska, Italija, Španija, Nemačka i Velika Britanija. I pored toga što imaju mogućnosti, većina nacija, zapravo, snimi manje od dvadeset filmova godišnje.

Mnoge države finansijski pomažu svoje filmske industrije. Ali, SAD to nisu nikada radile. U nekoj većoj meri to nije radila ni Velika Britanija od sedamdesetih godina.

Posledica je da se procenat novih stranih filmova koji se izbace na tržište u Velikoj Britaniji svake godine uvećava, od 70 odsto u šezdesetim godinama do skoro 90 odsto u novije vreme (Held et al., 1999: 356)². Ruska filmska produkcija je u opadanju posle raspada Sovjetskog Saveza i okončanja državnih subvencija. Kolonijalne i regionalne veze su značajne za izvoz filmova. Francuska, recimo, distribuira filmove frankofonskim narodima na Karibima i u Severnoj Africi. Indija je glavni snabdevač za Jugoistočnu Aziju, Persijski zaliv i afričke zemlje.

Međunarodna TV difuzija ne zavisi samo od snabdevenosti televizijskim programima, već i od dostupnosti kapaciteta za emitovanje i televizijskih prijemnika u zemljama uvoznicama. SAD su jedinstvene među narodima po tome što uvoze izuzetno malo televizijskih emisija iz inostranstva, a onih nekoliko koje uvoze potiču iz Velike Britanije.³ Uspeh američke televizije na domaćem tržištu odgovara snazi njenog tržišta za izvoz. SAD izvoze televizijske programe u gotovo sve zemlje na svetu, i na velika tržišta Latinske Amerike i Zapadne Evrope, i na manja tržišta u razvoju u Aziji, Africi i na Srednjem istoku (izuzev arapskih država). Velika Britanija ima jako tržište za izvoz televizijskih programa, ali, kao što Gidens (1993: 558) ukazuje, britansko tržište za izvoz uglavnom čine Sjedinjene Američke Države, tako da, iako su zarade od britanskog

² U poređenju sa podacima iz Heldovog izveštaja, prema Gidensovom izveštaju procenat američkih filmova koji su prikazani u Velikoj Britaniji mnogo je manji od procenta novih stranih filmova, uključujući i američke, koji se izbace na tržište u Velikoj Britaniji. Nije jasno da li ovo odražava razliku u onome što se meri (američki filmovi nasuprot svim stranim filmovima, ali i novi filmovi koji su prikazani nasuprot filmovima koji su pušteni na tržište, bilo stari ili novi) ili različite tehnike merenja. Gidens ne navodi izvore svojih statističkih podataka.

³ Većina britanskih televizijskih emisija koje su uvezene u Ameriku emituju se na Public Broadcast System (PBS), što je neke podstaklo na šalu o tome da ova skraćena označava Prevažadno Britanske Serije (Abercrombie, 1996: 99).

i američkog izvoza jednake, američki izvoz ima mnogo veći uticaj u svetu. Francuska i Nemačka takođe imaju svoja izvozna tržišta (uglavnom su to zemlje francuskog i nemačkog govornog područja), a izvoz iz Brazila, Meksika, Hong Konga, Španije i Australije je sve veći (Held et al., 1999: 362). Na primer, meksička sapunska serija *I bogati plaču* (*Tambien Los Ricos Lloran*) postala je globalni fenomen; prikazivana je širom Latinske Amerike i Pacifika, uključujući i Kinu (Lull, 2000: 172).

Kao i u slučaju filma, tako je i jedan od ograničavajućih faktora u lokalnoj produkciji televizijskog programa njena skupoća. Televizijskim programom treba ispuniti svaki dan, a uzvojni programi su često jeftiniji od pravljenja lokalnog programa. Televizija Zimbabvea (ZTV), na primer:

može da priušti produkciju oko dvanaest sati domaćeg dramskog programa godišnje, iako je produkcija jeftina, jer glumci obavljaju i druge poslove i sami sebi obezbeđuju kostime. Dramske serije poput *Ziva Kawakaba* (*Upoznaj svoje korene*) su veoma popularne kod većine crne publike, ali oglašivači znaju da će imati više koristi od novca koji daju za uvezeni program, koji se obraća uticajnijoj beloj ili srednjo-klasnoj crnoj publici. A ZTV zna da može da nabavi, recimo, jednu epizodu serije *Poroci Majamija*, po specijalnoj ceni od petsto dolara za zemlje „trećeg sveta“ – što je delić već minimalnog bužeta za jednu epizodu *Ziva Kawakaba*.

(Dowmunt, 1993: 6–7).

Postoje jaka regionalna tržišta za televiziju, naročito zbog broja sati koje treba ispuniti. Na primer, Meksiko je značajan izvoznik televizijskog programa na španskom za Latinsku Ameriku i Španiju (McNeely i Soysal, 1989). A nedavno je brazilski televizijski program uspešno izvezen u Portugal (Held et al., 1999: 372). Zatim, mnogi narodi televizijsko emitovanje doživljavaju kao način da prošire svoje nacionalne interese. Recimo, Maknili i Sojsalova izveštavaju da je Ministarstvo informisanja Bangladeša, koje

kontroliraju televizijski program, objavilo da će „programi biti pravljeni na osnovu državne politike... doći će do izraza i razvoja bangladeškog nacionalizma...“, biće uloženi trud da se izrazi muslimanska kultura, baština i ideologije“ (McNeely/Soysal, 1989: 137). Varis (1985: 21) takođe ukazuje na to da iako trećina zemalja u razvoju uvozi do 50 odsto svog televizijskog sadržaja, srazmerno mali deo stanovništva gleda te programe.

Popularna muzika, naročito anglo-američka, ima najviše uspeha širom sveta. Held i sar. tvrde da je muzika podesnija za međunarodnu distribuciju od drugih oblika kulture, jer se ne oslanja na jezik kao na osnov svog uticaja (Held et al., 1999). (Mada to pobija činjenica da američki i britanski slušaoci nisu skloni tome da kupuju popularnu muziku koja nije na engleskom jeziku. Druge zemlje ne pokazuju toliki šovinizam u pogledu jezika; i pored toga, većina zemalja snima lokalne verzije međunarodno popularnih pesama na domaćem jeziku.) Held i sar. smatraju da su „rokenrol i njegovi različiti izdanci dospeli do Evrope isto toliko radijskim emitovanjem koliko i putem koncertnih dvorana i prodavnica ploča... [Ali], radio je bio i važno sredstvo prenošenja lokalnog, kao i održavanja i ponovnog stvaranja lokalnih identiteta radom etničkih radio-stanica“ (Held et al., 1999: 351).

Kao i drugim oblicima popularne umetnosti, tako i međunarodnom distribucijom muzike dominiraju velika preduzeća iz „prvog sveta“, naročito američka. Ipak, malih muzičkih kompanija ima mnogo više po svetu nego televizijskih ili filmskih. Muzički producenti iz velikih zemalja prave ugovore sa lokalnim kompanijama, a zatim lokalne proizvode distribuiraju zajedno sa međunarodnim (Crane, 1992: 169–70). Piratske radio i muzičke stanice zasnovane na zapadnjačkim rok žanrovima jako su uticale na jačanje nacionalnih pokreta otpora. U Litvaniji, na primer, rok muzika je osamdesetih pomogla da se izgradi narodno zajedništvo protiv Sovjetskog Saveza. Devedesetih je jedan pevač slavio međugeneracijske veze i podsticao Litvance

svih godina da zajedno rade na obnovi zemlje nakon odlaska Rusa (Lull, 2000: 176–9). Popularna muzika u sebi nosi otpor, još od jačanja američkog suprotstavljanja ratu u Vijetnamu; zapravo, još od kad je Elvis prvi put zanjihao svojim bokovima (Bennett, 2001).

Postoji i globalno tržište knjiga, mada je ono uglavnom ograničeno na najprodavanije romane (i ozbiljne i popularne proze) i nagrađena dela. Promet knjiga nije tako veliki kao protok muzike, televizijskih programa i filmova, i većinom je ograničen na zemlje „prvog sveta“ (videti Crane, 1992: 167–68; Held et al., 1999: 346). Američki izdavači dele tržište sa Velikom Britanijom, Francuskom, Nemačkom i Španijom. Amerika više knjiga uvozi nego što izvozi, u odnosu na osam različitih zemalja. U tom smislu, globalno tržište knjiga razlikuje se od bilo kog drugog oblika popularne umetnosti.

Medijski imperijalizam

Teza

Prema tezi o medijskom imperijalizmu, kada razvijene zemlje, naročito Sjedinjene Američke Države, izvoze proizvode svoje kulture u ostatak sveta, naročito u zemlje trećeg sveta, onda je domaća umetnost, i folk i popularna, ugrožena i zamenjena stranim proizvodima. To dovodi do nesrećne homogenizacije raznorodnih umetnosti sveta. Uz to, industrija kulture je sve više u rukama malog broja velikih medijskih konglomerata, koji su zainteresovani isključivo za stvaranje profita (videti, npr. Herman/MacChesny, 1997; Schiller, 1969; 1989). Rasprava o medijskom imperijalizmu više se bavi međunarodnom homogenizaci-

jom načelno – na primer, sveprisutnošću lanca brze hrane Mekdonalds i prevlašću umetnosti koju proizvode kapitalistička preduzeća, kao i kapitalističkom ideologijom i potrošnjom (npr., Baudrillard, 1970 [1998]; Ewen, 1976). Globalni mediji se doživljavaju kao emisari ovih ideologija i homogenizacije (Herman i McChesney, 1997). Često se koristi metafora kolonijalizacije: proizvodi kulture prvog sveta „napadaju“ zemlje trećeg sveta i „osvajaju“ lokalne kulture. Prema jačoj verziji ovog pristupa, vladanje svetom (u kulturi) eksplicitni je cilj nacionalnih država, ili korporacija, koje izvoze kulturu (videti Tomlinson, 1991, za kritičku analizu teorija i rasprava koje se odnose na medije i kulturni imperijalizam).

Procena

Teza o medijskom imperijalizmu ima mnoštvo nedostataka. U prvom slučaju, teoretičari koji zastupaju ovu tezu ponekad poistovećuju „američko“ sa multinacionalnim korporacijama čije je sedište u Sjedinjenim Državama. Amerikanci, kao narod, ne pokušavaju da svojom kulturnom ideologijom dominiraju svetom. Umesto toga, korporacije pokušavaju da naprave profit korišćenjem onih oblika kulture koji se ljudima širom sveta najviše dopadaju. Izjednačavanje prevlasti koje američke firme imaju u globalnom širenju popularnih umetnosti sa američkom kulturnom hegemonijom je pogrešno, mada je izvesno da ove korporacije neguju ideale kapitalizma i potrošnje koji preovlađuju u američkom društvu. I pored toga, ekonomska kontrola ne znači nužno i kontrolu u oblasti kulture. Ono što je značajnije jeste da teza o medijskom imperijalizmu podrazumeva naglašen model centra i periferije i jednosmeran protok materijala od „Zapada“ ka „ostalima“

(Varis, 1974). Kao što kaže Hanerc, ova teza iznosi sledeći stav: „Kada centar govori, periferija sluša, i u celini uzevši, ne uzvraća odgovor“ (Hannerz, 1989: 67). Ovoj ideji protivureći mnoštvo dokaza o međuregionalnoj distribuciji televizijskih programa (McNeely/Soysal, 1989), lokalnoj muzičkoj produkciji popularnih stilova (Held et al. 1999) i jakim centrima filmske produkcije izvan SAD, tj. u Francuskoj (Scott, 2000) i zemljama trećeg sveta, tj. Bolivudu u Indiji (Penkakur/Subramanyam, 1996). Uz to, neki od izvezenih programa bili su prilagođeni za lokalno stanovništvo (McNeely/Soysal 1989: 142).

U Izraelu je Velika ptica iz *Ulice Sezam* zamenjena grubljim likom za koji se smatralo da bolje odgovara lokalnom temperamentu – ogromnim bodljikavim prasetom po imenu Kipi (Shipler, 1983). Za špansku verziju ove emisije „velika ptica“ je postala zeleno-narandžasti papagaj Montoja, mačo tip.

(Meislin, 1983)

Hanerc smatra da se motivi razvijenih zemalja za širenje popularnih umetnosti takođe značajno razlikuju:

Amerikanci, uglavnom, ne očekuju da su značenja i oblici kulture koje oni stvaraju bliski samo njima; verovatno zato što su već godinama svedoci toga da praktično svako može da postane Amerikanac. Francuzi su skloni da svoju kulturu dožive kao dar svetom. Oni smatraju da imaju *mission civilisatrice*. Japanci, s druge strane – tako se bar tvdi – smatraju da je čudno misliti da bilo ko može da „postane Japanac“, a svoju kulturu izlažu u okviru organizovanih međunarodnih gostovanja, što je način da prikažu njenu nesvodivu osobenost, a ne da bi je širili.

(Hannerz, 1989: 67–68)

Kac i Vedel tvrde da narodi prolaze kroz različite faze u svom oslanjanju na uvezenu kulturu (Katz/Wedell, 1977). Mnogim državama je previše skupo da same popunjavaju

televizijski program, na primer, tako da ga uvoze iz inostranstva. Međutim, razvijajući sopstvene kapacitete sve manje se oslanjaju na uvezene proizvode. Vrhunac izvoza televizijskih programa iz Sjedinjenih Država bio je šezdesetih godina (Giddens, 1993: 559), a broj međunarodnih gledalaca spektakularno uspešnog *Dalasa* nije nadmašio nijedan potonji TV šou. Neki autori tvrde da je *Sajnfeld* bio poslednji američki televizijski hit u zemlji. Oni smatraju da će zbog sve većeg izbora televizijskih kanala u Americi broj domaćih gledalaca pojedinih programa verovatno i dalje biti u opadanju (videti Lull, 2000: 125). Mogućnost da publika izabere među mnoštvom različitih programa, uključujući i lokalne programe, u budućnosti može da odlikuje televizije svih država.

Briga da će širenje popularne umetnosti svetom pomračiti domaću umetnost je nešto što se tvrdi, ali retko razmatra: „Većina dokaza koji se nude su tek na nivou anegdota ili slučajnosti. Pronalaženje pripadnika novogvinejskog plemena koji okupljeni oko TV-a u sparnoj džungli gledaju *Bonancu* ili alžirskih nomada koji prate *Dalasa* u vreloj pustinji često se nude kao dovoljni dokazi“ (Lealand, 1984: 6–7). Pored toga, mnoga istraživanja su pokazala da ljudi na različite načine konzumiraju kulturu. Pristup filmovima, televiziji i muzici razlikuje se među zemljama i regionima, baš kao i obrasci gledanja i slušanja (npr. Lull, 1988). Takođe, ljudi tumače uvezene kulturne predmete u odnosu na sopstveno poreklo, tako da se značenja izvedena iz umetnosti razlikuju od mesta do mesta (npr. Liebes/Katz, 1993). Benet, na primer, pokazuje kako lokalne zajednice preoblikuju muzičke stilove, kao što, recimo, rade Britanci sa repom i hip-hopom kad prave sopstvenu muziku (Bennet, 2000). Duž ovih razmatranja, Grizvoldova i Bastijan pokazuju kako nigerijski autori prelažu zapadnjačke odrednice i obrasce ljubavnih romana dok ih pripremaju za objavljivanje na lokalnom tržištu (Griswold/Bastian 1987).

Teza o medijskom imperijalizmu iznosi samo štetne učinke uvezene kulture. Hanerc, međutim, razmatra da li je uvoz kulture nužno loš:

Aktuelna shvatanja kulturnog imperijalizma do neslučenih razmera podvlače čudnovatu činjenicu da, prema ekonomiji kulture, primiti može da znači izgubiti. U tom smislu, oni su koristan protivotrov starim shvatanjima koja su „teret belog čoveka“ – o darivanju kulture od centra ka periferiji kao nepatvorenom dobročinstvu. Ipak, možda će nam detaljnije ispitivanje omogućiti da vidimo više nijansi na ovoj slici. U oblastima znanja i intelektualnog života u načelu, teško da uzimamo zdravo za gotovo sukob između transnacionalnog protoka kulture i lokalnog stvaralaštva u kulturi, kao što to činimo sa popularnom kulturom. Bez određene otvorenosti ka podsticajima koji dolaze iz spoljašnjeg sveta, očekivali bismo da nauka, umetnost i književnost osiromaše... Ne bi bilo nigerijskog dobitnika Nobelove nagrade 1986, da se Vole Sojinka nije kreativno oslanjao i na svoje poznavanje svetske književnosti i na maštu ukorenjenu u nigerijskoj mitologiji, i obe preobrazio u nešto jedinstveno... Zašto, onda, tako spremno pretpostavljamo da u [transnacionalnom širenju popularne kulture] odnos između lokalne i uvezene kulture može samo da bude takmičarski?

(Hannerz, 1989: 70–1)

Teza o medijskom imperijalizmu, stoga, ima mnogo toga zajedničkog sa drugim spisima o uticaju medija, kao i sa oblikujućim pristupom u načelu (o kome je bilo reči u poglavlju 3). Kao i oblikujući pristup, tako se stanovište medijskog imperijalizma dovodi u pitanje delima o recepciji kulture (videti poglavlja 10 i 11).

Ipak, zabrinutost zbog homogenizacije kulturnih formi nije sasvim neosnovana. U jednoj studiji o američkoj i kanadskoj književnosti, Korsova pokazuje da je sadržaj najprodavanijih romana praktično isti u obe zemlje, za razliku od onih koji su nagrađeni književnim nagradama i kanonskih romana (onih koji su u univerzitetkim pro-

gramima za kanadsku i američku književnost), gde postoje veće razlike među ovim zemljama (Corse, 1995, 1996). Ona tvrdi da sličnost između ovih zemalja u pogledu popularnih romana potiče od činjenice da romane objavljuje isti skup izdavača koji primenjuje istu vrstu tehnika koje se koriste za tržište za veliki broj potrošača da bi dospeli do slične publike.⁴

Held i sar. (1999: 346–50) razmatraju spajanje multinacionalnih medijskih kompanija. Oni pokazuju da 20–30 multinacionalnih korporacija kontroliše veliki deo tržišta zabave i komunikacija u praktično svakom delu sveta. Sve ove korporacije se nalaze u razvijenim zemljama, a u njihovo vlasništvo spadaju filmska, video i televizijska produkcija, vlasništvo nad zemaljskim, kablovskim, satelitskim ili digitalnim televizijskim kanalima, snimljenom muzikom, radiom, novinama, časopisima, izdavanjem knjiga, pristupom internetu i onlajn izdavaštvu, kao i drugim poslovima. Međutim, struktura vlasništva je složena. Firme iz jedne zemlje često imaju udeo, preko deonica koje poseduju, u firmama koje se nalaze u drugim zemljama. Na ovaj način, mnoge velike američke konglomerate „poseduju“ japanske, nemačke i holandske kompanije. Pored toga, mnoge proizvode koji se dovode u vezu sa ovim firmama ne proizvodi samo jedan konglomerat, već su kao zajednički poduhvat napravljeni u spoju sa drugim medijskim kompanijama. Većina je povezana sa nacionalnim i lokalnim organizacijama, podjednako radi proizvodnje i širenja proizvoda.

Jednu drugačiju – zapravo suprotnu – brigu teoretičari ma zadaje ne homogenizacija već usitnjavanje. Ona može

⁴ Korsova ne tvrdi da su romani koje proučava ujednačeni, već pre da su popularni romani ove dve zemlje slični po svojim varijacijama. Takođe smatra da književnost i dalje ima značaja u stvaranju ideja nacionalne kulture i da elite na taj način koriste podjednako nagrađena i kanonska dela. Ovim se, takođe, osporava ideja globalne ujednačenosti, jer su nacionalne države daleko od nestajanja.

da se uoči još kod Dirkema koji je „ukazao na paradoks da u društvu sa izuzetno razvijenom podelom rada jedino što ljudi imaju zajedničko jeste njihov individualizam“ (Griswold, 1994: 149–50). Lull (2000) govori o podeli publike u niše, što dovodi do segmentacije ili čak „hipersegmentacije“ (Turow, 1997), i razmatra mogućnost da „takvo usitnjavanje publike još više umanja broj zajedničkih iskustava jednog društva, što bi dovelo do štetnog gubitka zajedništva i mogućeg nastajanja društvenih polarizacija“ (Lull, 2000: 124). Mada ne odbacuje smesta ovu zabrinutost, on nagoveštava da se ona pre svega odnosi na razvijene zemlje sa dugom istorijom usitnjavanja tržišta u industriji i visoko razvijenom podelom rada. On smatra da popularne umetnosti, naročito televizija, mogu da učine više za okupljanje ljudi u zemljama kao što su Meksiko i Kina, bar nakratko, a zatim da ih razdvoji. Pa ipak, proučavajući učinak industrije kulture, izgleda da je homogenizacija loša, ali da je loša i raznolikost.

Međunarodni protok dela lepih umetnosti

Dela lepe umetnosti kreću se međunarodnom pozornicom putevima koji se znatno razlikuju od puteva popularne umetnosti. Jedna očigledna razlika je da su tržišta dela lepih umetnosti manja i decentralizovanija. Pored toga, globalni kontekst je izuzetno komercijalizovan, a pošto je nekomercijalna umetnost deo globalne ekonomije, ona u njemu ima srazmerno malu ulogu. Prema Heldovim rečima:

[globalizujući sistemi se] intenzivno koriste za poslovanje i trgovačke veze, kao i za proizvodnju, prenošenje i recepciju popularne kulture. Elitne, visoke, akademske i naučne kul-

ture, iako očigledno koriste ove tehnologije, a povremeno sačinjavaju i njihov sadržaj, duboko su utopljene u sisteme poslovnih podataka i komercijalizovane popularne kulture. U istoriji ne postoji ništa slično ovim intenzivnim i ekstenzivnim oblicima protoka kulture, koji su, pre svega, oblici bogaćenja i zabave. Tu spada i nagli razvoj međunarodnih putovanja i masovnog turizma od 1945. I opet, istorijska prethodnica ove pojave je elitni turizam 19. veka u Evropi, ali je on i po obimu i razmeri minimalan u odnosu na današnju industriju.

(Held et al. 1999: 368)

Mnoge forme lepih umetnosti zasnivaju se na konvencijama koje su zajedničke raznim narodima. Krejnova ukazuje na to da su simfonijski orkestri i operne kompanije upravo takve internacionalne forme (Crane, 1992: 170). Njih u velikoj meri ima u zapadnim i postkomunističkim društvima i izvode sličan klasični repertoar zasnovan na evropskim kompozitorima.⁵ (Postoji nekoliko simfonijskih orkestara u Latinskoj Americi, ali njih uglavnom nema u zemljama trećeg sveta i dalekog istoka.) Likovne umetnosti takođe spadaju u međunarodnu formu. Dela koja zahvataju raspon od pećinskih crteža preistorije do vrhunskih prodora savremene umetnosti uvažavaju i posmatrači i kolekcionari širom sveta. Muzeji umetnosti, kao forma kulture, takođe postoje širom sveta, mada se njihov sadržaj umnogome razlikuje. Krejnova smatra da zbirke najvećih enciklopedijskih muzeja sveta, poput Metropolitena muzeja u Njujorku ili Luvra u Parizu, oličavaju kulturu celog sveta (Crane, 1992: 171).

Dela lepe umetnosti većinom cirkulišu u razvijenim zemljama. Tu spada i međunarodna razmena dramske

⁵ U sklopu protoka klasične muzike, simfonijski orkestri idu na turneje. Međutim, kao što se može pretpostaviti, „turneje po svetu“ obuhvataju razvijene zemlje, a mnogo ređe velike gradove u drugim regionima.

umetnosti, naročito između Vest Enda u Londonu i njujorškog Brodveja. Umetnička dela cirkulišu na globalnom nivou na velikim međunarodnim izložbama, mada se i tu ova razmena uglavnom odvija među razvijenim zemljama.⁶ Umetničko je tržište, naročito tržište dela starih majstora koja se prodaju na aukcijama, internacionalno. Cene su visoke, tako da samo najbogatiji ljudi na svetu ili institucije učestvuju u nadmetanju ponudama. Privatna lica na licitacijama najčešće su zapadnjaci, mada su osamdesetih i devedesetih mnoga dela lepih umetnosti prodana japanskim korporacijama. Većina svetskih muzeja nije dovoljno bogata da učestvuje na tržištu, a to znači da ima samo nekoliko bogatih institucija, kao što je Geti muzej, koje mogu da se nadmeću za stara, retka dela. Zbog toga su mnoge zemlje donele zakone kojima se pojedincima zabranjuje da prodaju stara dela izvan nacionalnih granica ako ih prvo nisu ponudili nacionalnim muzejima i oni ih odbili, i uvele su poreske olakšice da bi podstakli naslednike da dela daju muzejima umesto da ih prodaju da bi platili nasledne takse. I najslavniji savremeni umetnici prodaju svoja dela po visokim cenama (ali ne toliko visokim kao što su cene retkih dela starih majstora) međunarodnoj klijenteli, bilo preko prodajnih agencija bilo na aukcijama.

Visoke cene podstakle su crno tržište ukradenih umetničkih dela i antikviteta, kao i falsifikata (Meyer, 1973; Dutton, 1983). Zemlje poput Italije, Grčke, Turske, Tajlanda, Meksika i Gvatemale, u čijim arheološkim nalazištima ima antikviteta, najčešće su mete krađa (Elia, 1995; Tubb, 1995). Ova dela, koja nisu uvedena u spisak, krađu se i krijumčare iz zemlje. „Poreklo“ (istorija vlasništva) ponekad se krivotvori, a kada to nije slučaj, dela se bez dokumentacije prodaju beskrupuloznim trgovcima koji ih, za uzvrat, prodaju kolekcionarima i muzejima. Ako se otkrije

⁶ Lai (2002) se bavi međunarodnim izložbama koje putuju iz mesta u mesto, uključujući one koje dolaze u Tajvan i koje kreću iz njega.

da je delo ukradeno, zemlja koja je njegov pravi vlasnik može da pokrene postupak za povraćaj dela.⁷ Međutim, u mnogim slučajevima teško je dokazati krađu, pošto su predmeti mogli da budu nepoznati vlastima u vreme kada su uzeti. Pored toga, međunarodni sporazum o zaštiti ukradenih antikviteta je nastao tek 1970⁸ (a ni tada ga nisu potpisale sve države; Bator, 1982). Dela koja su ukradena pre tog datuma nisu obuhvaćena ovim sporazumom, a nisu ni dela koja su prethodne generacije uvrstile u svoje zbirke na način koji danas smatramo moralno sumnjivim (videti proučavanje slučaja 9.1).

Iz muzeja se ponekad kradu i dobro poznata dela. Povremeno se predaju za otkup, mada najčešće prosto iščeznu. Takva dela ne mogu da se prodaju na otvorenom tržištu, ali članovima podzemlja mogu da posluže kao novac. Kao i ukradeni antikviteti, tako i ukradena dela lepih umetnosti mogu dovesti do napetosti u odnosima među narodima. Američka policija, na primer, usmerava se na hvatanje lopova, dok su italijanske vlasti usredsređene na to da delo vrate, pa čak i ako to znači da će se negativci izvući.

Umetnička dela su prelazila državne granice, što je bila posledica ratnih pljačkanja. Čuvane su Napoleonove krađe umetničkih dela tokom prelaska Evrope, naročito dela iz Vatikana, ali je posle poraza kod Vaterloa bio primoran da ih vrati. Nacističke snage su otele mnoštvo umetničkih dela od naroda koje su okupirale, a ukrale su, posredno

⁷ Pored toga što nenamerno kupuju ukradena dela, mnoge muzeje i kolekcionare prevare i falsifikati (WGBH Fondacija za obrazovanje, 1991). Kao i ukradena dela, i falsifikati su često snabdeveni lažnim poreklom. Kada se falsifikat razotkrije, niko više ne želi da ga uzme nazad, tako da dela koja su nekad krasila važna mesta u muzeju i koja su, često, prolazila sud kritike i dobijala priznanje, završavaju u skladištima. To dovodi do zanimljivog pitanja o tome kako umetnost stiče i estetsku i finansijsku vrednost (videti Zolberg, 1990: 85–92).

⁸ To je *Konvencija Uneska o zabrani i prevenciji nedozvoljenog uvoza, izvoza i transfera vlasništva nad kulturnom svojinom* iz 1970.

ili neposredno, i umetnička dela iz jevrejskih zbirki (Nicholas, 1994). Veći deo je vraćen, mada se o zahtevima za odštetu koje su podnele mnoge jevrejske žrtve i dalje odlučuje, zbog silnih problema vezanih za potkrepljivanje zah-teva u odsustvu dokumenata, od kojih su mnogi uništeni u ratu. U skorije vreme, umetnička dela koja su nestala tokom Drugog svetskog rata pojavila su se u muzeju Ermitaž u Petrogradu, i tek ih treba vratiti (Simpson, 1997).

Prajsova prati kretanje umetničkih predmeta od zemalja trećeg sveta ka razvijenim zemljama (Price, 1989). Naročito se bavi zapadnjačkim zbirkama dela „primitivne“ umetnosti. Ona pokazuje kako se sa uvozom menjaju značenja umetničkih dela. Dela se fetišizuju kao „mračna“ i „seksualna“. Štaviše, zapadnjaci su skloni tome da veruju da takva dela predstavljaju duh zajednice ili plemena koje ih je stvorilo. Ovo uverenje je suprotno zapadnjačkom doživljaju sopstvene umetnosti, prema kome se ona povezuje sa pojedincima, umetnicima sa imenom i prezimenom. Identitet umetnika starijih „primitivnih“ dela možda je izgubljen; savremeni stvaraoci su poznati, ali često nisu zapaženi. To može da stvori probleme, kao kada se delo živog aboridžinskog umetnika pojavilo na australijskoj novčanici, a da nije potpisan ni plaćen (Bennett, 1980; videti primer 3). Prajsova smatra da su trgovci umetničkim delima podigli cene nezapadnjačke umetnosti da bi sami više profitirali, ali da su i oni, baš kao i kolekcionari koji su pogrešno razumeli prirodu ove umetnosti, propustili da se prema umetnicima koji nisu sa Zapada u finansijskom pogledu ophode isto kao što bi to radili prema zapadnim umetnicima.⁹ Ona takođe smatra da je zapadnjačko korišćenje umetnosti naroda trećeg sveta primer nepravednog prisvajanja kulture.

⁹ Situacija je donekle poboljšana od vremena kad je Prajs pisao. Na primer, mada cene još nisu dostigle one dela zapadnih umetnika, ipak su povećane, a imena živih umetnika koji rade u tradicionalnim stilovima postala su dobro poznata u umetničkim krugovima.

Jasno je, dakle, da lepe umetnosti prelaze granice država i da to dovodi do brojnih problema. Kao što smo već uočili, brige vezane za protok dela lepih umetnosti znatno se razlikuju po svojoj prirodi od onih koje se odnose na protok dela popularnih umetnosti. Nasuprot lepim i, naročito, popularnim umetnostima, folk umetnost – po definiciji čvršće povezana sa lokalnim kulturama – ima malu ulogu u globalnoj ekonomiji. Povremeno neke folk umetničke

Primer 9.1 Australijska novčanica od jednog dolara

Zapadnjaci mogu da se drže neproverenih kulturoloških pretpostavki o takozvanoj primitivnoj umetnosti. O tome može da svedoči ova neobična priča.

Malangi, umetnik iz Arneklenda u Australiji, specijalizovao se za slikanje na kori drveta. Njegove slike dopale su se jednom mađarskom kolekcionaru koji ih je kupio i doneo u Evropu. Kolekcionar je 1963. poklonio jednu Malangijevu sliku Muzeju umetnosti Afrike i Okeanije u Parizu. Kasnije te godine, jedan kustos muzeja je poslao mnoštvo slajdova sa delima australijskih Aboridžina jednom službeniku koji je radio na prebacivanju australijske valute na decimalni sistem, što je zahtevalo i nov dizajn novčanice. Dotični službenik je poslao zbirku slajdova dizajnerima svoga tima. Oni su osmislili izgled novčanice od jednog dolara i ukrasili je aboridžinskim motivom – zapravo, iskoristili su Malangijev dizajn bez ikakve izmene.

Srećom, kada je novčanica puštena u opticaj, jedan učitelj je prepoznao Malangijev rad i pozvao novinara. Pominjao se sudski postupak, ali do toga nije došlo, a Malangi je primio i nadoknadu i priznanje u vidu medalje sa ugraviranim imenom za svoj umetnički rad. Ipak, novčanica je i dalje na sebi imala inicijale dizajnera belca. Kada su ga upitali kako je tim dizajnera mogao da, zapravo, ukrade nečiju sliku, guverner banke je odgovorio da su svi prosto pretpostavili „da je slika delo nekog tradicionalnog aboridžinskog umetnika koji je odavno mrtav“ (Bennett, 1980: 45).

grupe, kao što su plesne trupe, putuju u različite zemlje da bi predstavile svoju umetnost. I folk umetnost može da preuzme industrija kulture i pretvori u robu, kao u slučaju fenomena „world music“ (Robinson et. al., 1991). Na sličan način, izgleda da su veliki medijski konglomerati predodređeni da igraju značajnu ulogu u lepim umetnostima. Na primer, Majkrosoft Bila Gejtsa je kupio prava na prikazivanje slika iz brojnih pinakoteka i muzeja širom sveta.

Kulturni turizam

Kako se masovni turizam dramatično širio posle Drugog svetskog rata, sve više je postajao predmet proučavanja naučnika (a mnogi su ga dovodili u vezu i sa temama kao što je, na primer, vremensko–prostorno sažimanje sveta). Postoji mnogo važnih pitanja u vezi sa turizmom o kojima se ovde ne raspravlja. Na primer, pitanje nejednake raspodele turista u pogledu zemalja iz kojih potiču i destinacija koje biraju, ekonomskog uticaja turizma i njegovog potencijala za prenaseljavanje i zagađivanje ekološki osetljivih mesta i očuvanih starih sela. Umesto toga, ukratko razmatramo odnos masovnog turizma prema lepim umetnostima i kulturnoj baštini.

Da li „kulturni turizam“ utiče na način na koji se umetnost čuva, pokazuje i doživljava? Izvesno je da on ima važnu ulogu u formiranju publike za određene oblike kulture. Pedeset odsto publike koja gleda predstave londonskog Vest Enda čine strani turisti (Urry, 1990: 51). I posetioci muzeja umetnosti, naročito onih u velikim gradovima, velikim delom su turisti, i strani i domaći. Tri četvrtine stranih posetilaca Velike Britanije posete bar jedan muzej ili galeriju tokom svog boravka (Urry, 1990: 106). Komercijalizacija visoke kulture, naročito u vidu muzej-

skih restorana i prodavnica, može se, delom, pripisati povećanju broja turista. Turizam je odigrao ulogu i u usponu međunarodnih hit izložbi. Izložbe na kojima su zajedno *Tutankamonovo blago* i Moneovi *Lokvanji* podstiču putnike, i domaće i strane, da dođu u muzeje. Posetioци ovih hit izložbi, i lokalna publika i turisti, na ovakvim predstavama konzumiraju umetnost kao događaj ili spektakl, a ne u tihoj kontemplaciji kojoj su skloni poznavaoци umetnosti (Alexander, 1996 a, c).

Borstin (1964) tvrdi da turisti traže „zaštitni omotač“ kad putuju, da bi se sačuvali od neočekivanog i neprijatnog. Zato traže „pseudodogađaje“ umesto stvarnih iskustava. Diznilend je simbol *par excellence* ovakve zaštite. Makanel (1976) sledi Borstinove ideje, ali smatra da turisti ne tragaju namenski za pseudodogađajima, već da aktivno tragaju za autentičnim događajima. Ali, pošto je autentičnost teško pronaći, i pošto se neočekivano pojavljuje kad nije dobrodošla, industrija turizma stvara „insceniranu autentičnost“. U tom smislu, umesto susreta sa autentičnom folk umetnošću i lokalnim rukotvorinama, turisti dobijaju prepakovanu folk umetnost pretvorenu u robu i kupuju „aerodromske“ i „turističke“ rukotvorine. Uri smatra da je sam doživljaj umetnosti – i baštine i pejzaža – izmenjen turizmom (Urry, 1990). „Pogled“ turista menja predmet, koji od znaka za nešto postaje „znak za samog sebe“ (str. 3). Turisti odlaze da vide Ajfelov toranj zato što je čuven i zato što je tu. Fotografiju ga i fotografiju se pored njega. „Pogled nastaje putem znakova, a turizam predstavlja zbirku znakova. Kada turisti vide... Pariz, ono što zahvataju pogledom je 'bezvremeni, romantični Pariz.' Kada vide malo selo u Engleskoj, ono što upijaju očima... jeste stara Engleska“ (str. 3). Mesta kao što su Nijagarini vodopadi u SAD ili Gretna Grin u Škotskoj „postala su označitelji, sada ispražnjeni od značenja, potpuno komercijalizovani klišeji“ (str. 11). Tako su čak i autentična okruženja pod pogledom turista postala simulakrum (uzimanje pseudo za stvarno), isto toliko neautentična kao i Diznilend. Neko bi

možda poželeo da ispita koliko je turista koji zapravo iskuše čak i ovaj potonji doživljaj gledanja, ali to je suvišno, jer njihovo gledanje dobro dočarava popularna izreka „bio sam tamo, radio to“.

Zaključak

Literatura o globalizaciji je raznolika i često se oslanja na pretpostavke od kojih polaze zastupnici oblikovnog pristupa. U tom smislu se globalizacija, naročito popularnih umetnosti, doživljava kao da zagovara homogenizaciju umetnosti na najnižim nivoima umetničke vrednosti. Proizvodi industrije kulture doživljavaju se kao nešto što potiskuje vredniju domaću umetnost. Na ove brige se može odgovoriti ukazivanjem na to kako se popularna umetnost oblikuje unutar lokalnih okolnosti. I pored toga, koncentracija velikog broja različitih medijskih koncerna u rukama nekoliko velikih multinacionalnih kompanija koje se, većinom, nalaze u razvijenim zemljama, ostaje problem. Umetničke i estetske forme ne miruju, već moraju da se otvore ka novim uticajima. Mešanje sa nečim drugim utiče na ishod u estetskom pogledu, o čemu govori produkcionni pristup u načelu. Međutim, posmatrači se ne slažu oko toga šta sačinjava autentičnu naspram „izvedene“ umetnosti, a krajnji učinci pripajanja formi popularne umetnosti (i visoko kvalitetnih i „iskvarenih“, dela nižeg kvaliteta) od strane lokalne umetnosti (koja i sama može da obuhvata i stvaralačku umetnost i „smeće“) predmet su velike rasprave.

Teorija globalizacije nadahnjuje se i interpretativnim pristupom i stanovištem potrošnje – usredsređuje se na recepciju globalnih proizvoda i na mnoštvo načina na koje pojedinci po sopstvenom nađenju spajaju predmete

kulture na jedinstvene načine. Ona se oslanja na postmodernu razmišljanje, jer razmišlja o usitnjavanju sveta i o simulakrumu i prizoru. Drugo istraživanje je više pozitivistički usmereno, pokušavajući da proceni globalni protok umetničkih dela. Ono je pokazalo da su središte – periferija modeli širenja (od razvijenih ka zemljama trećeg sveta) previše jednostavni. Ali, veliki metodološki problemi se skrivaju u njihovim merenjima podataka. Različite zemlje prikupljaju podatke o protoku kulture na različite načine i radi različitih ciljeva, a podaci iz industrija kulture mogu da budu nedovoljni – i da budu prikupljeni u poslovne, a ne istraživačke svrhe.

Na lepe umetnosti utiče globalizacija, ali se dinamika uvećavanja međunarodnih veza odvija drugačije nego u slučaju popularnih umetnosti. Turizam menja usmerenje takvih turističkih atrakcija kao što su pozorišta i muzeji, što navodi mnoge da krive turiste, bar delom, za sve veću komercijalizaciju ovih institucija. Više ljudi vidi više umetnosti nego ikada pre, jer dela putuju do njihovih lokalnih mesta, a turisti putuju u inostranstvo, ali visoke cene usmeravaju protok one najbolje umetnosti ka bogatim zemljama i pojedincima. Od toga korist ima finansijska elita, baš kao što od međunarodne razmene popularne umetnosti izgleda da korist imaju kapitalisti. Visoke cene sputavaju muzeje da nabavljaju najbolja (tj. najskuplja) dela koja se pojavljuju na tržištu, a takođe podstiču međunarodnu trgovinu krivotvorenim delima, falsifikatima i ukradenim predmetima. I dok međunarodna razmena dela lepih i popularnih umetnosti dovodi do dubljeg i celovitijeg poznavanja različitih umetnosti iz celog sveta, očigledno je da globalizacija ima potencijal za stvaranje štetnih posledica.

Studija slučaja **Povratak Elginovih mermernih skulptura (ili skulptura sa Partenona)?¹**

Teme za razgovor

1. Koji se razlozi navode u prilog vraćanju Elginovih skulptura/skulptura sa Partenona u Grčku? Koji se razlozi navode u prilog tome da ostanu u Britanskom muzeju?
2. Kome ove skulpture pripadaju? Britanskom muzeju, britanskom narodu, grčkom narodu, svim ljudima sveta? Kako bi odgovor na svako od navedenih pitanja mogao da doprinese debati o tome gde ove skulpture treba da se nalaze?
3. Da li skulpture treba da budu vraćene u Grčku?

Studija

Istorija

Atinska skupština je 448. godine pre n.e. odlučila da izgradi hram posvećen boginji Ateni na najvišem vrhu Akropolja, utvrđenje smešteno na najvišem brdu u gradu.

¹ Prilično mnogo se pisalo o Elginovim skulpturama/skulpturama sa Partenona. Preporučujem knjige: Chamberlin (1983), Cook (1997), Hitchens (1987), Lowenthal (1985), Merimana (1985) i Meyer (1973).

Biblioteka
NAUKA

Edicija
UDŽBENICI, PRIRUČNICI, MONOGRAFIJE

Urednik
Prof. dr Ilija Vujačić

Glavni i odgovorni urednik
Slobodan Gavrilović

Jelena Đorđević

STUDIJE KULTURE

Zbornik

SADRŽAJ

Izjava zahvalnosti	9
<i>Jelena Đorđević</i>	
Uvod	11

ELITNA I MASOVNA KULTURA

<i>Metju Arnold</i>	
Kultura i anarhija	37
<i>Frenk Rejmond Livis</i>	
Masovna civilizacija i manjinska kultura	43
<i>Dvajt Mekdonald</i>	
Teorija masovne kulture	51
<i>Teodor Adorno i Maks Horkhajmer</i>	
Kulturna industrija	66
<i>Valter Benjamin</i>	
Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije	100
<i>Rejmond Viliijams</i>	
Analiza kulture	124
<i>Ričard Hogart</i>	
Prokleta bogat život i novija masovna umetnost: seks u izlizanim džepovima	134

DOMINACIJA I OTPOR

<i>Luj Altiser</i>	
Ideologija i državni ideološki aparati (beleške za jedno istraživanje)	143
<i>Antonio Gramši</i>	
Hegemonija, intelektualci i država	148
<i>Pjer Burdije</i>	
Klasni ukusi i životni stilovi	155
<i>Mišel Fuko</i>	
Istorija seksualnosti	178
<i>Mišel Fuko</i>	
Nadzirati i kažnjavati	186

<i>Mišel de Serto</i> Pronalazak svakodnevnog	232
--	-----

ZNACI/KULTURA/ZNAČENJA

<i>Rolan Bart</i> Mit je govor	249
---	-----

<i>Stjuart Hol</i> Kodiranje, dekodiranje	275
--	-----

<i>Dik Hebdidž</i> Potkulture – značenje stila	286
---	-----

POPULARNA KULTURA

<i>Stjuart Hol</i> Beleške o dekonstruisanju „popularnog“	317
--	-----

<i>Ien Ang</i> „Dallas“ i ideologija masovne kulture	329
---	-----

<i>Džon Fisk</i> Popularna diskriminacija	339
--	-----

<i>Džim Mekguigan</i> Putevi kulturnog populizma	347
---	-----

<i>Sajmon Frit</i> Dobra, loša i osrednja: odbrana popularne kulture od populista	359
--	-----

<i>Andela Mekrobi</i> Polovna odeća i uloga buvlje pijace	375
--	-----

<i>Lora Malvi</i> Vizuelno zadovoljstvo i narativni film	387
---	-----

<i>Šon Nikson</i> Promene označavanja muževnosti: od „novog muškarca“ do „novog lada“	399
--	-----

<i>Ajrin Kostera Mejer i Lizbet van Zonen</i> Od Britni Spirs do Erazma: žene; muškarci i njihovo prikazivanje	410
---	-----

RAZLIKA

<i>Kornel Vest</i> Nova kulturna politika različitosti	423
---	-----

<i>Šantal Muf</i> Feminizam, princip građanstva i radikalna demokratska politika	436
---	-----

POSTMODERNA KULTURA

<i>Žan-Fransoa Liotar</i> Postmoderno stanje	453
---	-----

<i>Žan Bodrijar</i> Simulakrumi i simulacija	469
---	-----

<i>Frederik Džejmson</i> Postmodernizam ili kulturna logika kasnog kapitalizma	489
---	-----

<i>Seleste Olalkiaga</i> Prolog za <i>Megalopolis</i>	529
--	-----

<i>Mark Poster</i> Postmoderne virtuelnosti	539
--	-----

HIBRIDNA KULTURA

<i>Ardžun Apađuraj</i> Disjunkcija i razlika u globalnoj kulturnoj ekonomiji	557
---	-----

<i>Nestor Garsija Kanklini</i> Hibridne kulture, prikrivena moć	568
--	-----

<i>Kevin Robins</i> Ka Londonu: gradu izvan nacije	586
---	-----

<i>Dona Haravej</i> Manifest za kiborge; Nauka, tehnologija i socijalistički feminizam osamdesetih godina XX veka	604
---	-----

Selektivna bibliografija	641
--------------------------------	-----

IZJAVA ZAHVALNOSTI

Želim da izrazim zahvalnost svima koji su mi pomogli u realizaciji ovog zbornika: Ivani Spasić, za tekst „Otkrivanje svakodnevnog“, objavljen u zborniku *Interpretativna sociologija*; Zoranu Hamoviću, glavnom uredniku izdavačke kuće Clio, za tekst „Od Britni Spirs do Erazma“, objavljen u *Uvodu u studije medija*; Vladislavu Bajcu, glavnom uredniku izdavačke kuće Geopoetika, za tekstove „Promene u označavanju muževnosti“ i „Ka Londonu: gradu izvan nacije“, objavljene u *Britanskim studijama kulture*.

Posebno se zahvaljujem Ljiljani Glišovič, profesorki nemačkog jezika, koja se kao prijatelj poduhvatila teškog posla prilagođavanja hrvatskog prevoda teksta „Kulturna industrija“ srpskom jeziku da bi bio bliži novim generacijama.

Zahvaljujem se Tatjani Dadić-Dinulović iz British Councila, koja me je povezala sa gospođom Ejmi Vuds, zahvaljujući čijoj ljubaznosti sam dobila dozvolu od Sage Publications za objavljivanje delova knjige Marka Postera, od Routhledgea za delove knjige Džima Mek Guigena, University of Minneapolis Pressa za delove knjige Ardžun Apaduraja i od University of Minnesota Pressa za delove knjige Nestora Garsije Kanklinija. Posebnu ljubaznost pokazala je Seleste Olalkiaga koja mi je lično dozvolila objavljivanje dela iz njene knjige *Megalopolis*.

Zahvaljujem se Centru za ženske studije za tekstove Šantal Muf i Lore Malvi, objavljene u njihovim publikacijama.

Naročito se zahvaljujem Jovanu Đukanoviću za raznovrsno angažovanje u realizaciji ovog zbornika. Iznad svega sam zahvalna mojoj ćerki, Milici Ilić, na nesebičnoj pomoći, pametnim savetima, neprekidnoj podršci i inspiraciji koju mi je pružala tokom svih faza mog rada.

Jelena Đorđević

UVOD

1. Uobičajeno je da svaki govor o kulturi započinje problemom definisanja i konstatacijom da ga je nemoguće razrešiti, jer je kultura neuhvatljiva, promenljiva i u vremenu i u prostoru. Tome doprinosi činjenica da pojam kulture nosi naslage značenja koja su se taložila poslednja dva i po veka, u razdoblju kada kultura počinje da se identifikuje kao poseban pojam koji se odnosi na određenu, manje ili više autonomnu oblast. To mnoštvo značenja zavisi od filozofskog, naučnog, društvenog i istorijskog konteksta u kojem se o kulturi raspravlja, ali i od njene društvene uloge u određenom istorijskom trenutku. Veliki broj definicija, uvek nedovoljno uspešnih pokušaja da se kultura celovito obuhvati u svim svojim aspektima, deo su moderne tradicije koja teži da definiše i objasni pojave i da im da meru naučne objektivnosti. Teorijske orijentacije našeg vremena sve više su obeležene odustajanjem od takve namere, posebno kada je o kulturi reč. Za to postoje dva osnovna razloga. Prvo, kultura u savremenom svetu ne može da se izdvoji kao posebno područje, već predstavlja integralni deo društvenog i individualnog života. Drugo, ne postoji način da se uspostavi objektivan i nezainteresovan sud o kulturi, jer svaki govor, pa i naučni, uvek je na ovaj ili onaj način uslovljen kontekstom u kojem nastaje.

Studije kulture pripadaju ovakvoj teorijskoj orijentaciji, otvoreno se zalažući za ideju da je kulturu moguće pronaći svugde i na svakom mestu, te da je svaki napor da se ona ograniči i učvrsti u svom pojmu ne samo nepotreban već i nemoguć. Odatle proizlazi prva osobenost studija o kojima je ovde reč, a to je da se kultura posmatra kao dinamična, heterogena, promenljiva i da ne postoji kao izolovana oblast, nezavisna u odnosu na dinamiku društvenog, psihološkog, ekonomskog, političkog, emotivnog i imaginarnog života ljudi.

I same studije kulture su jedna heterogena oblast koja ne može da se podvede pod određene disciplinarnе okvire. One na različite načine spajaju iskustva književne kritike, antropologije, filozofije, lingvistike, politikologije,

psihologije, ne koristeći nijedan određen metod tradicionalnih disciplina, već od njih uzimaju ono što omogućuje da se kultura razume kao višeznačni, složen i dinamičan fenomen. Uprkos tome, studije kulture imaju visoku meru prepoznatljivosti, pa se zato često nazivaju „transdisciplinom“ ili „nedisciplinovanom disciplinom“ koja spaja različite metodologije i teme tradicionalnih disciplina, prerađujući ih prema zahtevima koje nalažu dinamične promene života savremenog sveta. Poslednjih nekoliko decenija interesovanje za kulturu izuzetno raste, što se smatra posledicom „kulturnog preokreta“ koji se dogodio pod uticajem ekonomskih, političkih i kulturnih promena nastalih u okviru postindustrijskog društva. Zapaža se da je kultura počela da prožima sve aspekte života, tako da su mnoge društvene nauke počele da se usredsređuju na taj „upad“ kulture u pojave koje su ranije pripadale nekoj drugoj oblasti ili poretku stvari. Povećanje opšteg bogatstva, zamena industrijske proizvodnje suptilnijim tehnologijama, razvoj informatičkog društva, globalno širenje, komercijalizacija kulture i ubrzan razvoj potrošačkog mentaliteta uticali su na promene u samoj društvenoj strukturi, ali i u načinu svakodnevnog života. Od prvih jutarnjih vesti na radiju ili televiziji, preko odlaska u samoposlugu radi kupovine hrane, do najrazličitijih oblika zabave, turističkih putovanja, izbora garderobe i restorana, uključanja u kreativna zanimanja ili surfovanja po *cyber* prostoru – sve je na ovaj ili onaj način prožeto kulturom. Zahvaljujući tome, kultura se uključuje u one oblasti života koje su se nekada smatrale ne samo posebnim i nezavisnim u odnosu na kulturu, već ih je bilo sramno dovoditi s njom u vezu. Danas je, međutim, gotovo nemoguće kulturu posmatrati izvan tih oblasti, tačnije, izvan lokalnih i globalnih ekonomskih i političkih tokova.

Kultura je svuda oko nas: kada se predajemo vrtoglaviim zadovoljstvima luna-parka, kada gledamo „Velikog Brata“, kada nas bombarduju reklamama, kada se borimo za svoja prava, kada idemo na rok koncerte, kada učestvujemo u demonstracijama, kada jedemo, držimo dijete ili vodimo ljubav, kada putujemo ili glasamo, kada idemo kod kozmetičara ili kada nam se ugrađuje veštački kuk. Studije kulture teže da zahvate ovako dispartatne, često nesamerljive pojave vezane za život savremenih ljudi, usredsređene na izazove novog globalizacijskog doba, prateći promene koje je doneo kulturni preokret, i to ne samo u razvijenim društvima zapada, već i svuda gde je Zapad ostavio svoj trag. One nikad nisu težile naučnoj objektivnosti zasnovanoj na ujednačenim i univerzalno priznatim metodologijama i u velikoj meri zavise od regionalnih problema društvenih kretanja i konkretne politike određenih društava. Njihova karakteristika je da uvek reaguju na aktuelno, „ovde“ i „sada“, da prate događaje, procese, reaguju na važne društvene teme, zbog čega i ne teže naučnoj čistoti. One su istovremeno analitički i kritički usmerene na realan, savremen život i to ih izdvaja iz bilo kakvog jasnog disciplinarnog područja.

Na osnovu rečenog, izgleda da se studije kulture bave svim i svačim i da u njihovom okviru kultura često predstavlja sinonim za društvo. Ali, ne samo to. Proizlazi da su studije kulture potpuno nezainteresovane za ono što se najčešće smatra kulturom: za umetnost, religiju, filozofiju i narodne običaje. I to je istina. Kultura se više ne shvata kao posvećena oblast u kojoj se otkriva Istina, iskazuje kreativnost, dubina i širina duha, niti kao posed „prosvetljenih“ manjina koje imaju moć da shvate velika dela talenta i znanja. Kultura prestaje da bude način samoostvarenja duha, prostor umnosti i opštečovečanskog kretanja zasnovanog na smislu ili traganju za njim. Zato je visoka kultura u potpunosti isključena i na osnovu namere ovih studija da uklone konceptualnu i društvenu barijeru između visoke i niske kulture, stavljajući u žižu „običan“ život običnih smrtnika.

Studije kulture, oslanjajući se s jedne strane na sasvim određene, u osnovi postmodernističke teorijske pravce, a s druge strane sa otvorenim ideološkim i političkim nabojem, ukidaju ideju univerzalnog značenja i značaja kulture postulirajući relativnost i vremensko-prostornu promenljivost kulture. Interesujući se prevashodno za savremeni svet visokorazvijenog kapitalizma, kultura se shvata kao onaj aspekt društvenog života u kojem se ostvaruje proces proizvodnje značenja. Umesto objektivnog znanja o kulturi, plasira se ideja o njenom subjektivnom značenju, o smislu koji ona ima za ljude koji uobličuju vlastita iskustva dajući značenje stvarima i procesima koji ih okružuju. Studije kulture nemaju interesovanje za probleme vrednosti ili estetsko prosuđivanje kvaliteta kulturnih proizvoda. One su usmerene na savremeni život, popularnu i medijsku kulturu, na pojave kratkog trajanja, „trivijalije“ savremenog društvenog života i njihovu vezu sa društvenim, ekonomskim, političkim i tehnološkim razvojem i promenama. Zato vrednovanje pripada kategoriji društvene kritike u funkciji određenog političkog angažmana, a ne kategorijama vrednovanja kvaliteta.

Upravo zbog toga studije kulture zadugo nisu bile prihvaćene kao posebna disciplina i kao legitimna akademska oblast. One su nastale nasuprot zvaničnom poretku akademske sredine Velike Britanije krajem pedesetih godina prošlog veka. Bile su jedan od vidova alternativnog mišljenja, uključene u alternativne kulturne i socijalne pokrete koji su menjali dotadašnji poredak zapadnog sveta i izvršili snažan uticaj na gotovo sve sfere društvenog života. Zbog toga su u početku bile vrsta *enfant terrible* britanske intelektualne scene, svojevrsna pretnja zvaničnom poretku. Kada su studije kulture započele svoj institucionalni život u Centru za savremene studije kulture u Birmingemu njihov uticaj je neprekidno rastao, posebno u anglofonom svetu. One su iz Britanije ubrzo prešle u SAD, Kanadu i Australiju, otvorile mogućnosti za tumačenje kulture u mnogim doskorašnjim britanskim kolonijama, naročito u Indiji, da bi vremenom počele da se razvijaju i u Južnoj Americi i zemljama bivšeg socijalističkog bloka. Na širenje i sve

veću popularnost uticala je, između ostalog, i činjenica da su studije kulture postale akademska disciplina na mnogim svetskim univerzitetima, iako, istini za volju, u samoj Velikoj Britaniji još uvek konzervativni univerziteti „od imena i ugleda“ odbijaju da ih uključe u svoje nastavne planove. Kontinentalna Evropa, naročito Francuska, u kojoj kultura i dalje ima posebnu vrednost i dignitet vezujući se za humanističku tradiciju i njen koncept kulture, nije sklona pristupu kulturi na način na koji to predlažu ove studije. Jedan od razloga jeste činjenica da se one bave transnacionalnim i „mondijalističkim“ karakterom savremene kulture. U sredinama gde postoji povećani strah od amerikanizacije i osećanje ugroženosti jedinstva nacionalnih kultura pod uticajem novih kulturnih kretanja vezanih za komercijalizaciju kulture i uticaj medija, studije kulture se ne prihvataju kao legitimna disciplina. Međutim, uprkos ovakvim otporima, studije kulture ulaze na mala vrata u mnoge univerzitetske *curriculume*. Nije netačno reći i to da su one postale deo pomodnih trendova u teorijskom promišljanju današnjice.

2. Šta je karakteristično za ove studije i šta ih je činilo alternativnim, naročito u vreme kada su se pojavile? Da bi se to razumelo potrebno je da se za trenutak vratimo u prošlost i ukažemo na to kako je shvatana kultura do sredine prošlog veka, pre nego što su studije kulture otpočele reviziju tih shvatanja. Ta revizija se odnosila na rasprave o pravcima razvoja kulture koja se našla na udaru kulture masovnog društva, što je skoro čitav vek duboko uznemiravalo duhove širom Evrope. Do tada je dominiralo shvatanje kulture zasnovano na tradicijama prosvetiteljstva i romantizma i uspostavljenim stavovima i normama koje su je definisale. U prosvetiteljstvu se smatralo da je kultura osnovni pokretač civilizacijskih procesa, da kao svetlost obasjava ljudski rod koji u njenim okvirima teži neprekidnom usavršavanju. To je osnov humanističke definicije kulture, koja, između ostalog, ima snažna normativna svojstva, jer teži da trasira pravac razvoja svih civilizovanih društava zbog čega je, u osnovi, etnocentrična, jer kao cilj tog razvoja postavlja kulturu Zapada. Ovakav pristup vezivao je kulturu za „ono najbolje što je čovečanstvo stvorilo“, za intelektualnu prefinjenost i moć znanja koji uspostavljaju poredak zasnovan na pravdi, građanskom moralu i poštovanju razuma. Jedan od zagovornika ovakvog koncepta kulture u Velikoj Britaniji bio je Metju Arnold, čiji je uticaj od kraja XIX veka bio ogroman. Obeležio je pravac rasprava oko krize kulture sve do sredine XX veka, a u okviru konzervativne tradicije njegova uputstva su i danas važeća.

Romantičarska tradicija je poseban status koji je kultura dobila u prosvetiteljstvu izdigla na pijedestal koji do tada nije imala. Romantizam uzdiže ideal genija – umetnika kao demijurga, božanski prosvetljenog pojedinca

sposobnog da stvara svet *ex nihilo*. Umetnik postaje centralna figura oko koje se gradi identitet jednog vremena koje je duboko uzdrmla Velika revolucija i njen pratilac, industrijska revolucija. Osećanje da se svet nalazi u opasnosti, da u zadimljenim, prljavim gradovima Evrope dolazi do degradacije sveta koji je do tada bio poznat, podstaklo je uverenje da je kultura posvećena sfera u kojoj je moguće stvoriti ili ponovo pronaći uzvišene vrednosti ljudskog duha. Taj duh nicao je iz dela umetnika, filozofa, heroja kulture, a tražio je inspiraciju u snazi i čistoti autentične narodne kulture. Taj drugi koncept vezivao je kulturu za biće određenog naroda, za najdublje korene i neuništivu tradiciju koja podjednako izražava duh naroda i „hrani“ stvaralačku imaginaciju posebnih pojedinaca.

Tri pomenute koncepcije kulture dominirale su u momentu kada se, kao izdanak ubrzane industrijalizacije, dogodila još jedna velika transformacija zapadnog društva – pojava kulture masovnog društva. Koliko god da je rana industrijalizacija unela nered u tradicionalnu kulturu, toliko su ubrzani razvoj tehnologije i industrijske proizvodnje krajem XIX i početkom XX veka uticali da se ova nova pojava doživljavala kao pravi bauk novog doba. Masovna kultura je poremetila sve dotadašnje poglede na kulturu, podjednako ugrožavajući elitnu, visoku kulturu duha, kao i autentičnu, narodnu kulturnu tradiciju. Pojavljuju se novi društveni slojevi, čitava jedna nova klasa, koja postaje ne samo novi već i drugačiji konzument kulture. Mediji masovnih komunikacija, još od pojave štampe, pa preko fotografije, filma, radija i televizije, utiču na promene celokupnog načina života tako da te promene nisu mogle nikoga da ostave ravnodušnim.

Intelektualna elita Zapada reaguje na promene nezavisno od toga da li pripada desnim ili levim ideološkim orijentacijama. Kritika kulture masovnog društva je sveobuhvatna, žestoka i zasniva se na nekoliko ključnih argumenata. Prvi, karakterističan za desne kritičare, odnosi se na opasnost od anarhije kao posledice masovnog društva nastalog na osnovu „navale“ novih radničkih slojeva koji tokom XIX veka dobijaju sve veća prava – od prava glasa pa nadalje. Oni smatraju da je društvo mase, u kojem „gomila“ odlučuje o kretanju celog društva, odgovorno za degradaciju kulture i kulturnih vrednosti i da unosi haos u društveni i kulturni poredak. Blještavi sjaj kiča, prolazne senzacije, laka zabava, hedonizam i vulgaran ukus širokih slojeva iz temelja uzdrstavaju smisao i vrednost kulture, kako se ona do tada shvatala, ozbiljno remeteći poredak i pravac civilizacijskog napretka. Pod udarom ove kulture blede sjaj visoke, elitne kulture, ona se guši u hiperprodukciji prosečnosti.

Kritičari iz levog tabora, naročito intelektualci vezani za Frankfurtsku školu, smatrali su da je masovna kultura proizvod vladajuće klase koja vesno podstiče razvoj masovne kulture kako bi učvrstila vlastite interese i obezbedila očuvanje buržoaskog poretka. Adorno i Horkhajmer razvijaju pojam

industrije kulture/na osnovu kojeg se masovna kultura posmatra kao integralni deo kapitalističke ekonomije i instrumentalne racionalnosti kapitalističkog poretka. U tom poretku umetnost i kultura postaju predmet proizvodnje i potrošnje, kao i sva ostala roba namenjena zadovoljavanju interesa vladajuće klase. Pretvarajući umetnost u robu, industrija kulture standardizuje svoje proizvode obraćajući se anonimnom potrošaču. Umesto da bude put za osvajanje sreće i sredstvo za dublje razumevanje sveta, kultura služi pukoj zabavi i manipulaciji vladajuće klase. Kontrola nad industrijom kulture, naročito putem medija masovne komunikacije i industrije zabave, vodi kontroli nad masovnom publikom, širokim slojevima društva, pasivnim potrošačima, predanim lažnim zadovoljstvima, lišenim moći da kritički prosuđuju svet oko sebe čime nesvesno podržavaju postojeći poredak.

Obe varijante kritike masovne kulture insistirale su na homogenizaciji, standardizaciji i unifikaciji kao njenim dominantnim karakteristikama. Obe struje smatrale su ovu kulturu zaglupljujućom i jednim surogatom visoke kulture; njen cilj je da uzme ono najbolje od elitne, da je unizi, da mnoštvo različitih pojedinaca pretvori u jedinstvenu masu i da istovremeno razbije i autentičnu, tradicionalnu, narodnu kulturu kojoj je nekada ta „masa“ pripadala. Razlika je bila u tome što su jedni okrivljivali mase, a drugi buržoaziju za njenu ekspanziju.

Sve u svemu, od početka modernog vremena kultura je „u krizi“. Ona, zapravo, prati temeljne promene u samom tkivu društva. Zbog toga je kultura neprekidno problematizovana, ona dobija nova značenja, nove nijanse, a pojam kulture postaje nužno analitičko oruđe za razumevanje mnogostrukih promena u savremenom društvu. U osnovi te problematizacije nalaze se pojmovi visoke i niske kulture, elitne i kulture masa, ali i treći pojam, „autentična“ narodna kultura, koji stoji nasuprot prva dva.

3. Studije kulture svoju istoriju započinju u momentu kada sredinom prošlog veka kritika kulture masovnog društva dostiže vrhunac, zasnivajući svoj identitet na kritici kritike kulture masovnog društva. To je odredilo celokupan razvoj studija kulture, čija je jedna od osnovnih karakteristika antielitizam zasnovan na uverenju da ljudi koji konzumiraju tu kulturu i uživaju u njoj nisu „kulturni idioti“, pasivna masa, jer ni u jednom društvu „ne postoje mase, nego samo ljudi“ (Rejmond Vilijams). Time se želelo osporiti shvatanje kulture kao agensa civilizacijskih procesa i kao sredstva poboljšanja poremećenog čovečanstva. Da bi ovakav stav mogao da bude osporen bilo je neophodno dokazati i pokazati da kultura nije homogena već heterogena, da u svakom društvu postoje različite klase, društvene grupe, generacije, stepeni obrazovanja itd. i da svaka grupa ima pravo na svoju vlastitu kulturu. Ovaj stav bio je osnažen i idejom da kultura nije vezana samo za najviše domete duha, već i da obeležava svakodnevni život običnih ljudi i da

se iskazuje u prostim životnim stvarima, osećanjima, ukusima, navikama i verovanjima koji čine specifično kulturno iskustvo različitih društvenih grupa. Ove osnovne ideje potekle su iz radova Rejmonda Vilijamsa, Ričarda Hogarta i Edvarda Tompsona, intelektualnih poslenika radničkog porekla, privrženih marksizmu i socijalističkoj levici u Britaniji krajem pedesetih godina XX veka. Ova grupa dala je podstrek za stvaranje Centra za savremene studije kulture u Birmingemu, koji je postavio temelje onoga što će se, na različite načine, u okviru različitih teorijskih i filozofskih strujanja krajem XX veka, razviti kao jedno antikonzervativno, progresivno tumačenje kulture.

Većina „očeva osnivača“ studija kulture bili su levičari, privrženici marksizmu i komunizmu, tako da se desničarska kritika masovne kulture prva našla na udaru. Prezir prema masovnoj kulturi značio je i prezir prema nižim klasama, masi, obespravljenima. Zato su se studije kulture usredsredile na kulturu deklasiranih, pokazujući da u kapitalističkom društvu postoji antagonističan odnos između zvanične (mainstream) kulture i kulture nižih klasa i drugih marginalizovanih društvenih grupa. Osnovni argument pomenutih teoretičara, zasnovan na marksističkoj tradiciji, ukazivao je na klasno poreklo samog koncepta kulture, što je dovođilo do privilegovanja samo jedne od njenih mogućih formi u okviru složenog i konfliktnog društva. Apsolutno isključivanje i devalviranje masovne kulture posledica je elitističkog pogleda na realnost društvenog života. Zato je bilo nužno kulturu zameniti kulturama i pokazati da sve ono što ima smisla i značenje za različite grupe, pa i pojedince, može i treba da se shvati kao legitimna kultura. Zbog društvenih promena u zapadnoj Evropi tokom šezdesetih i sedamdesetih godina XX veka, interesovanje za radničku kulturu se smanjivalo, a u žižu ulaze rasai i od kao strukturalni reperi na osnovu kojih se može uočiti hijerarhijska priroda kulture. Vremenom će klasa i uopšte pitanje nejednakosti u raspodeli bogatstva u potpunosti nestati kao predmet interesovanja studija kulture. Sve više se ističu različite potkulture kao oblici suprotstavljeni zvaničnom poretku, a pojam masovne zamenjen je idejom popularne kulture kao polja na kojem se sudaraju različite društvene sile – od dominantnih do sila otpora. Kroz analizu popularne kulture, koja je obuhvatala omladinske potkulture, medijske sadržaje, lake žanrove i, na kraju, sveukupni svakodnevni život potrošačkog kapitalizma, studije kulture su pristupale poslu dekonstruisanja odnosa moći i njihovog uticaja na kulturu.

Antielitizam studija kulture bio je protivteža dominantnoj struji humanistički orijentisanih intelektualaca čiji je glavni eksponent sredinom XX veka bio F. R. Livis, posebno vezan za probleme književnosti i književne kritike. Livisti su stajali na pozicijama kulturnog elitizma i uspostavili su čvrst kanon književnih dela koji je trebalo da osnaži humanističko obrazovanje i kulturu duboko poremećenu širenjem masovne kulture i svekolikom

devalvacijom „opštepriznatih“ vrednosti. Dijalog s ovom strujom dvostruko je obeležio rane studije kulture. S jedne strane, uticao je na bliskost studija kulture i književne kritike, što je jedna od osobenosti ovih studija u odnosu na ostale discipline, čak i one relativno bliske društvenim naukama. „Čitanje kulture“ je njihov specifičan metod koji se još od ranih dana neprekidno nadograđivao prateći teorijske struje posebno sklone ovom osnovnom metodu. S druge strane, insistiranje livisizma na nužnosti povratka na stare, proverene vrednosti i kanonske autore visoke kulture i umetnosti izazivalo je otpor koji se odrazio na uvođenje trivijalnih, „običnih“ tema u centar rasprava o kulturi. Ove teme ulaze u opseg Vilijamsove definicije kulture kao „celokupnog načina života“ čime su osporeni i koncept kulture masovnog društva i nipodaštavajući odnos prema kulturi i kulturnim preferencijama nižih slojeva.

Angažman u levičarskim pokretima, sklonost prema marksizmu, radničko poreklo prvih teoretičara i istraživača, uspostavljaju još jednu distinktivnu crtu ovih studija – angažovanost i političnost kao krajnji cilj svih teorijskih i istraživačkih poduhvata. Taj angažman se zasnivao na ideji da u osnovi različitih formi kulture i refleksiji o njoj uvek leže odnosi moći, te da je svaki aspekt kulture duboko zavisao od društveno-ekonomskih odnosa, ideologije i političkih interesa. U osnovi demokratske, na početku svog razvoja prosocijalističke, studije kulture uvek se zalažu za manjinske i marginalne grupe i marginalne diskurse, što obuhvata klasne, rodne, rasne odnose, odnose između centra i periferije, Zapada i drugih, mladih i starih, ružnih i lepih, homo i heteroseksualaca itd. Dakle, cilj ovih studija jeste da se založe za marginalizovane, analizirajući najrazličitije načine na osnovu kojih se marginalizacija ostvaruje simboličkim ili diskurzivnim sredstvima na nivou kulture.

Osnovna pretpostavka ovakvog opšteg stava jeste da u kulturi ništa nije nevino, a cilj novih studija je da se otkriju, raskrinkaju i demistifikuju odnosi moći koji leže u njenoj osnovi. Iza svega što se plasira kao normalno, prirodno, opšteprihvaćeno ili kao nepobitna istina, važeća za sve, stoji konkretan društveni odnos i njihov prateći ideološki i diskurzivni aparat koji učestvuje u stvaranju kulturnih značenja. Na tome se zasniva i stalna teorijska orijentacija studija kulture u čijoj je osnovi ideja da je u kulturi sve stvoreno i konstruisano i da je sve što se želi prikazati kao normalno, prirodno ili univerzalno, važeće za sve ljude i sva vremena, u stvari plod parcijalnih interesa i pogleda na svet određenih društvenih grupa stvoren u konkretnoj društvenoj i istorijskoj situaciji. Zato se kao još jedna stalna osobenost studija kulture izdvaja njihovo utemeljenje u socijalnom konstrukcionizmu kao teorijskoj prizmi koja osporava bilo kakve totalizirajuće, opšte koncepte i otvara pogled na relativne i relacione odnose u okviru svake kulture. Studije kulture zastupaju radikalno *kulturalistički* stav prema

svetu, što znači poricanje svih vrednosti koje bi se mogle smatrati univerzalnim, opštečovečanskim ili determinisanim prirodom, i isticanje pojedinačnih, koje uvek nastaju prema zahtevima i procesima označavanja određene grupe, to jest određene kulture.

Kultura se u novim studijama otkrila kao izuzetno složen fenomen upleten u mreže strukturalnih odnosa, kontekstualnih razlika, ideoloških i političkih sukoba i promena u globalnom rasporedu snaga, što je obeležavalo dinamiku vremena i prostora savremenosti. Zbog toga nastaje i poseban nalog – da se traga za teorijskom paradigmatom koja će u najvećoj mogućoj meri obezbediti adekvatna sredstva za interpretaciju. Razmrsiti mreže značenja, veze koje se u svakoj kulturnoj pojavi uspostavljaju između sila dominacije i podređenih, dešifrovati diskurse koji utiču na stvaranje značenja i samu formu kulture, sve ovo se ispostavilo kao složen zadatak uprkos činjenici da su studije kulture bile usredsređene na trivijalije „običnog“, svakodnevnog života. Zato je Stjuart Hol, ličnost koja je najsnažnije obeležila rad Birmingemskog centra, i kao istraživač i kao direktor u njegovoj „herojskoj“ deceniji (1970–1980), poređio traganje za adekvatnom teorijom sa slikom „borbe s anđelima“. Ta metafora trebalo je da objasni specifičnu teorijsku uzavrelost kao stanje istraživačkog duha koji je vladao Birmingemskim centrom. Izoštreni sluh za nova teorijska kretanja, neprekidno učenje, rasprave o temama i interpretacijama društva koje su se tada pojavljivale, podrazumevali su otvorenost za tada moderne teorijske struje: strukturalizam, neomarksizam, semiologiju, poststrukturalizam i postmodernu teoriju. Teorija je imala dvostruko značenje: obezbeđivala je konceptualni aparat i metodološka sredstva na osnovu kojih se mogu tumačiti složeni svetovi kultura, ali je nudila i specifičnu vizuru, potencijalne pravce ideološke i političke angažovanosti na kojoj su studije kulture posebno insistirale. Određeni pravci, u početku neomarksizam i semiologija, kasnije poststrukturalizam i postmodernizam, obeležavaju u osnovnim crtama njihovo teorijsko opredeljenje. Na osnovu privrženosti određenim teorijskim strujama moguće je prepoznati dva perioda ili, tačnije, dva dominantna diskursa koja razvijaju studije kulture. Prvi je oslonjen prevashodno na marksističku tradiciju s otvorenim političkim ciljevima i kritikom institucija sistema gde se u središtu pažnje nalazi odnos kulture *bloka moći* i podređenih i marginalizovanih kultura, a drugi obeležen prihvatanjem poststrukturalizma i postmodernizma, gde se kao osnovna tema ističe problem razlike, a politički angažman svodi na koncept „mikrootpora“ koji se otkrivaju na „kapilarnom“ nivou društva.

4. U početku rada Birmingemski centar se oslanjao na teorijske pretpostavke koje su iznikle iz radova trojice „očeva osnivača“ sklonih marksizmu i u svom teorijskom i u političkom radu. Centar je pokazivao otklon

od determinizma klasičnog marksizma i sklonost ka neomarksističkim interpretacijama čijim je „otkrićem“ započet novi period koji je dao pečat onome što se danas naziva britanskim studijama kulture. U tom pogledu posebno je značajna teorija Luja Altisera, francuskog marksiste strukturalističke orijentacije koji je razvio jedan novi koncept ideologije u odnosu na onaj koji je formulisala klasična marksistička teorija. Ideologija postaje i centralni pojam studija kulture kojim se objašnjavaju društveni mehanizmi u pozadini određenog pogleda na svet koji predstavlja nužnu optiku kroz koju ljudi percipiraju i razumeju stvarnost.

Pitanje koje se postavljalo u vezi s ideološkim oblikovanjem kulture bilo je vezano za jedan problem na koji nije mogao da odgovori klasični marksizam. Šta je to što kapitalističko društvo drži na okupu uprkos klasnim razlikama, razlikama u rasporedu moći? Odgovor na to pitanje studije kulture su dobile u delu Antonija Gramšija i u pojmu (hegemonije) koji veoma dugo ostaje centralni pojam oko kojeg se razvijaju spletovi novih, a koji omogućuje studijama kulture da istovremeno ostvare analitičke ciljeve i postignu zadovoljavajuću meru političke angažovanosti. Odnos između zvanične kulture, kulture bloka moći i kulture podređenih u kapitalističkom društvu nije prost odnos dominacije i potčinjavanja, već odnos neprekidnog i uvek nedovoljno stabilnog oblika pregovaranja. Blok moći vlada kulturnim prostorom upravo zbog toga što ne nameće svoju ideologiju silom, već metodom povremenog uzmicanja i pristajanja na zahteve većine podređenih, čime gradi kulturnu osnovicu koja postaje zajednička i omogućuje da društvo funkcioniše bez drastičnih i opasnih sukoba. Stjuart Hol je neprekidno dokazivao da je Gramši omogućio da se kultura shvati kao bojno polje, odnosno kao „arena otpora i pregovaranja“.

Gramšijeva teorija je ponudila mogućnost da se objasni na koji način podređene grupe u društvu prihvataju kulturu „upakovanu“ u ideološke obrasce, ne doživljavajući interese bloka moći samo kao pritisak već kao prirodno stanje stvari, kao nešto čemu se sami prilagođavaju. Proces prilagođavanja podrazumeva i otpor, različite vidove suprotstavljanja zvaničnom poretku. Studije kulture se koncentrišu na način na koji se ostvaruje otpor, to jest na to kako se poruke zvanične kulture dekodiraju, čitaju, prema kulturnim predispozicijama i društvenom položaju različitih grupa. Te predispozicije, kako se može pretpostaviti na osnovu osnovne linije razmišljanja u okviru Birmingemskog centra, nisu predispozicije „dobrog ukusa“ kao univerzalnog merila, već su to svi oni obrasci ponašanja, navika, osećanja, vrednosti i doživljaja života kroz koje se prelama društvena, ekonomska, rasna ili rodna pozicija podređenih grupa.

Teorija francuskog sociologa Pjera Burdijea potvrđivala je i obogaćivala razumevanje društvene uslovljenosti ukusa, pokazujući da ono što se predstavlja kao legitimni ukus u klasnom društvu, kao opštevažeća norma,

nije posledica prirodnog poretka stvari i neupitnih vrednosti na koje se taj ukus oslanja. Pokazuje se da se kultura visokih klasa, posebno grupa sa visokim kulturnim kapitalom, visokim stepenom obrazovanja, plasira kao norma koja važi za sve. Karakteristika ovog ukusa je da se odupire demokratizaciji kulture, ističe autonomnost kulturnog područja i nedostupnost kulturnog kapitala za niže slojeve. Isticanje razlike deo je buržoaske strategije da vlastite vrednosti i pogled na svet plasiraju kao dominantan ukus. Ukus ove klase ne nameće se otvoreno, već se ističe kao posebna povlastica koja obezbeđuje osećaj distinkcije, a time i razlikovanje od svega što je obično, vulgarno, banalno i niže. Na osnovu ukusa potvrđuje se klasna diferencijacija na simboličkom nivou, a ukus se gradi na osnovu sistematične konzumacije određenih kulturnih artefakata ili vrednosti – od izbora jela, načina govora, garderobe, telesne težine, načina hoda, do izbora umetničkih dela i načina uživanja. Birajući jedan određen sistem kulturnih vrednosti, određene klase potvrđuju svoj identitet. Međutim, kako Burdije pokazuje, a kasnije razrađuje Džon Fisk, kultura nižih klasa, iako nominovana kao banalna i niska, omogućuje iskazivanje slobode, spontanosti, telesne i emotivne ekspresivnosti, što predstavlja vrstu korekcije ili otpora zvaničnom kulturnom poretku.

5. Okretanje ka strukturalizmu i semiologiji značilo je uvođenje ideje o mogućnosti tumačenja (kulture) kao (teksta.) Tekstualni pristup podrazumeva da se svaka pojava u savremenom kapitalističkom društvu može tumačiti kao nabijena simboličkim značenjima i da se može razumeti i dešifrovati prema metodama koje je lingvistika uvela u pomenute teorijske pravce. Od tada, pa gotovo do danas, jezički preokret u studijama kulture istrajava kao snažna podrška analizi kulture koju je ponudila Gramšijeva teorija.

U osnovi te koncepcije leži ideja da je svaki akt, činjenicu ili radnju moguće posmatrati kao (značenjsku celinu.) Drugim rečima, svaka kulturna praksa vezana je za proizvodnju nekog značenja. Značenje nikad nije fiksirano, definitivno, zbog toga što uvek postoji neko ko ga stvara, od pojedinca, preko medija, državnih institucija, do užih grupa najrazličitijih vrsta interesa, načina organizovanja, senzibiliteta, stremljenja, navika itd. S druge strane, značenje svakog teksta zavisi od interpretacija, procesa čitanja, što znači da nijedan kulturni tekst ne postoji po sebi već samo u odnosu na one kojima se obraća ili koji ga koriste. U tom smislu tekstualni pristup teorijski ojačava osnovnu ideju studija kulture: da ona postoji samo u odnosima „pregovaranja“, a dominantni oblici kulture u savremenom društvu ne primaju se zdravo za gotovo. Pasivne mase zamenjene su idejom aktivne publike, a interpretacija i prerada značenja koje nudi zvanična kultura zauzimaju mesto manipulacije. Zato je moguće reći da je hermeneutički pristup osa oko koje se organizuju svi posebni pristupi, ma iz kog teorijskog okruženja dolazili.

Proizvodnja značenja prati i specifičnu narativnu logiku, što, drugim rečima, znači da u jednom kompleksnom društvu svako „priča svoju priču“ o sebi i drugima, o svetu i bogu, o društvu i istini na osnovu određenih pravila ili interesa. Ili, svako društvo se sastoji od više kultura, diskursa koji ih stvaraju. Ti diskursi mogu biti kompatibilni ili suprotstavljeni, ali svaki teži da se prikaže kao jedini mogući. Lingvistika i semiologija čine široku metodološku platformu za ovakvo tumačenje kulture i studije kulture se oslanjaju na one pravce koji razrađuju lingvističke pretpostavke u pravcu u kojem je moguće dešifrovati i dekonstruisati opštevažeće istine i nosioce moći koji ih podupiru. Odatle potiče i tumačenje kulture kao *teksta* i ulazak na velika vrata semiologije i poststrukturalizma u okvire studija kulture.

Najuticajniji teoretičar koji stoji između strukturalizma, semiologije i poststrukturalizma, Rolan Bar otvorio je nove mogućnosti za analizu kulture kao teksta. On je pokazao da najobičnije stvari – kao što su reklame za koka-kolu, hrana u restoranima, modni detalji, način kupovine u velikim tržnim centrima, odeća pankera, I V vesti ili sapunice, emisije o životinjama, filmovi, rok muzika, dugačka ili ošišana kosa, buvlje pijace ili nacionalne marke automobila, dakle sve što nas okružuje, može biti „pročitano“ zato što predstavlja značensku celinu, to jest proizvod procesa označavanja. Semiološki pristup pretpostavlja da su svi kulturni tekstovi manifestacija kulturnih obrazaca na kojima se zasniva određeno društvo, što znači da je proces označavanja uvek aktivan i da se ne zasniva na vanvremenim i nepromenljivim značenjima, već na onima u koje društvo učitava vlastite interese, odnose snaga, ideologiju i pogled na svet. Studije kulture u razvile posebnu tehniku analize tekstova, locirajući svaki tekst u okvire njegovog istorijskog, materijalnog i kulturnog konteksta. Umesto da posmatraju značenje kao imanentno tekstu, studije kulture se odnose prema kulturnim tekstovima kao prema dokumentima koji se ne mogu odvojiti od okolnosti i uslova njihovog stvaranja, s jedne strane, i konzumiranja, s druge. Međuzavisnost teksta i konteksta je polazna tačka kulturološkog čitanja, tj. interpretacije. Za neke analitičare tekst je primarni indikator konteksta, dok je za druge kontekst najznačajniji u proizvodnji i predstavljanju određenih značenja. U oba slučaja dominira stav da značenje nije fiksirano i definitivno, već je polisemično, što drugim rečima znači da svaku kulturnu pojavu različite grupe mogu različito predstavljati, ali i čitati, dešifrovati. Time se usložnjava proces interpretacije kulturnih poruka. Ne samo da jednu istu pojavu različito tumače različite društvene grupe, već u okviru jedne društvene grupe postoje različiti polovi, uzrasti, boja kože, navike, tako da svaka pojava nosi nizove značenja koje je u sebi „uvukla“ iz različitih konteksta u kojima se ikada nalazila. Odatle nastaje pojam intertekstualnosti koji teži da destabilizuje svako značenje, da ga ostavi otvorenim za novo, moguće tumačenje.

Bartova semiologija je, u stvari, potvrđivala ideju o ideološkom stvaranju značenja i ideološkom konstruisanju kulture, ali je kod njega pojam ideologije zamenjen pojmom (mita). Osim toga, ideju o aktivnoj publici Bart dopunjuje svojom poznatom teorijom o (smrti autora) i značaju koji za svako značenje određene kulturne pojave ima način interpretacije. Drugim rečima, nijedna pojava ne može se uzeti zdravo za gotovo, niti njeno značenje proizlazi samo iz želje i uvida njenog autora, već ona, kao činjenica kulture, nezavisno od toga kojem domenu kulture pripada, dobija značenja tek kada je protumačena, doživljena, izmenjena od strane konzumenata. Najsjajniji primer tekstualne analize povezane sa Gramšijevom teorijom ideologije predstavlja delo Dika Hebdidža *Potkulture: značenja stila*, objavljeno 1979. godine, koje se bavi britanskim omladinskim potkulturama.

Sledeća faza u razvoju studija kulture u velikoj meri je povezana sa dubokim strukturalnim promenama koje obeležavaju život zapadnih društava od kraja šezdesetih godina XX veka. One su ponajviše vezane za ubrzan razvoj kapitalizma, okretanje ka neoliberalnoj ideologiji i ekonomiji multinacionalnog kapitala, procese globalizacije, komercijalizaciju kulture i dinamične demografske promene. Tome bi trebalo dodati i razočaranje u mogućnost radikalne političke promene, koje se razvilo u intelektualnom životu Evrope posle neuspele studentske pobune 1968. godine, naročito u Francuskoj. To je bilo vreme kada su se pojavili mnogi alternativni pokreti sa specifičnim načinima borbe i ciljevima koje žele da postignu u okviru kapitalističkog društva. Kontrakturni pokreti „dece cveća“, seksualna revolucija, pobuna protiv rata u Vijetnamu, revitalizacija starih znanja i mudrosti, anti-psihijatrija, sumnja u objektivnost i istinitost naučnih paradigmi, stvarali su novu atmosferu, „nov senzibilitet“, koji se često naziva postmodernim. Tome posebno doprinosi i munjevit razvoj novih informacionih tehnologija koje iz temelja menjaju celokupan život sveta, utičući na promene u doživljaju vremena i prostora. Medijalizacija sveta, između ostalog, radikalizuje probleme vezane za mogućnost saznavanja stvarnosti dovodeći u pitanje njeno realno postojanje (Bodrijar). Sve ovo, i mnogo više od toga, širi polje kulturoloških analiza, postavljajući sve više pitanja na koja studije kulture, sada već izmeštene iz Velike Britanije u druge centre, pokušavaju da odgovore.

Ujedinjujući elemente različitih teorijskih koncepcija i struja vezan je za preispitivanje i dekonstrukciju modernizma i modernističkog pogleda na svet. Poststrukturalizam i postmodernizam trasiraju put razvoja studija kulture od osamdesetih godina XX veka, pa sve do danas. Moguće je postmodernističku kritiku modernizma smatrati najopštijom intelektualnom platformom sa koje deluju i studije kulture.

Poststrukturalizam razvijen oko Lakanove psiholingvističke teorije, kao i filozofije Žaka Deride i Mišela Fukoa, otvara različite pravce i teme u studijama kulture. U osnovi poststrukturalizma leži lingvistika na osnovu

koje se preispituju epistemološki problemi i čitavo modernističko nasleđe zapadnog znanja zasnovano na tradiciji Dekartove filozofije jedinstvenog subjekta i veri u napredak čovečanstva prema tehnološko-naučnom modelu zapadne civilizacije. Nove teorije opovrgavaju modernističku „iluziju“ o tome da postoji objektivni svet, svet po sebi, koji je moguće saznati na osnovu moći racionalnog uma koji je u temelju naučnog mišljenja, a čiji je nosilac Čovek kao univerzalno biće. Ove teorije ustaju protiv svake ideje univerzalne istorije koja podrazumeva linearni tok ka određenom cilju prema jedinstvenoj formuli napretka koja uključuje različite kulture i istorijska iskustva sveta. U tom smislu, poststrukturalizam učestvuje u onome što je postmodernistički filozofski „prorok“ Žan-Fransoa Liotar imenovao kao „nepoverenje u metanaracije“, čime se svaka ideja o celovitosti, homogenosti, jedinstvu, univerzalnosti, zamenjuje idejama pluralizma, heterogenosti, parcijalnosti i lokalnosti.

Osnovna poststrukturalistička pretpostavka jeste da ne postoji nikakva objektivna stvarnost po sebi koja nije prošla kroz značenja koja daje jezik. To znači da ne postoji ništa što je prirodno nezavisno od intervencije ljudi i kulture. Otkako postoje značenja, kaže Derida, nema ničega osim znakova, a u stvarnosti ne postoji ništa izvan teksta. Poststrukturalizam dovodi do krajnjih granica antiesencijalistički epistemološki stav koji osporava postojanje stvari po sebi i koji čitavo ljudsko znanje posmatra kao oblik proizvodnje značenja. Jezik predstavlja sistem diferencijalnih znakova koji generišu značenje u samom procesu označavanja, što opovrgava strukturalističku pretpostavku da oni poseduju transcendentalnu nužnost. Poststrukturalizam insistira da nijedno značenje nije fiksirano, da uvek izmiče, nosi tragove drugih značenja i da je modernistički stav o mogućnosti utvrđivanja istine iluzija koju bi trebalo raskrinkati da bi čovek oslobodio vidike i počeo da razumeva razliku. Potka ovakvog razmišljanja vezana je za monopol koje je modernistička epistemološka paradigma ostvarila na planu realnog života. Zahvaljujući verovanju u superiornost razuma, superiornost zapadne civilizacije, superiornost muškarca, isključivani su svi drugi, različiti, koji ne mogu da se uklope u hegemonijske paradigme zapadnog načina mišljenja. Tako je poststrukturalizam u Deridinoj varijanti težio da ukine fiksirano značenje, jednu istinu, pokazujući da svako eksplicitno značenje, svaka izgovorena reč nosi tragove onoga što je njena suprotnost, onoga što nije izrečeno. To znači da su na udaru binarne opozicije za koje Derida smatra da se nalaze u osnovi zapadnog mišljenja, čime se otvara mogućnost za njihovu dekonstrukciju. Dekonstrukcija podrazumeva demontiranje binarnih opozicija kao što su govor – pisanje, priroda – kultura, muškarac – žena, zapad – istok, belo – crno, razum – ludilo itd., čija je uloga uspostavljanje istine kroz isključivanje i devalviranje inferiornog para. Zapadna civilizacija je zasnovana na falocentrizmu, privilegujući govor u odnosu na pisanje,

razum u odnosu na iracionalno, muškarca u odnosu na ženu itd. Studije kulture, uvek usredsređene na podređene i isključene, svesrdno preuzimaju ovu verziju poststrukturalizma tako što u prvi plan svojih analiza stavljaju problem razlike između kultura, tradicija, pojedinaca, društvenih grupa i rasa, težeći da im ne pridruže kao zatvorenim entitetima, već otkrivajući kulturna značenja u mnogoznačnim odnosima i različitim osama preseka koje se među njima uspostavljaju. Ako se za ranije studije kulture može reći da su bile zainteresovane za Drugog u odnosu na zvanični poredak, onda se za ovaj vid studija kulture, naročito popularan u SAD, može reći da u prvi plan ističe razliku koja isključuje bilo kakav vid binarnog kodiranja, već traga za modalitetima i nijansama uključenim u prostor između suprotstavljenih kodova.

Mišel Fuko je svakako najuticajniji mislilac antiesencijalističke (poststrukturalističke) orijentacije koji je studijama kulture ponudio niz pojmova koji su postali nezaobilazni i po kojima se ove studije često i prepoznaju. Pojmovi diskursa, diskurzivne prakse i diskurzivne formacije, unose jednu novu notu u lingvistički orijentisane teorije. Diskurs označava jezičku proizvodnju značenja, ali Fuko nije toliko zainteresovan za funkcionisanje samog jezika koliko za realne, društvene uslove nastanka diskurzivnog znanja. On je zainteresovan za površinu diskursa, materijalne aspekte njegovog nastanka, čime pojam diskursa na izvestan način „sociologizuje“. Njegova osnovna ideja je da je svako znanje diskurzivno proizvedeno, da stoji u osnovi onoga što određena epoha smatra istinom, da je parcijalno, ali želi da se nametne kao opštevažeće i „normalno“. Diskursi nastaju na osnovu čvrste veze koja postoji između moći i znanja, što znači da u svakom društvu nije važan govor kao takav, već je važno koli zašto govori. Zato u svakom društvu postoje određeni diskursi, ograničeni režimi istine koji se predstavljaju kao normalno, prirodno stanje stvari, čime se isključuje ono što takvi diskursi ne podrazumevaju. Kao i Derida, i Fuko pokazuje da svi sistemi vrednosti, hijerarhijski poredak, neupitne navike, jesu plod diskurzivne proizvodnje, pa su, prema tome, relativni i promenljivi. Zato se on suprotstavlja svakom shvatanju istorije kao kontinualnog procesa i analizi kulturnih fenomena na osnovu njihovog porekla. Ljudska istorija je istorija diskontinuiteta u kojima vladaju različite diskurzivne formacije ili episteme, koje formulišu određen sistem znanja, specifičan i neuporediv s onim što mu prethodi ili što ga prati. Fuko je svojom teorijom o odnosu znanja i moći pokazao da su odnosi moći sveprisutni i da se kapilarno protežu kroz celo društvo. Prateći njegov trag, studije kulture sve više napuštaju koncept hegemonije i okreću se pojmu mikropolitike.

Fuko je ponudio teorijsku prizmu koju su prihvatile studije kulture u momentu kad njihova angažovanost i političnost počinju da se menjaju. U promenjenom vremenu, obeleženom odustajanjem od mogućnosti radikalne promene kapitalističkog poretka, Fukoova teorija se pokazuje

upotrebljivijom nego što je to bila Gramšijeva. Sledeći tu teoriju, studije kulture više ne postavljaju pitanje o odnosima između institucionalnih centara moći (države, partije, škole, medija) i podređenih globalnih grupa kao što su rasa, klasa i rod, već se bave sitnijim segmentima kulturnih sukoba.

6. Pored pomenutih teorijskih izvora studija kulture, feminizam je imao veliki uticaj, otvorio mnoge teme i obeležio pravac istraživanja i promišljanja savremene kulture. Feminizam je imao uticaja naročito u svojoj post-feminističkoj varijanti, vremenom prerastajući u studije roda, odakle su se razvile i studije maskuliniteta. Kritika patrijarhata, ispitivanje odnosa između javnog i privatnog, problemi seksualnosti, stereotipi o ženama, problemi transseksualizma i homoseksualizma su feminističke teme koje podupiru interesovanja studija kulture. One počinju da se usredsređuju na probleme medijske manipulacije ženskim telom, dominantnim diskursima diskriminacije žena, različitim načinom ispoljavanja ženskosti u okviru klasa, rasa i užih društvenih grupa, pokazujući da je, naročito u modernom svetu nejednako raspoređene moći, neophodno probleme roda uključiti u najrazličitije segmente kulturnog života i procesa kulturnog označavanja. Poststrukturalizam je do te mere relativizovao i tradicionalne feminističke diskurse da je doveo u pitanje i samu podelu na muški i ženski rod, što je ostavilo traga i u studijama kulture. Posebno popularne feminističke teme u okviru studija kulture odnosile su se na medijsku stereotipizaciju, analizu „ženskih žanrova“ kao što su TV sapunice, ljubavni romani i sl., na zloupotrebu ženskog tela u komercijalne svrhe i napada mode na fizičko-psihološki integritet i zdravlje žena, kao i na diskurzivne metode isključivanja drugog i drugačijeg (žene, lezbijke, homoseksualci, transseksualci). Vremenom, feminizam do maksimuma počinje da problematizuje sam koncept žene, da dovodi u pitanje koncept prirodnosti pola, a najviše da negira mogućnost da se o ženama može govoriti na osnovu prihvatanja ideje o grupnom – rodnom identitetu zajedničkom za sve žene. Ističe se da je nemoguće tretirati problem diskriminacije, nezavisno od toga da li je ona politička, ekonomska ili diskurzivna, a da se ne uzimaju u obzir drugi parametri koji određuju rodni identitet – klasnu i rasnu pripadnost, seksualno opredeljenje, kulturne i religijske determinante, životnu dob itd. Uzajamno delovanje ovih parametara predstavlja konfliktno čvorište ženskog identiteta i zato studije kulture, prateći kretanja u okviru feminističke teorije, do krajnosti problematizuju svaku univerzalističku ili esencijalizirajuću koncepciju roda.

Ovaj kratak prikaz osnovnih teorijskih linija koje su pratile studije kulture neophodan je iz dva razloga. Prvo, studije kulture bave se izuzetno velikim brojem pojava i problema savremenog društva u različitim lokalnim sredinama, uključujući u pravom smislu te reči „celokupan život“. Obilje materijala, ogroman broj analiza, istraživanja, kritika, neretko i umnožavanja

bezbroj kopija jedne te iste „priče“, nemoguće je sabrati u smislenu celinu. Zato se čini da teorijske afilijacije studija kulture nude jedan manje ili više dosledan stav na osnovu kojeg se gradi njihova prepoznatljivost. Teorije upućuju na epistemološko-filozofske pozicije, način problematizacije, nude pojmove i tehniku analize, ali i okvir za određen tip političnosti i angažovanosti. Uprkos činjenici da se one oslanjaju na teorije koje plediraju maksimalnu otvorenost prema obilju mogućnosti savremenih kulturnih transformacija, one istovremeno „trasiraju teren“, ograđuju prostor, nude sasvim određenu konceptualnu aparaturu, što jednoj naizgled bezobličnoj masi daje određenu zaokruženost i čvrstinu. Odatle proizilazi i drugi razlog za isticanje teorijskih osnova studija kulture, a on se odnosi na otvorenu tendenciju ovih studija da se neprekidno obraćaju svojim teorijskim izvorima i autoritetima. Pokazuje se da je broj autoritativnih imena relativno stalan, te zbog toga neki autori ističu da oni predstavljaju „ikone“ studija kulture. Ričard Hogart, Rejmond Vilijams, Stjuart Hol, Luj Altiser, Antonio Gramši, Valter Benjamin, Teodor Adorno i Maks Horkhajmer, Rolan Bart, Žak Derida, Žak Lakan, Mišel Fuko, Šantal Muf, Žan-Fransoa Liotar, Žan Bodrijar, Frederik Džejmson – imena su u „stalnom opticaju“.

Osim prva tri, ostala ne pripadaju direktno studijama kulture. Neki, kao što su Adorno, Horkhajmer ili Bodrijar, stoje na suprotnim gledištima od onoga što bi bio osnovni teorijski postulat i pravac političke angažovanosti studija kulture, ali oni su nezaobilazna riznica pojmova i referencijalne tačke u odnosu na koje studije kulture grade svoju (suprotnu) argumentaciju. Usredsređenost na teoriju motivisana je još jednom osobenošću studija o kojima je ovde reč – njihovom sklonošću ka autoreferencijalnosti. Čini se da su poslenici u ovoj oblasti i posle nekoliko decenija postojanja ovih studija svesni alternativnog i kritičkog potencijala koji su one imale u momentu kada su institucionalizovane u Birmingemskom centru. To je proizvelo specifičnu samosvest studija kulture i osećanje da imaju misiju, što se ogleda u stalnom pozivanju jednih autora na druge, pisanju vlastite istorije, kritici i samokritici. Stiče se utisak da, uprkos generalnoj tendenciji da budu neprekidno u dosluhu s aktuelnim pojavama u društvu (konzumerizam, globalizacija, homoseksualizam, rasizam i sl.), studije kulture stvaraju rigidan teorijski okvir koji često ima meru nepotrebnog apstraktnog teoretisanja.

7. Fokusi istraživanja studija kulture menjali su se zavisno od lokalnih sredina u kojima su se razvijale, ali i od globalnih društvenih, ekonomskih i političkih kretanja. U prvom periodu one su bile usredsređene na klasne, rasne i rodne razlike, koje stoje u osnovi kulturne heterogenosti, i na ideološku konstrukciju kulturnih poruka. Od tada pa do danas popularna kultura je najšira oblast u kojoj se ogledaju međusobne tačke preseka između formi kulture i odnosa moći. Popularna kultura uključuje najširi mogući

dijapazon pojava: prakse svakodnevnog života, radničku i omladinsku potkulturu, medijsku kulturu (film, televizija, internet), životne stilove, oblike zabave, popularnu muziku, potrošačku kulturu itd. Prvobitno interesovanje za popularnu kulturu, podstaknuto kritikom kulture masovnog društva i potrebom da se promoviše kultura nižih slojeva i marginalizovanih grupa uopšte, prerاسlo je u „slavljenje“ popularne kulture i popularnih žanrova. Vremenom se popularna kultura izdvojila kao glavni oblik kulture koji obezbeđuje prelamanje hegemonijskih diskursa sa najraznovrsnijim oblicima kreativnog otpora (De Serto, Fisk). Ona se tumači kao povlašćeni domen društvenog života u kojem se ispoljavaju najrazličitiji oblici uživanja i zadovoljstava, što uvodi sasvim nove koncepte i merila prosuđivanja. S te tačke gledišta svaki sadržaj koji nekome može da pruži takva osećanja vredan je pomena i analize i može da se protumači kao iskazivanje slobode i otpora prema zvaničnom poretku stvari. Bilo da je reč o pulp romanima, „Velikom Bratu“, pornografiji ili šetnji po plaži, kupovini u šoping-centru ili lutanju ulicama grada, ima svoje mesto u složenom telu popularne kulture, a time istovremeno ima stvaralački i subverzivni potencijal. Nekritički pristup popularnoj kulturi podrazumevao je i odustajanje od potrebe da se pojave protumače na osnovu nekog vrednosnog kriterijuma, a to je otvorilo rasprave u okviru samih studija kulture. Ispostavilo se da veličanje popularne kulture vodi zagovaranju „kulturnog populizma“ (Mekguigan), a da odustajanje od estetskog ili moralnog vrednovanja devalvira popularnu kulturu uprkos težnji studija kulture da joj podare dignitet i prikažu kao prostor izražavanja volje, želja, vrednosti i politike najširih slojeva (Frit). Postavljalo se pitanje da li je moguće isključiti svaki vrednosni kriterijum i neprekidno isticati „pobunjenički potencijal“ popularne kulture kada ona u savremenom društvu uveliko dobija status *mainstream* kulture. Hegemonijsko je uključeno u samo tkivo popularne kulture tako da je nemoguće posmatrati ga kao nešto spoljašnje, a tu kulturu tretirati kao posvećeni teren slobode i kreativnosti, prostor za igru sa značenjima i mesto beskonfliktnog zadovoljstva. Poseban problem vezan je za uključenost popularne kulture u ekonomske odnose i interese koji u uslovima potrošačkog društva svakodnevno utiču na njene forme i sadržaje. Ova i mnoga druga pitanja vezana za pomahnitali konzumerizam i komercijalizaciju kulture neprekidno se otvaraju dajući unutrašnju dinamiku studijama kulture. Međutim, primećuje se da u glavnom toku one zauzimaju apologetski stav prema novim tendencijama insistirajući da, uprkos monopolima, ekonomskim prinudama itd., uvek postoji aktivni potrošač, kreativno biće koje može da se odupre i preokrene stvari u svoju korist.

8. Kulturološka analiza medija posebno je značajna oblast, srasla sa pojmom popularne kulture i ona u osnovnim crtama prati sled i logiku

pomenutih pristupa. Stjuart Hol je isticao da su studije kulture napravile značajan prekid sa prethodnim analitičkim paradigmama u nekoliko osnovnih tačaka. Prvo, kulturalistički pristup podrazumevao je osporavanje teze po kojoj su mediji ogledalo stvarnosti, transparentni posrednici već zatečenih i „objektivno“ postojećih značenja i, drugo, da mediji imaju direktan uticaj na ljude, bilo da na njih deluju „hipodermički“, uvlačeći se „pod kožu“, ili delimično, učvršćujući već postojeća uverenja ili potrebe. Kulturološki preokret u analizi medija, koji je Stjuart Hol posebno izložio u jednom od ključnih tekstova koji donosimo u ovom zborniku, značio je multidimenzionalno istraživanje medija koje je podrazumevalo analizu proizvodnje poruka, s jedne strane, i način njihove obrade, dešifrovanje koje na različite načine sprovode različite društvene grupe i pojedinci, s druge. Multidimenzionalno istraživanje uključivalo je i studije *reprezentacije* i *analizu recepcije*.

Prve su usredsređene na analizu načina transmisije ideoloških poruka u okviru određenih medija, na osnovu kojih se gradi poželjna slika o određenim društvenim problemima, situacijama, a posebno marginalnim društvenim grupama (nebelacke rase, žene, homoseksualci, stari itd.). To je u osnovi kritički pristup čiji je cilj bio da se demistifikuje i osudi moć kroz analizu ideoloških diskursa kojima blok nudi poželjnu sliku sveta. Gramšijev pojam hegemonije je u usredsređenost ove vrste analize uključio publiku, konzumente medijskih proizvoda usled čega se u samo središte postavlja pitanje na koji način mediji utiču na stvaranje „spontane saglasnosti“ i uspostavljanje privremenog konsenzusa. Međutim, ubrzo su studije kulture publiku uspostavile kao najznačajniji faktor u lancu komunikacije, posebno razvijajući analizu *recepcije*. Nasuprot ideološkoj kritici, koja izdvaja manipulativne moći medija i tezi o pasivnoj publici, stavljen je akcenat na polisemičnost poruka i složenost dvosmernog procesa. Svaka poruka, bilo da je nametljiva ili vešto plasirana, može da bude protumačena i percipirana na bezbroj načina. Uprkos neospornoj činjenici da mediji učestvuju u konstrukciji poželjne slike sveta prema interesima različitih centara moći, ljudi u svakom društvu imaju slobodu i sposobnost da ih prerađuju, dopisuju, otpisuju, odbacuju.

Studije recepcije bave se načinima interpretacije medijskih tekstova u određenom političkom, ideološkom i kulturnom kontekstu što pretpostavlja da se u njemu presecaju dominantni diskursi sa modalitetima interpretacije koji uključuju moralno rasuđivanje, ideološko-političke reakcije, osećanja odbijanja ili dopadanja, uživanje itd. Recepcija podrazumeva vrstu „intimnog susreta“ sa medijskim tekstovima. Ti susreti se, međutim, događaju pod određenim uslovima koje diktiraju kulturne, političke i ideološke predispozicije uključene u procese artikulacije značenja. Ono što kulturološkom pristupu daje specifičnost u odnosu na ostale tipove studija recepcije jeste njihovo insistiranje na značaju *aktivne publike* i korišćenju *etnografskog* metoda kojim je trebalo uzeti u obzir mnoge osobene situacije u kojima se

dogada susret sa medijskim tekstovima. Istraživali su se mnogi faktori, od toga ko posmatra (rod, rasa, klasa, nacija, etnička zajednica i sl. u složenom međudejstvu), do toga u kakvom ambijentu, u koje doba dana, u kakvim porodičnim okolnostima aktivna publika ili aktivni pojedinci interpretiraju medijske tekstove. Aktivna publika je vrsta „semiotičke gerile“, sposobna, opredeljena za proizvodnju ili stvaranje vlastitih značenja. Cilj nekritičnog veličanja publike bio je u funkciji potvrđivanja raznolikosti i deo intelektualne i političke strategije isticanja prava na razliku. Takav pristup dugo je dominirao studijama kulture, u potpunosti izostavljajući probleme vezane za besomučnu proizvodnju i preplavljenost savremenog sveta medijskim slikama i vezu ovih procesa s interesima transnacionalne industrije kulture.

9. Sklonost ka slavljenju popularne kulture povezana je sa specifičnim odnosom studija kulture prema globalizaciji. Kada je reč o kulturi, osnovni problem vezan za globalizaciju odnosi se na efekte homogenizacije i strah nacionalnih i nezapadnih kultura od novog kulturnog imperijalizma. Monopol zapada, transnacionalnih kompanija, naročito u medijskoj sferi i širenju potrošačkog mentaliteta u sve krajeve zemljine kugle, utiče na prihvatanje zapadnih modela, dovodi do nestajanja mnogih kultura i jezika, gubljenja identiteta ili „degeneracije“ mnogih specifičnih lokalnih kultura. Ovaj problem, kojim se danas bave gotovo sve discipline, o kojem raspravljaju različite političke grupe, o kojem vode računa mnoge kulturne politike, koji zabrinjava i velike i male kulture, predstavlja važnu i vruću temu studija kulture. S obzirom na to da su globalizacijski procesi kontroverzni i suviše složeni, studije kulture ih analiziraju kritički, ali s jasnim akcentom – globalizacija nije samo proces homogenizacije, već naprotiv, podstrek za mnogostruko iskazivanje sasvim novih kulturnih formi i sadržaja. Teorijska postavka koja leži u osnovi ovog stava vezana je za noseću ideju studija kulture o kreativnoj snazi otpora. U tom smislu akcentat je na produktivnoj moći lokalnih i marginalnih kultura da reaguju na promene u kulturnoj sferi koje donosi multinacionalni kapitalizam i iskoriste ih za promociju lokalnog i specifičnog. Argument da kulturna globalizacija znači napad na specifičnost nacionalnih kultura, studije kulture pobijaju argumentom da je u svetu u kojem dominiraju mediji gde se razvijaju nove komunikativne mreže, gde je mobilnost ljudi povećana i podrazumeva sve ubrzanije „raskorenjivanje“, nemoguće govoriti o jedinstvenim i zatvorenim kulturama. U savremenom potrošačkom, medijsko-informatičkom društvu, nije moguće osloniti se na čvrste kulturne obrasce ili segmente kulture koji nisu dotaknuti tim promenama. Struktura savremenog sveta u potpunosti je promenjena i umesto dosadašnjih nacionalnih država čitava zemljina kugla premošćena je „pejzažima“ – tokovima kapitala, ljudi, kultura u aktivnim međuodnosima (Apaduraj). Insistiranje na nacionalnom identitetu kao

privilegovanom temelju kulturnog identiteta u današnjem svetu krajnje je nerealistično, jer stvaranje globalnog svetskog sistema podrazumeva da su u njega uključeni svi specifični i lokalni identiteti u uzajamnoj vezi i u vezi s tim sistemom.

Podrška koju studije kulture nalaze u radikalno konstrukcionistički i antiesencijalistički orijentisanim teorijama vodi u pravcu prilagođavanja datim istorijskim kretanjima i uspostavljanju konceptualnog aparata kojim je moguće zahvatiti novine u kulturnom prestrojavanju sveta. Te novine predstavljaju izazov savremenosti, a ne njenu imploziju u hiperrealnosti, niti smrt kultura u procesima ujednačavanja.

Celokupno novo ustrojstvo sveta, zasnovano na moći novih komunikacionih tehnologija u pravcu povezivanja i kulturnog prožimanja, turizam, potrošačko društvo, globalna ekonomija, međunarodna zajednica, politička međuzavisnost, utiču na to da se nijedna kultura ne može posmatrati drugačije do kao hibridna. Kulturni hibridi nisu čudovišni spojevi nespojivog, nasilno odsecanje delova i kalemljenje novih, već gotovo organsko, ali uvek privremeno i nestabilno spajanje različitih elemenata. Pojam hibridnosti posebno razvijaju postkolonijalne studije kao komplementarna oblast studija kulture ili, tačnije, kao prostor njihovog širenja ka problemima odnosa Zapada i drugih. Postkolonijalni diskurs osporava tezu o jednosmernom kulturnom uticaju Zapada na nekadašnje kolonije, zemlje trećeg sveta, težeći da odnos nadređenih i podređenih ne posmatraju kao neproblematičnu opoziciju između opresora i žrtve, već kao složen odnos koji nijednu stranu ne ostavlja netaknutom.

10. Moglo bi se slobodno reći da je zajednički podtekst svih pomenutih oblasti studija kulture vezan za problem identiteta. Od momenta kada su započele kritiku homogenog koncepta kulture i otkrivale specifične jezike i značenja mnogih potkultura, subjektivni doživljaj kulture ostao je u žiži interesovanja, bilo da se radi o pojedincima ili grupama. Kroz pojam identiteta prelamaju se sve ostale linije kulture i zbog toga studije kulture teže da pokažu da je u savremenom svetu identitet uvek razlomljen, ispresecan po različitim osama pripadnosti. Ljudi pripadaju određenom polu, naciji, jezičkoj grupi, profesiji, porodici, odakle dobijaju deo svog identiteta. Identitete nije moguće definisati i zaokružiti niti ih svesti na prost zbir različitih pripadnosti. Klasni, rasni i rodni identitet međusobno se prepliću, a u njih se upisuju značenja, religijska pripadnost, seksualna orijentacija, nivo obrazovanja, određene situacije ili istorijski događaji. Ljudska priroda kao nešto univerzalno i identitet pojedinca kao nešto što je dato rođenjem pripadaju konceptima modernizma čiji je cilj da fiksira i normira, što studije kulture, oslanjajući se na postmodernističku kritiku modernizma, na konkretnim slučajevima i analizama teže da ospore.

Problem identiteta u ranom periodu razvoja studija kulture bio je vezan za politike identiteta, čime se promovisu kulture i grupni identiteti marginalnih i marginalizovanih grupa. Međutim, ova tendencija se smatrala suviše esencijalističkom, tako da je u okviru poststrukturalizma, decentriranje subjekta istorije povuklo sa sobom osporavanje modernih zapadnjačkih narativa o istoriji, kulturama i identitetima i skrenulo pogled na različitost i, pre svega, na pravo na razliku (Kornel Vest). To pravo odnosi se na sve vrste razlika, od polne do etničke. Studije kulture su se u velikoj meri okrenule analizi nestabilnosti i promenljivosti identiteta u vremenu i u prostoru. Insistiranje na hibridnim identitetima, promenljivosti značenja, nestabilnim strukturama, uzima u obzir savremene društvene promene, demografsko izmeštanje, uticaj medija, nove komunikacione tehnologije (internet), što sve utiče na nemogućnost fiksiranja ili zatvaranja u okvire jednog identiteta ili kulturnog obrasca. Identiteti lebde između različitih kultura i tradicija, neprekidno se sudaraju, prelamaju i umnožavaju, a pojava virtualne stvarnosti sve više potvrđuje principijelno uverenje studija kulture da nema druge stvarnosti osim one koju sami ljudi stvaraju. Tezu o „fluktuirajućim“, nefiksiranim identitetima snažno podržavaju i teorijski obrazlažu poststrukturalizam, feminizam i studije roda, ali i postmodernističke teorije i na njih oslonjena antropologija.

11. Posebno intrigantnu temu koja stoji u vezi sa do sada pomenutim, otvarajući istovremeno i mnoge nove, predstavlja „upad“ novih tehnologija u svakodnevni život ljudi. Žak Derida je osporio tezu po kojoj postoji bilo šta što se može nazvati prirodnim, a da prethodno nije prošlo kroz filter kulture (jezik). U skladu s tim, studije roda su postavile pitanje o prirodnosti podelu na muški i ženski rod, da bi u krajnjoj liniji dovele u pitanje i samu prirodnost pola. Postkolonijalni diskurs osporio je podelu sveta na centar i periferiju, na kolonizatore i kolonizovane, otkrivajući kako se oni međusobno uslovljavaju, stvarajući nove hibridne forme. Mišel Fuko je pokazao da u istorijskom diskontinuitetu nismo u stanju da predvidimo šta nas čeka u budućnosti i da su mogućnosti za pojavu „novog“ čoveka potpuno otvorene. Dona Haravej je svojim esejom „Manifest kiborga“ sabrala ove osnovne teorijske tokove i povezala ih sa kulturom nove, tehnološke ere. Kiborg kao spoj mašine i čoveka, muškog i ženskog, prošlog i budućeg, metafora je koja, možda bolje nego bilo koja konceptualizacija, ukazuje na promene koje su se dogodile u savremenoj kulturi, ali i na poziciju koju studije kulture zauzimaju prema tim promenama.

Pravac razvoja savremenog sveta i promene koje su se desile poslednjih pedesetak godina u tehnološkoj sferi predstavljaju „vruću“ kulturološku temu i otvaraju nizove novih problema. Jedan od mogućih pristupa problemu je „kataklizmičan“, uslovljen strahom od moći novih tehnologija koje mogu da ponište sve dosadašnje oblike postojanja i znanja ili da

podvedu ceo svet pod budno oko „Velikog Brata“. Drugi pristup, kojem su sklone studije kulture, nove tehnologije, naročito internet, smatraju prostora novih susreta, novih otvaranja, novih grupisanja i novih vidova komunikacije. Otvara se čitav nepoznati poredak sveta pun izazova i potencijala za izražavanje kreativnosti pojedinaca koji umeju da se odupru silama manipulacije i da iskoriste nove mogućnosti za potvrđivanje različitosti.

Pomenute teme i teze koje zagovaraju studije kulture nisu jedini mogući pristup savremenosti. Zahvaljujući sklonosti ka autoreferencijalnosti i samokritici javljaju se mnogi glasovi koji ukazuju da su u svojim teorijskim akribijama i radikalnom relativizmu studije kulture napustile angažovano interesovanje za realan život ljudi. Preveliko insistiranje na polisemičnosti svih značenja i neograničenosti interpretacija nametnutih diskursa, vremenom je počelo sasvim da zamenjuje probleme dominacije i hegemonije. Dominacija tekstualnog pristupa i insistiranje na moćima označilaca nad označenim imaju tendenciju da skoro potpuno odstrane stvarnost koja je, ipak, glavni podsticaj svih teorijskih objašnjenja i kulturoloških analiza, pa i onda kad se poriče njeno objektivno, vandiskurzivno postojanje. Preteranost u insistiranju na fluktuirajućim, nestabilnim identitetima osporava mogućnost da mnogi pojedinci i grupe osećaju pripadnost i pokazuju težnju da se negde i nekako fiksiraju. Ukoliko je to i bilo interesovanje ranih studija kulture, ono se vremenom, u postmodernističkom kulturnom i teorijskom ambijentu sve više gubilo. Otvaranje ka tehnološkim inovacijama može da prenebregne negativne posledice koje sve očiglednije utiču na život ljudi i čitave planete. Veličanje kreativne sposobnosti publike i potrošača ostavlja po strani mogućnost manipulacije, homogenizacije, ekonomsku zavisnost malih od velikih i političko upravljanje svetom iz jednog centra. Ove teme jesu prisutne u najširem polju bavljenja kulturom, ali studije kulture ih analiziraju sa sasvim određenih pozicija. Zato su i pored heterogenosti one prepoznatljivije i u najvećoj meri odgovaraju onome što je Stjuart Hol rekao – one predstavljaju posebnu diskurzivnu formaciju.

Diskurzivnu formaciju podržava angažovano tumačenje kulture, što je istaknuto kao poseban i specifičan cilj u trenutku kada se stvarao Birminškog centar. Posebno osetljive za vezu između kulture i odnosa moći, naročito za odnose dominantnih i marginalnih kultura, centra i periferije, odnosa represije i marginalizacije itd., ove teme postavljene su u samo srce kulturne proizvodnje. One stvaraju diskurzivan prostor u kojem se jasno prepoznaju vrednosti i ideje za koje se zalažu. U tom smislu one nemaju naučnu objektivnost, već ideološki interes, a on je danas ambivalentan. S jedne strane, studije kulture učestvuju u demokratizaciji društva zalažući se za marginalizovane oblike kulture i društvene grupe koje je stvaraju, a s druge strane u punoj meri pokazuju razumevanje prema procesima koji stoje u direktnoj vezi i u funkciji ideologije neoliberalnog kapitalizma. Iako su nastale

na ideološkom terenu koji je ustanovila nova levica u Engleskoj i deklarativno zadržale kritički odnos prema svim oblicima dominacije, iako snažno protiv evropocentrizma i elitizma svih vrsta, studije kulture su poslednjih tridesetak godina postale nekritične prema širenju globalističke tržišne ekonomije i neobuzdanog konzumerizma koji, hteli – ne hteli, jesu vezani za interese najbogatijih. Mnogi analitičari u priklanjanju neoliberalnoj ideologiji vide znak depolitizacije studija kulture, tako da se one sada mogu tumačiti kao „rad za sistem“, a ne protiv njega, na osnovu čega su se ranije identifikovale kao alternativna i politički angažovana oblast istraživanja kulture. Zato sve više autora poziva da se obnove i osveže mogućnosti koje je nudila gramšijevski orijentisana kritika kulture. Oni teže da zaustave zastrašivanje u pravcu ideologije „sve je dozvoljeno“ i nekritične afirmacije neoliberalizma i potrošačkog društva. Podsećanje na gramšijevski model i mogućnosti koje bi on otvorio za analizu kulture u savremenim uslovima vezano je za pokušaje da se studije kulture vrate u one okvire gde bi i dalje imale „misiju“ koju su imale u prvim decenijama razvoja. Između ta dva pola – ozbiljne kritike svih oblika dominacije multinacionalnog kapitalističkog, globalnog društva, i slavljenja sveprisutne hibridizacije, fragmentacije i nepostojanosti savremene kulture, nalaze se ove studije na početku XXI veka.

*

Zbirka tekstova koja je pred nama pre svega je upućena studentima koji se bave različitim aspektima kulture u okviru različitih disciplina koje se predaju na našim univerzitetima. Posebno je upućena zainteresovanima za studije kulture koje se polako ustanovljavaju u našoj akademskoj zajednici. Ovaj izbor je pokušaj da se napravi „vodič“ kroz studije kulture, a predstavlja samo jednu od mogućnosti koju je autorka izabrala u gotovo nepreglednom obilju materijala objavljenog u ovoj oblasti. Princip kojim se rukovodila jeste taj da se kao uvod u ovu oblast izaberu najmanje radikalni tekstovi, kao i oni koji imaju najveću meru razumljivosti i gotovo neupitan značaj u oblasti studija kulture. Akcenat je na onom vidu studija kulture koji se odnosi na popularnu i medijsku kulturu.

Cilj je bio da se istovremeno ukaže na istorijsku genezu, teorijske pravce, kao i na konkretne analize nastale u ovoj oblasti. Svesno nisu uključeni oni radovi koji se najčešće smatraju osnovnim za studije kulture, a koji su kod nas nedavno objavljeni i lako dostupni. Tu spadaju *Orijentalizam* Edvarda Saida, *Popularna kultura* Džona Fiska, *Kritika postkolonijalnog uma* Gajatri Čakravorti Spivak, *Smeštanje kulture* Homi Babe, *Medijska kultura* Dagleasa Kelnera i radovi iz oblasti feminizma. Pored prevedenih tekstova iz uže oblasti studija kulture, objavljeni su značajni klasični teorijski tekstovi, teže dostupni, koji se kriju u starijim časopisima ili iscrpljenim izdanjima knjiga, a čiji autori predstavljaju teorijske „ikone“ studija kulture.

ELITNA I MASOVNA KULTURA

K. je često izraz *etnocentrizma* i stava da je vlastita kultura superiornija u odnosu na ostale. Povezana je s *nativizmom* (pokretom podgrupa za otepljenjem od kulture iz koje primarno potiču) i *eugenikom*, tj. biologističkim rasizmom koji zastupa stav da postoje biološki manje vredni ljudi (duševni bolesnici, maloumni, pa i pripadnici celih nacija), koje treba iskoreniti.

U tzv. primitivnim društvima *k.* može da se javi kao posledica plemenske ili klanske zatvorenosti. U industrijski razvijenim zemljama moguće je da ona nastane kao element institucionalno podsticane društvene atmosfere ili kao izraz tradicionalnih društvenih predrasuda prema pripadnicima grupa iz stranih socijalnih sredina.

☞ etnocentrizam ☞ rasizam ☞ šovinizam

P. Opalić

kulak. Ideološki pogrdan izraz koji je korišćen u boljševičko-staljinističkoj propagandi protiv srednjih i nešto bogatijih seljaka u kampanji kolektivizacije sela i poljoprivrede. U osnovi, to je bila na seljake projektovana boljševička ideološka teza o privatnicima kao »subverzivnom elementu«, koju je još V. I. Lenjin izrazio svojim poznatim stavom da »sitna robna proizvodnja rađa kapitalizam i buržoaziju, svakog dana, svakog časa, spontano i u masovnom obimu«.

U nedostatku stvarnih veleposednika, kod nas su srednji i malo bogatiji seljaci ideološki stigmatizovani kao *k.* još u toku 1946–1947. godine kad su proglašeni za glavnog »klasnog neprijatelja«, s kojim se trebalo, prema Staljinovom receptu, nemilosrdno obračunati. Uz ono malo bivših trgovaca i zanatlija, seljaci su bili jedini privatnici, a *k.* su proglašavani »nacionalnom buržoazijom« prema kojoj se morala usmeriti »revolucionarna oštrica klasne borbe«. Ideološka kampanja i politička i fizička represija prema *k.* pojačava se nakon rezolucije Informbiroa 1948. Na njih je svaljivan glavni teret u otkupu, a smatrani su i najvećom smetnjom kolektivizaciji. Dugo i ekonomski neracionalno zadržavanje tako niskog agrarnog maksimuma (od 10 ha) kod nas, sve do urušavanja socijalizma, svedoči o dubini ideološkog podozrenja socijalističkih režima prema bogatom seljaku.

☞ agrarni maksimum ☞ kolektivizacija ☞ otkup

M. Mitrović

kult (lat. *cultus*, od *colere* – gajiti, poštovati). U antropologiji i etnografiji označava poštovanje božanstava ili predaka, posebno kada nema dovoljno podataka da bi se govorilo o religiji određenog naroda ili etničke grupe. Tako se o *k.* govori u sklopu tumačenja materijalnih ostataka iz praistorije (*k.* određenih životinja, *k.* vladara itd.), ali i o reliktima verovanja u okviru narodne kul-

ture. U ovom slučaju često se govori npr. o *k. predaka* kako u ruralnim evropskim sredinama (posebno na Balkanu), tako i u tradicionalnim društvima Afrike i Azije. Međutim, noviji podaci ukazuju da su u postuliranju *k.* predaka glavnu ulogu imali, pre svega, sami antropolozi ili etnolozi, koji su »učitali« u kulture koje su proučavali ono što su sami želeli da vide. Tako su neki antropolozi ukazali na činjenicu da je u Africi (kao i u drugim delovima sveta) moguće govoriti o *zajedništvu* predaka i njihovih naslednika, bez ikakve religijske ili ritualne dimenzije.

U ideološkim sistemima XX veka dolazi do još jedne upotrebe ovog izraza u smislu *k. ličnosti*, odnosno idolopokloničkog poštovanja političkog lidera jedne države (najčešće bar deklarativno socijalističkog društvenog uređenja), kao npr. – Staljina u nekadašnjem SSSR, ili Kim Il Sunga u NDR Koreji.

☞ obred ☞ religija ☞ ritual

A. Bošković

kultura. Reč potiče od latinskog izraza *cultura* koji označava uzgajanje, obrađivanje, oplemenjivanje, a kada se primeni na individuu upućuje na humanizaciju ljudske prirode. U antropološkoj nauci, u klasičnom smislu, pojam *k.* je označavao celokupan način života jednog naroda, dok će u modernom poimanju dobiti i druga značenja. Antropolozi Alfred Kreber i Klaj Klakhon se slažu da je vrlo teško doći do jedne definicije *k.*: analizirajući oko tri stotine definicija tog pojma, oni ukazuju na činjenicu da je *k.* višeznačan pojam i da obavlja više različitih funkcija. Većina autora smatra da je *k.*, kao »sekundarna priroda«, neizostavan kontekst ljudskog života; ona nije »prirodna činjenica«, već je nastala tokom ljudske istorije kao rezultat ljudske kreacije; čovek se ne bi mogao razvijati bez *k.*, jer ona omogućuje razvijanje suštinskih sposobnosti bez kojih čovek ne bi bio čovek; to su sposobnost komunikacije pomoću jezika, sposobnost neograničenog učenja i akumuliranja iskustva i znanja, prihvatanje zajedničkih standarda ponašanja u datoj zajednici u vidu pravila, normi i vrednosti, usvajanje okvira orijentacije kao »kulturne konstrukcije realnosti«; *k.* takođe utiče na formiranje mišljenja, osećanja i verovanja i razvija sposobnost da se uoči razlika između »ja« i »drugih« te da se dela u pravcu usaglašavanja tih razlika.

Stoga se može govoriti o različitim shvatanjima, odnosno aspektima *k.*: ona je način života kao model (obrazac) za život; društveno nasleđe koje usvaja grupa i prenosi na potomke; naučno ponašanje i obezbeđivanje mehanizama za normativno regulisanje ponašanja; niz tehnika za prilagođavanje pojedinaca društvu; skladište

informacija i nagomilanog znanja; način mišljenja, osećanja i verovanja; niz standardnih orijentacija za rešavanje postojećih problema; određeni simbolički sistemi koji izražavaju ideje i verovanja. U *k.* spada sve ono što nije urođeno nego je stvoreno, stečeno i naučeno tokom života u društvenoj zajednici – sve ono što stvara novu sredinu za čoveka, koji bi bez *k.* bio izgubljen. Jer, kao što kaže antropolog Arnold Gelen, čoveka možemo definisati jednim nedostatkom: izgubivši moć da se orijentiše pomoću instinkata, on je postao »najbepomoćnija životinja«. U *k.* čovek nadoknađuje te svoje nedostatke, jer iz nje crpi orijentaciju za život u novostvorenoj ljudskoj sredini. Dž. A. Hol sumira uloge *k.* na sledeći način: ona obezbeđuje značenja/smisao istorijskih događaja; obezbeđuje pravila za društveno deljenje bez kojih ljudska bića ne bi mogla da se sporazumeju; obezbeđuje širenje sistema verovanja i, dodajmo tome – akumulira informacije i iskustvo.

Može se razlikovati *klasični*, *empirijski* i *moderni*, *normativno-konceptualni* pristup objašnjenju *k.* Prvi, za koji je karakteristična definicija Edvarda Tajlora, obuhvata objektivne elemente realnosti i *k.* shvata kao kompleksnu celinu svih elemenata, čemu će Franc Boas dodati i manifestaciju socijalnih navika i proizvoda ljudskih delatnosti, uključujući i materijalne i duhovne proizvode. Normativno-konceptualni pristup, međutim, naglašava značenjsku osnovu *k.*, simboličke izraze i interpretaciju *k.* elemenata i formi, za šta je karakteristična definicija Kliforda Gerca prema kojoj *k.* nije sve što je čovek stvorio, već su to značenja koja se pridaju stvarima, tj. ono što može biti internalizovano. Razlika između ova dva pristupa se izražava izrazima »način života«, s jedne, i »gramatika društvenog života« i »simbolički univerzum«, s druge strane. Ovo drugo označava »simbolički program upisan u vreme i prostor društvenog života« (K. Gerc). Dakle, u modernom poimanju *k.* težište se stavlja na interpretaciju i simbolizaciju, umesto na opis objektivno datih elemenata društvenog života. Ta dva shvatanja nisu, međutim, u potpunosti isključiva, jer kada proučavamo *k.* interesuje nas kako način (kvalitet) života ljudi jedne zajednice, tako i način na koji ga oni sami interpretiraju i doživljavaju pomoću značenja i simbola.

Postoji i humanističko objašnjenje pojma *k.*, koje sugerise, npr., Dejvid Bidnej. Prema njegovom mišljenju, osnovna funkcija *k.* je humanizacija čoveka i njegovog sveta, čime se naglasak stavlja, pre svega, na pozitivnu funkciju *k.*, a ostavlja po strani pitanje može li *k.* biti i represivna, naime, rigidna socijalizacija koja zanemaruje individualne dispozicije čoveka i nameće

strogo utvrđene društvene standarde kao neizbežan okvir ljudskog ponašanja i mišljenja.

Ma koliko izgledale različite, definicije koje navode Kreber i Klakhon samo izražavaju činjenicu da je *k.* višeznačan pojam koji se može predstaviti u dva vida: u jednini, kao *kultura*, i u množini, kao *kulture*; to znači da se *k.* odnosi kako na ljudski rod kao celinu i označava one elemente koji povezuju sve ljude kao ljudska bića, tako i na pojedinačne *k.* koje izražavaju specifičnost kulturne tradicije nekog naroda i međusobno razdvajaju ljude kao pripadnike određenih zajednica.

Pojam najsirodniji *k.* je *civilizacija*. Ti pojmovi se u svakodnevnom govoru često ne razgraničavaju, mada su u antropologiji diferencirani. Alfred Veber smatra da su civilizacijski procesi mnogo tešnje povezani s društvenim procesima od kulturnih, koji su manje zavisni od društvenih kretanja, jer se civilizacija odnosi na racionalizovanje života i dobija opštu važnost za sve ljude, budući da su tehnička dostignuća univerzalna, a praktični ciljevi svih ljudi isti, pošto proizlaze iz borbe za opstanak. Kulturni procesi su drugačije vrste, jer ne izražavaju objektivno postojeći kosmos nego duhovne vrednosti, te stoga nisu opštevažeći nego varijabilni, budući da označavaju »duhovnu preradu materijalnog postojanja«. S pojmom *k.* povezan je pojam *simbolizacije* koja preobražava pojave u ideje i omogućuje da se razume i interpretira njihovo značenje. Stoga je proces simbolizacije pretpostavka rađanja *k.*, kao specifična čovekova sposobnost da se pomoću simbola ovlada sredinom. Potreba za simbolizacijom je temeljna ljudska potreba koja čini da iskustveni podaci menjaju svoj čulni karakter, budući da se artikulacijom iskustva pomoću simbola empirijska datost transformiše u ideje (u mišljenju, magiji, mitologiji, ritualu, religiji, nauci, umetnosti).

Čovek na taj način pomoću *k.* uspostavlja odnos prema prirodi, jer predmeti prirode postoje za čoveka tek onda kada u njegovom sistemu značenja imaju određenu ulogu kao elementi njegovog, kulturom preobraženog sveta. To ne znači da su priroda i *k.* dva suprotstavljena sveta, budući da je čovek i deo prirode (po svojoj biološkoj konstrukciji), ali on ne živi neposredno u prirodi, već u modifikovanoj prirodi posredstvom svojih delatnosti i sposobnosti da »stvara prema meri svih stvari« (Karl Marks).

Pojam *k.* podrazumeva izbor određenog načina života u skladu sa interpretacijom sveta u određenim zajednicama i kod pojedinih individua, budući da način života i njegovo simboličko izražavanje za čoveka nije, kao kod životinjskih vrsta, određeno po prirodi same vrste (nije urođeno). Stoga postoje različite *k.*,

u skladu s obeležjima epohe, nacionalnim obeležjima ili obeležjima različitih grupa (u tom smislu se govori o *potkulturama*, npr., nacionalnih manjina, ili mladih i sl.). U *k.* u najvećoj meri dolazi do izražaja princip slobode i individuacije, mada se ne sme prevideti da određeni tipovi *k.* mogu da predstavljaju i prepreku za razvoj ljudskih sloboda (npr., u totalitarnim društvima u kojima se monolitni tip *k.* nameće celoj populaciji, bez mogućnosti diferenciranja i izbora). U tim slučajevima *k.* je mnogo zavisnija od društva, a politički sistem određuje kulturnu politiku.

Ali, *k.* nije samo »spoljašnji aspekt« (kontekst) ljudskog sveta, već postaje i deo strukture same ličnosti kao interiorizovano unutrašnje iskustvo i vrednosti pomoću kojih se pojedinci upravljaju u životu i uspostavljaju svoj odnos prema sredini, drugim ljudima i samima sebi. Interiorizacijom *k.* čovek prestaje da živi isključivo kao biološki organizam, budući da pomoću usvojenih regulatora i orijentacionih signala nadoknađuje izgubljeno dejstvo instinktivnih mehanizama prilagođavanja, te se na taj način snalazi u nestereotipnim situacijama. Suočen s novim egzistencijalnim problemima, on traga za odgovorima uz pomoć *k.*: da bi odgovorio na pitanja o svetu koji ga okružuje i rešio svoju sopstvenu zagonetku (»ko sam ja?«), pojedinac mora da interiorizuje određena saznanja, verovanja, vrednosti, sisteme značenja i simbole; da bi odgovorio na pitanje kako treba da se ponaša u svojoj grupi da bi od nje bio prihvaćen, on mora da interiorizuje određena pravila, norme, zabrane i druge standarde koje je propisala njegova *k.*; da bi odgovorio na pitanje šta može da stvori od sebe i u čemu je smisao njegovog života, mora da se osposobi da bira između različitih, često protivrečnih principa i stavova; da bi mogao da učestvuje u društvenim delatnostima, mora da nauči da »igra« društvene uloge koje su mu propisane ili koje je sam izabrao.

Postoji dilema oko toga šta je prvo – *društvo* ili *k.* Međutim, to je lažna dilema, jer kada se ima u vidu šta sve zavisi od *k.* u razvoju čoveka kao ljudskog bića postaje jasno da ni jedno ljudsko društvo ne može da postoji bez *k.* Bez *k.*, tj. običaja, normi ponašanja (moralnih, pravnih i drugih), vrednosti, sistematizovanog i verbalizovanog iskustva (pre svega, jezika) i znanja ne bi bilo ni društvene organizacije, koja se ne zasniva na instinktivnim regulativima i zakonima prirode, niti na fiziološkoj podeli rada (kao, npr., kod pčela), već se javlja kao »kulturna konstrukcija realnosti«, a to znači kao oposredovana stvarnost; kao što gramatika strukturira jezik, tako i *k.* postavlja strukturne temelje za organizaciju društva.

K. je povezana sa svim vitalnim funkcijama u ljudskom životu i u ljudskoj reprodukciji; bez *k.* čovek je kao živo biće bez kisonika, budući da ga ona snabdeva svim onim elementima koji su neophodni za uređivanje međuljudskih odnosa, kao i odnosa čoveka prema okolnom svetu i prema samom sebi. Ali *k.* to ne čini stereotipno, uniformno; njeno dejstvo je fleksibilno i višeznačno i ne deluje automatski nego putem selekcije i stalnih modifikacija. Važno je, takođe, obratiti pažnju na dinamički aspekt *k.* i na povezivanje dijahronijskog i sinhronijskog pristupa. Dakle, *k.* odgovara na sve važne zahteve »ljudske prirode«, ali će se *k.* međusobno razlikovati prema načinu na koji pružaju (ili nude) takve nužne odgovore.

- ☞ antropologija, kulturna ☞ sociologija kulture
- ☞ studije kulture

Z. Golubović

kultura sećanja. U širem značenju, sveukupna javna upotreba prošlosti; u užem značenju, međugradska naučna disciplina koja se bavi tumačenjem i objašnjenjem različitih načina čuvanja i iskrivljavanja prošlosti. Dve su strane *k. s.* (1) Kulture se posmatraju kao skladišta i nosioci sećanja. Čine ih obrasci u kojima se nasleđuje, prenosi, planski ili spontano zaboravlja ili potiskuje sećanje u skladu s interesima različitih grupa. Kada je posredi ideološko korišćenje prošlosti, govori se o »političkom korišćenju istorije« ili »politizaciji sećanja«. (2) U drugom, ne toliko ideološkom smislu, sećanje označava manje ili više svestan pojedinačni, grupni ili kolektivni odnos prema zbivanjima iz prošlosti, kod kojeg pojedinci i grupe koriste prošlost da bi se razgraničili od drugoga i izgradili identitet.

Kao naučna disciplina, *k. s.* se učvrstila u misli o društvu krajem XX veka, ponajviše zahvaljujući hajdelberškom egiptologu Janu Asmanu i anglisti iz Konstance Alaidi Asman. Značajan doprinos dali su joj Pol Riker, Pjer Nora, Rajnhard Koselek, Jern Risen, Erik Hobsbaum i Evijatar Zirubevl. Postala je važna nova disciplina koja istražuje uloge kulturnih obrazaca sećanja, značaja pamćenja i sećanja za formiranje identiteta i odnosa prema istoriji i prošlosti u nauci i kolektivnom pamćenju. *K. s.* na planu ličnog i kolektivnog pamćenja označava manje ili više promišljen odnos prema prošlosti i konstruktivni karakter stava prema prošlim iskustvima (sećanje) s obzirom na sadašnjost i budućnost. Prioriteti ove discipline su različiti odnosi prema prošlosti u kojima se ogleda kolektivna svest. U tom smislu, *k. s.* je srodna pojmovima »politika sećanja« ili »političko korišćenje istorije«. *Sećanje* je više vezano za emotivni i kognitivni odnos poje-

dinca prema iskustvu, dok se *pamćenje* više odnosi na društveni i kulturni aparat u kojima se skladišti učinak sećanja. Sećanje se odnosi i na nenamerno opažanje i nesvesno reagovanje, dok je pamćenje smišljeni odnos prema prošlosti, više vezan za ustanove i medije koji čuvaju i prenose sadržaje prošlosti. Srećni ljudi imaju loše pamćenje i bogato sećanje (Tomas Brusig). *K. s.* proučava načine na koje kulture, režimi i klase prenose znanje o prošlosti, kako ga izmišljaju, obrađuju, koriste, potiskuju, zaboravljaju i preinačuju. S obzirom na tehničko-tehnološku stranu skladištenja pamćenja, razlikuju se usmene i pismene i elektronskim medijima posredovane *k. s.* Postoje i pojedinačne, kolektivne, službene i neslužbene *k. s.* S prelaskom sećanja u kulturno pamćenje počinje *k. s.*: ona je prisutna svuda gde je individualnim sećanjima potrebno kulturno kodiranje, da bi se kao sećanja mogla obraditi, pri čemu je i »veština zaborava« takođe strategija odnosa prema prošlosti, kao i »milost izvinjenja«. Što su se društvene grupe i ustanove više definisale posredstvom sačuvanog i prerađenog znanja, to je i odnos prema prošlosti postajao sve značajniji u pravdanju državnog i nacionalnog interesa. Spomenici, istorijske knjige i umetnička dela postajali su i politički važni. Gomilanjem sadržaja iz prošlosti rastle su i mogućnosti korišćenja prošlosti.

Jednostavnije rečeno, *k. s.* proučava mehanizme društvenog prenošenja, oblikovanja, održavanja i prerade prošlosti. Kulturna istorija sećanja tesno je povezana s tehnikama sećanja (retorika, mitovi, pismo). *K. s. se*, s obzirom na prenošenje i oblikovanje sećanja, dele na usmene, pismene, spomeničke, elektronske itd. U sociološkosaznajnom pogledu, prisutno je mnoštvo različitih oznaka za određenje prošlog, koje su praćene raznovrsnim obrascima prerade teške prošlosti (svakodnevna svest, potiskivanje, relativisanje, izmišljanje, planski zaborav itd.). *K. s.* razvija pristupe koji proučavaju kolektivne i individualne konstrukcije, tj. slike prošlosti koje ljudi i grupe u određenim zatečenim situacijama stvaraju da bi uz pomoć prošlosti rastumačili sadašnjost i stvorili viziju budućeg razvoja.

U *k. s.* su istraživački prioriteti svrstani u dve opšte oblasti: (1) mehanizmi nametanja slike prošlosti i (2) pojedinačne i grupne potrebe koje olakšavaju prihvatanje određene prošlosti. U ideološkokritičkom pogledu objašnjava se mehanizam konstruisanja smisla prošlosti, tj. saobražavanje prošlosti interesima vladajuće grupe posredstvom selektivnog izbora, osobenog tumačenja i povezivanja sadržaja iz prošlosti. Prati se (a) dinamika promena izbora sadržaja iz prošlosti, odnosno izmene sadržaja i smisla koji se traži u prošlosti; (b) naracija, tj. način izlaganja, izbora, povezivanja i osmišljavanja

rastrzanih sadržaja i (c) uočavaju društveni sklopovi koji pogoduju oživljavanju pamćenja na određena zbivanja.

Iako društvenointegrativna slika prošlosti gotovo nikad nije bila lišena neposrednog ili posrednog uticaja interesa vladajućih aktualnih grupa, *k. s.* se ne može svesti na *kritiku ideologije*. Potrebe za kontinuitetom s prošlošću su raznovrsne: potraga za smislom pojedinačnog ili grupnog postojanja, integrativni naponi za homogenizovanjem raznih neideoloških grupa, trajnija idejna ili kratkoročna dnevno-politička ideologizacija posredstvom iskrivljavanja prošlosti. Tokom istorije, status i smisao pamćenja bitno se izmenio: od mitskog i sakralnog statusa pamćenja u antici, preko poimanja pamćenja kao izvora znanja i istine u predmodernom svetu, do opadanja značaja pamćenja danas. Svaka *k. s.* je tesno vezana za vlastiti istorijski oblik društvenog vremena koje je dinamički okvir korišćenja prošlosti.

Najopštije govoreći, upotreba prošlosti može se podeliti u tri faze: (1) predmodernu; (2) modernu i (3) globalizacijsku. Crkveno, državno, političko i kulturno pamćenje bilo je u različitoj meri institucionalizovano i u društvenointegrativnom pogledu aktivno. (1) Predmodernu *k. s.* bila je elitistička i tradicionalistička. U nerazvijenim, nepismenim društvima sliku prošlosti formirala je manjina. Statična i nepokretna sadašnjica produžavana je u prošlost i budućnost. Kod svakog konzervatizma starije je samim tim i uglednije, a prošlost je dugo bila dozvoljavala korenito ontološko razlikovanje vremena (sadašnjice i budućnosti). Vladajuće klase dugo su kontrolisale društveno vreme, kalendare i nulte časove. Francuska revolucija bila je i borba za novo društveno vreme, koje su do tada kontrolisali plemstvo i crkva. Revolucionarni kalendar, u čijem središtu je stajala harizma razuma, nije bio samo pokazatelj nego i aktivan činilac promena u odnosu na feudalizam.

(2) U jezgru moderne dinamične *k. s.* stoji prosvetiteljsko poimanje istorije. Uslov optimističke vere u razum i napredak bila je kritika religijskog društvenog vremena. Staro je izbačeno kao kriterijum sadašnjeg i budućeg. U pokretljivom i obrazovanijem društvu XIX i XX veka proširio se krug tvorca raznovrsnih grupnih i pojedinačnih svesti o prošlosti. U građanskom društvu snažno je narasla upotreba prošlosti u pravdanju najraznovrsnijih interesa aktuelnih grupa. Buržoaska ravnodušnost prema starom bila je u snažnoj suprotnosti s buržoaskim nacionalizmom koji se, kao i svaki nacionalizam, trudio da se što dublje usidri u prošlosti. I kod obnovljenog kapitalizma, sećanje – u čijem je

središtu *nacija* – jeste premisa unifikacije pamćenja i istorije. U XIX veku nacionalni istoričari uživali su status »kulturnih sveštenika«. U napetosti između buržoaskog ateističkog kosmopolitizma i iracionalnog buržoaskog nacionalizma sazrevala je moderna nauka o prošlosti. Nacionalni romantizam otkrio je šarm pamćenja i vezu između pamćenja, mašte i književnosti. Nacionalizam je osigurao budućnost prošlosti. Tome nasuprot, averzija Karla Marksa prema nostalgiji je slavljenje prošlosti pretežno tumačila kao lažnu svest. Oštro i odlučno je marksistička kritika ideologije u XX veku dala *k. s.* snažan kritički pečat. Društvena uslovljenost slike o prošlosti rastumačena je na nov ideološkokritički način. Modernu fazu sećanja dugo je karakterisalo sapostojanje dva kruta hladnoratovska poretka sećanja (socijalistički i kapitalistički), čije su isključivosti redukovale složenost i nepreglednost mnoštva slika o prošlosti, a koje su eksplodirale nakon rušenja monopola religije nad prošlošću. U istom periodu bila je upadljiva i napetost između snažne moralizacije prošlosti i profesionalnog nastojanja istoričara da pišu *sine ira et studio*.

Prelazak iz predmodernog u moderno poimanje prošlosti bio je neravnomeran i skriven proces koji se ne može fiksirati na prepoznatljiv preokret događaja. Muzeji, arhivi i komemoracije jesu iluzije večnosti. Pjer Nora ne misli da preokret *k. s.* obeležavaju godina 1789, niti pak 1848, već rušenje seoskih obrazaca pamćenja. Krajem XIX veka ravnoteža tradicije je narušena, dezintegriran je seoski svet pamćenja. Počinju rasprave o pamćenju kao odgovor na ubrzanje istorije (socijalno i tehnološko). U istom periodu pamćenje je vraćeno u centar filozofskog mišljenja sa Anri Bergsonom, u psihologiji sa Sigmundom Frojdom, a u književnosti s Marselom Prustom. Promena pamćenja značila je zakret od istorije ka psihologiji, od društva ka pojedincu, od objektivne poruke ka subjektivnom tumačenju, od ritualnog ponavljanja ka novom sećanju. Individualizacija i psihologizacija savremenog pamćenja tražila je novu ekonomiju vlastitog identiteta, mehanike pamćenja i značaja prošlosti. Na delu je bila atomizacija opšteg pamćenja u niz privatnih sećanja. Modernost je na paradoksalan način postala sve zavisnija od prošlosti jer je pojačana atomizacija podstakla traženje pribежиšta u emotivnim romantizovanim zajednicama sećanja.

Prvi svetski rat, kao realni početak XX veka, podstakao je nov talas povratka monumentalnoj nacionalnoj prošlosti i uveo novu simboličku praksu sećanja. Ubrzano su dizani spomenici koji su slavili državu, nacionalno pamćenje je depersonalizovano, a kult mrtvih demokratizovan. Tome nasuprot, socijalizam nije slavio nacionalnu prošlost već je bio okrenut budućnosti. Fu-

turizam je tražio zaborav i osuđivao muzeje kao groblja. Industrijski kapitalizam između dva svetska rata podstakao je dezintegraciju i funkcionalizaciju kolektivnog pamćenja, što je njegov savremenik Moris Albvaš i teorijski iskazao.

(4) Pada u oči da krajem XX veka *k. s.* dobija nov okvir. »Eksplodirala« je potisnuta prošlost u Istočnoj Evropi, dok se u Zapadnoj Evropi javlja nadteritorijalno globalno pamćenje izraženo u novim praznicima: Dan Evrope i Dan Holokausta. Globalizacija se probija kroz opsednutost prošlošću i poreklom. Skoro da je poslednjehladnoratovska globalizacijska slika o prošlosti bolji dokaz za tvrdnju da je neopredeljena historiografija utopija nego što je to bila hladnoratovska podeljena prošlost. Nakon rušenja hladnoratovskog poretka sećanja opet su eksplodirale stare isključive slike prošlosti (lišene blokovskog obruča), sa snažnim mobilizacijskim potencijalom slepog *nacionalnog patriotizma*. Živimo u doba medijski prenaplašene globalizovane industrije sećanja.

Toj industriji snažan pečat daje duboki prezir postmoderne prema sintezi i okretanje fragmentu, paralogičnom, metafori i »radosnoj relativnosti stvari«. Posledica odustajanja od uočavanja antagonističkih protivrečnosti je okretanje mnoštvu, što pravda novi teorijsko-politički borbeni pojam »pluralizma« (Verner Sepman). Deklarisana jednakost svih stanovišta ne izdržava pritisak realne nejednakosti normalizovanog kapitalizma. Savremena istorija u spletu osećajne *k. s.*, žrtava globalizacije i medijskog insceniranja prošlosti prima ulogu »antipoda nereflektovanog sećanja«. Nauka o prošlosti teško se otima imperativima ideologizovane *k. s.* Uprkos haotičnosti stanovišta, paralogičkim paradoksima i teorijskoj nedoslednosti, postmoderna *k. s.* čini svetopoglednu formaciju koju integriše antitalitarna slika prošlosti. Pod snažnim pritiskom dogmatskog preobraćenja i provale nacionalne i konfesionalne tradicije menja se *k. s.* – od spomeničke do lične. Javna spomenička *k. s.* menja značenja, a time i viđenje prošlosti. Javlja se novi tip novinara–istoričara u tipičnoj televizijskoj emocionalizaciji i personalizaciji istorije. Ljubitelji istorije i preduzimači sećanja postaju uticajni od profesionalnih istoričara.

Površna u osporavanja u okviru postmoderne, lišena kritike ideologije, takva shvatanja nisu kadra da prozru tobože radikalnu kritičnost nove *k. s.* koja je kostimirana novim epohalnim pojmovnim naučnim žargonom: konstrukcija i realnost, obrasci žrtvene didaktike, demokratija i ljudska prava, nulti čas, simbolično insceniranje i sl. Ne uviđa se ili se smatra beznačajnim to što svest o klasnoj napetosti potiskuju novi mitski

pojmovi (tržište, tranzicija, globalizacija). Nedovoljno se uočava da ovi pojmovi ne samo što stiču sudbinski karakter nego i poriču prosvetiteljske težnje za emancipacijom i solidarnošću. Prosto rečeno, prošlost se tumači u svetlu nove budućnosti – bezalternativnog kapitalizma i etnički i konfesionalno homogene države. Tome nasuprot, *kritička k. s.* ne bi trebalo da se ograniči na raspoznavanje raznovrsnih simboličkih struktura kod pojedinačne i grupne obrade prošlosti nego da uvek ima na umu interesnu, ideološku, političku i ličnu uslovljenost ovih složenih procesa. Ona se protivi postmodernom konstruktivizmu, koji – polazeći od načelne nemogućnosti razlikovanja realnosti i iluzije, istine i obmane – proglašava uzaludnim emancipatorske napore za jednakošću i pravdom.

Dalje, *kritička k. s.* odbacuje postmodernističku averziju prema racionalnosti i emancipaciji i zalaže se za istraživanje interesne osnove grupnih posrednika prošlosti (klasni, politički, porodični, generacijski). Nije ključno pitanje šta govore ostaci prošlosti nego kako se ti ostaci tumače. Drugim rečima, ko šta pamti i zašto pamti? Marksistički ideološkokritički pristup do sada se uglavnom bavio klasnim i političkim činionicima iskrivljavanja prošlosti. Od kraja XX veka pojačano je istraživanje neekonomskih činilaca, a uticaj ideoloških činilaca postupno je klasno neutralizovan. U tom pravcu razvija se *posthladnoratovska k. s.* u kojoj dominiraju konstruktivizam, simbolizam i hermeneutika. Sklop u kojem se tumači iskrivljavanje i upotreba prošlosti nije osnovna strukturna napetost društvene celine nego je to spoznaja rasutosti fragmenata s »vlastitim smislom«. Saznajni cilj nije uzročnost nego kontingentnost, a nosioci značenja nisu strukture nego fragmenti. Hegemona *k. s.*, apsolutizovanjem pojedinca, fragmentarnog i rasutog iskustva, brani teorijski redukcionizam, koji prošlost svodi na viziju nepovezanih promena i nepregledno mnoštvo s ravnopravnim smislovima delova. Nasuprot tome, *kritička k. s.* traga za unutrašnjim antagonizmom, proučava plansko usmeravanje preplitanja javnog, službenog i ličnog pamćenja, zatim načine kako slika prošlosti deli ljude koji su je doživeli, ali i one koji je nisu proživeli, a ipak je prihvataju kao deo vlastitog identiteta. U hegemonom diskursu o prošlosti *kritička k. s.* raspoznaje osobene naracije (tj. nametanje smisla preko veštog i skladnog načina izlaganja) koje su u svetopoglednom smislu funkcionalizovane. Prioriteti istraživanja *kritičke k. s.* nisu samo materijalni ostaci prošlosti, obeležena mesta sećanja, pluralizam minulih simbola i značenja nego i ideologije, stereotipi i mitovi prisutni u raznovrsnoj upotrebi sadašnje prošlosti.

☉ istorija ☉ kolektivno pamćenje ☉ vreme, društveno

T. Kuljić

kultura, masovna. Kultura, umetnost, nauka i filozofija koja se oblikuje u masovnom društvu, a posredstvom sredstava masovnih komunikacija, namenjena je masovnoj potrošnji. Kritičari *m. k.* za nju tvrde da je, budući namenjena tržištu, odnosno najširem krugu »potrošača«, jednostavna pre nego kompleksna, konkretna pre nego apstraktna, emocionalna pre nego intelektualna. *M. k.* je »napredak zaglupljivanja«, a ideal je »jednostavna poruka, upakovana u emocije zajedničke obrazovanima i neobrazovanima, razumljiva svakome«. Kritičari tvrde da se u *m. k.* putem masovnih medija podstiču veštačka uzbuđenja i lažne potrebe, da se proizvode vedri i dobro raspoloženi »roboti« skučeni u granicama svog najbližeg okruženja, apatična masa iznad koje se oblikuje svemoćna elita. Za *m. k.* je, tvrdi se, karakteristična »pseudo« ili lažna individualizacija, što se pokazuje »od normirane improvizacije u džezu do originalne filmske osobenosti kojoj pramen mora da visi na čelu da bi je kao takvu prepoznali«.

☉ društvo, masovno ☉ masovne komunikacije

S. Nedović

kultura, politička. Skup saznajnih, emotivnih i vrednosnih stavova stanovništva prema politički značajnim vrednostima, ulozi partija, države i vođa. Pojam *p. k.* uneo je Dejvid Elmond (1956). Odnosi se na celinu preovlađujućih uticajnih političkih gledišta i vrednosti u jednom dobu ili kod većih društvenih grupa. *P. k.* se prenosi socijalizacijom, ali se nameće i religijom, ideologijom ili državnim merama i menja se brže ili sporije (konzervativna, liberalna, demokratska, autoritarna *p. k.*). Dejvid Elmond i Sidni Verba razlikuju tri tipa *p. k.* (1) U parohijalnim *p. k.* članovi društva ne očekuju ništa od političkog sistema, jer im je nepoznat ili ga posmatraju kao nastavak religijskog sistema. (2) Kod podaničkih *p. k.* članovi društva jesu doduše svesni političkog sistema, ali je ovde legitimnost političkog sistema vezana za poverenje u nosioce političke delatnosti. (3) Samo u participativnim *p. k.* članovi aktivno i neposredno učestvuju u političkim zbivanjima. Postoje mešovite i čiste forme navedenih tipova *p. k.*

Sličnu podelu *p. k.* iznosi Danijel Elazar. S obzirom na različitu motivaciju pojedinca za bavljenje politikom, on razlikuje tradicionalistički, individualistički i moralistički tip. U *tradicionalističkoj p. k.* društvo se poima kao hijerarhijsko i paternalističko, a glavni zadatak u održanju reda pridaje se državi. Za vlast treba da se bore elite, učešće masa je nepoželjno, a cilj je održanje *status quo*. *Individualistička p. k.* zagovara takmičenje u kojem država samo arbitrira. Politiku treba da oblikuje mišljenje većine oko koje se bore političke stranke, a

glavni cilj je održavanje ravnoteže između različitih interesa. Kod *moralističke p. k.* (koja se formira na tradiciji prirodnog, a ne pozitivnog prava) politika je aktivnost za postizanje pravednog poretka i moralnog napretka. Učešće u politici je građanska dužnost svih, a cilj je poboljšanje javnog dobra, socijalne pravde, poštenja i pravičnosti. Za razliku od prethodna dva tipa *p. k.*, ovaj poslednji nije elitistički, nego participativni. U stvarnosti je *p. k.* mešavina različitih pomenutih obrazaca, koja opet zavisi od tradicijskog nasleđa, aktuelnih protivrečnosti i interesa vodećih klasa i slojeva koji nameću hegemonu političke vrednosti.

Pored ideoloških činilaca, *p. k.* oblikuju i manje ili više uticajni sadržaji tradicije, koji se razlikuju po ustaljenom institucionalnom regulisanju političkih razlika i po ulozi državne prinude. Za razliku od anglosaksonske *p. k.*, koja već stolecima normira ponašanje i reguliše javne odnose pojedinaca i grupa relativno čvrstim, uhodanim i usklađenim spojem konstitucionalne i lokalne prakse, srednjoevropska *p. k.* javni politički život pretežno reguliše državnim organizacijama (tradicija snažne države) u kojoj važan udeo imaju ideologije. Ruski deo istočne Evrope takođe je formiran u osobenoj *p. k.* snažne države (ali ne i stabilnog privatnog poseda zbog odsustva lenskog feudalizma), a manje države jugoistočne Evrope (koje su nastajale kao ostaci raspalih imperija) oblikovala je nestabilna kombinacija društvenih – običajnih i državnih – birokratskih sadržaja *p. k.*

P. k. i s njom povezani oblici vlasti nisu uslovljeni samo načinom privređivanja, društvenom strukturom, obrascem regulisanja sukoba i poželjnom vizijom društva nego i različitim stupnjem neophodnosti odbrane od spoljnog neprijatelja. Od ugroženosti države spolja zavisi značaj, ugled i uloga vojske, što opet daje važnu boju *p. k.* Na Balkanu je, npr., uloga vojske bila najvidljivija u srpskoj istoriji, i to ne samo u oslobodilačkoj *p. k.* (slavljenje ratničkih vrlina i obožavanje oslobodilaca) nego i u otvorenom mešanju vojske u politiku. Militaristička *p. k.*, po pravilu, ponajmanje je razvijana u državama čije kopnene granice nisu bile ugrožene (skandinavске države, Velika Britanija, SAD. Tu je politika sličnija biznisu, manje opterećena ideologijom, a *p. k.* više je trgovačka nego vojna. Antidinastički američki puritanizam prihvatio je u svom nastanku republikanizam Francuske revolucije da bi se oslobodio britanske krune. Uprkos republikanskom konstitucionalizmu, u američkoj *p. k.*, za razliku, npr., od francuske, prisutan je snažan verski konzervatizam. U organizacionom pogledu, britanska monarhija bila je prelaz između evropskog dinastičkog apsolutizma i

američkog republikanstva. Za razliku od evropske *p. k.*, koja je bila dugo opterećena militarizmom, koji je menjao granice između država, u jezgri britanske ostrvske tradicije nije stajala kopnena vojska niti moćna crkva, nego parlamentom rano ograničena vlast krune, u kojem su oblasna aristokratija i trgovačka buržoazija podsticali prekomorsku trgovinu i razvoj kapitalizma uz pomoć mornarice. U prelomnoj kapitalističkoj fazi formiranja moderne države, odsustvo moćne kopnene vojske i birokratije (Engleska) i feudalne tradicije (SAD) uticalo je na formiranje drugačije *p. k.* koja se razlikovala od državnih *p. k.* evropskog kontinenta.

U jezgri savremenih *p. k.* je odnos prema demokratiji, tj. različito shvaćenoj srazmeri između njenih komponenti – društveno-ekonomske, pravne i političke jednakosti. O karakteru *p. k.* danas svedoči shvatanje podele vlasti, predstavničkog sistema, odnos prema vlastitoj naciji i manjinama, način korišćenja građanskih prava i shvatanje glavnih obrazaca društvene integracije (partijski, državni, običajni).

☞ demokratija ☞ društvo, civilno ☞ građanskost

T. Kuljić

kultura, tradicionalna. U etnologiji, antropologiji i sociologiji, *t. k.* se određuje kao kultura *predmodernih društava*, nepisana kultura i kao narodna kultura ili kultura sela u modernim društvima.

U modernoj društvenoj misli, proučavanje *t. k.* se gradi na ideološkom uspostavljanju dihotomije između tradicionalnog i modernog, racionalnog i iracionalnog, narodnog i elitističkog, progresivnog i neprogresivnog. Ono započinje na ulasku u novi vek kritikom narodnog sujeverja i neprosvećenosti najširih slojeva, koja svoj vrhunac doživljava u vreme prosvetiteljstva. Tokom nekoliko vekova, uporedo se odvijalo istraživanje tzv. primitivnih društava, tj. neevropskih predmodernih kultura, na koje je takođe primenjivan ovaj pojam. Cilj ovih istraživanja je bio da se komparativnim metodom rekonstruišu faze razvoja ljudskog društva i čoveka. U tom kontekstu, vanevropske kulture su svrstane u prethodne faze kulturnog i društvenog razvoja, te su generalno sve označene kao *t. k.* i *tradicionalna društva*. U vreme buđenja nacionalne svesti i konstituisanja nacionalnih država, *t. k.* se proučava kao kultura etničkih zajednica.

Time su vrlo različiti tipovi kultura podvedeni pod ovaj pojam. Zato je vrlo teško dati opšte pojmovno određenje ili definiciju *t. k.* U najširem smislu, reč je o analogijskom pojmu čije je značenje formirano empirijskim poređenjem kulturnih karakteristika, pri čemu

je uvek naglasak na pojedinačnim kulturama, a ne na opštem ili apstraktnom određenju.

T. k. se određuje u sprezi nekih standardnih činilaca. To su: *obeležja*, *nosioci* i *tip društvene strukture*. U kulturna obeležja spadaju simboli, obrasci i predmeti, usmena tradicija i vrednosti, zasnovani na nasleđu i prihvaćeni kao kulturna baština. Disciplina koja se posebno bavi ovim aspektom *t. k.* je folkloristika. Nosioci *t. k.* su pleme, etnos, narod, i donekle, nacija, na koje je posebno usmerena etnologija. Poseban tip društvene strukture koji se vezuje za pojam *t. k.* odnosi se na mala, homogena i zatvorena društva zasnovana na gentilnim vezama i ekonomskoj samodovoljnosti. Disciplina koja se posebno bavi ovakvim tipom društva je antropologija.

Statički pristup ovim činionicima onemogućuje razumevanje kulturne promene i kulturne invencije kao nezaobilaznih faktora u formiranju *t. k.* Istovremeno, onemogućen je kritički pristup procesima modernizacije, što je kao tema posebno važno u kontekstu proučavanja retradicionalizacije.

↻ društvo, tradicionalno ↻ tradicija ↻ tradicionalizam

N. Sekulić

kulturne potrebe. U upotrebi tek u novijoj sociološkoj i kulturološkoj literaturi, ovaj složeni pojam je nastao razvojem osnovnih pojmova koji ulaze u njegov sastav – *kultura* i *potrebe*. Pojam *potreba* ima izvor u antropologiji i funkcionalističkoj teoriji u sociologiji, ali i u socijalnoj psihologiji. Ralf Linton, američki etnolog i antropolog, postulirao je tri osnovne ljudske *p.*: *za afektivnim odgovorom*, *za sigurnošću* i *za novinom*. Funkcionalistička teorija takođe počiva na toj hipotezi o *p.* čoveka koje samo određena kultura zadovoljava, proizvodeći stalno nove. U nastojanju da otkrije svoje posebno mesto u svetu i da uspostavi svoj identitet, čovek razvija svoju motivaciju na kojoj počivaju raznovrsne *p.* (Gordon Olport). U klasifikaciji Abrahama Maslova posebno mesto zauzimaju *potreba za sigurnošću* i *potreba za samoaktualizacijom*. U sociološkoj perspektivi, *p.* se javljaju kao izraz razvoja ljudske civilizacije. Progres stvara nove *p.* koje, sa svoje strane, prouzrokuju druge *p.*

Kada je reč o kulturi, Rejmond Vilijams je ukazao na višeslojnost ovog izraza. Još sredinom XVIII veka kultura je značila prvenstveno »staranje o prirodnom rastu«, a zatim »proces obučavanja ljudi«. U ovom drugom značenju, ona je obično bila »kultura nečega«, što se u ranom XIX veku pretvorilo u kulturu kao takvu – stvar po sebi. Počela je da označava (1) »opšte sta-

nje ili naviku duha« u bliskoj vezi sa idejom ljudskog usavršavanja i (2) »opšte stanje intelektualnog razvitka u društvu kao celini«. Tek kasnije počela je da znači »celokupan način života, materijalni, intelektualni i duhovni«. U XX veku je došlo do još većih promena na kulturnom polju i do širenja zona koje se označavaju kulturom. Uporedo sa implicitnom, počela je da se razvija i jača eksplicitna kultura: štampa, film, radijski i elektronski mediji.

K. p. su rezultat vaspitanja i društvenog iskustva. Prema Pjeru Burdijeju, one se stvaraju u porodici i školi, ali se stiču i neposrednim kulturnim iskustvom. Uvodeći pojam *kulturnog kapitala*, društveno nasleđenog preko socijalnog porekla, kao i pojam bliskosti ili prisnosti sa kulturom, Burdije je postavio osnove za razumevanje suštine *k. p.*

Postoje tri polja koja generišu nastanak *k. p.*: *ličnost*, *društvo* i *kultura*. Pošto *k. p.* nisu urođene, njihovo postojanje kod jednih, a odsustvo kod drugih ne može se objasniti samo prirodnim darom. Burdije pobija tezu tzv. harizmatičke ideologije prema kojoj je talenat dovoljan uslov za pojavu razvijenih *k. p.* i kreativnih sposobnosti. Intelektualna atmosfera u porodici, jezik kojim se govori, stavovi u odnosu na školu i kulturu, uticaj izvorne jezičke sredine bitni su za razvoj sposobnosti, jačanje kulturne motivacije i učvršćivanje saznanja o sopstvenim sposobnostima i potrebama. U društvenom polju se uobličavaju težnje u kojima se, prema mišljenju Pol-Anri Šombar de Loa, ukrštaju lično i društveno. One su usko povezane sa opažanjem spoljašnjeg sveta, društvenih uslova i mogućnosti za realizaciju sopstvenih sposobnosti i zadovoljavanje *k. p.*, kao i s predstavama koje se formiraju o tom svetu. Ukoliko je primarna motivacija jača i ukoliko težnje imaju pozitivne podsticaje iz društvene i kulturne sredine, utoliko više jača i saznanje o sopstvenim sposobnostima i *k. p.*, odnosno samosvest o sebi kao nosiocu tih potreba.

Najzad, *kulturno polje*, koje obuhvata i implicitnu i eksplicitnu kulturu, presudan je generator u nastajanju pojedinih *k. p.*, određujući njihovu strukturu i intenzitet. Tek kulturni proizvodi i njihova simbolika daju puni sadržaj *k. p.* Burdije napominje da »kultura, u subjektivnom smislu ovladavanja, manje ili više potpunog, nije ništa drugo nego kultura koja je potpuno usvojena i koja je postala stalna i opšta dispozicija za odgonetanje kulturnih predmeta i kulturnih ponašanja, služeći se kôdom prema kojem su ovi svrstani u određenu kategoriju značenja«. Za stepen ovladavanja kulturom nužna je bliskost ili prisnost s kulturom, koja se postiže na osnovu kulturnog kapitala i na osnovu aktuelnog kontakta s kulturom. Nasledeni kulturni kapital omogućava

tzv. simboličko prisvajanje, za razliku od ekonomskog prisvajanja.

U savremenom sociološkom i kulturološkom tumačenju, *k. p.* su posebna vrsta ljudskih *p.* koje su u stalnom razvoju, trajno otvorene za prijem kulture, oslonjene na jaku motivaciju i stalno podsticane novim kulturnim proizvodima. *K. p.* koje ne mogu da se izjednače sa sklonostima ili interesovanjima ontološka su kategorija u svom psihičkom, društvenom i kulturnom utemeljenju.

Tipologija *k. p.* zasniva se na dvema velikim sferama ljudskog društva i kulture: *estetskoj* i *saznajnoj*. Iz estetske sfere razvijaju se brojne umetničke potrebe kao podvrsta *k. p.*, a iz sazajne sfere proizlaze brojne naučne i druge *k. p.* bitne za orijentaciju čoveka u svetu. U svojim sve različitim formama, umetnost stvara estetske *p.*, a raznovrsni oblici kulture, od praktičnih znanja do visoke nauke, stvaraju i zadovoljavaju sazajne *p.*

☞ kultura ☞ ličnost ☞ potrebe

M. Nemanjić

kulturalne univerzalije. *K. u.* (ili *ljudske univerzalije*) sačinjavaju obeležja kulture, društva, jezika, ponašanja i psihe za koja se zna da bez izuzetka postoje u svim poznatim ljudskim društvima. Tu spadaju, npr., alati, mitovi i legende, polne uloge, društvene grupe, agresivnost, određeni gestovi, gramatika, emocije, foneme i psihološki odbrambeni mehanizmi.

Neke *u.* postoje u svim zajednicama, ali se javljaju samo u vezi sa određenim individuama. Ples se može naći u svim društvima i kulturama, ali ne plešu sve individue. Druge *u.*, poput upotrebe određenih gestova, karakterišu psihi i/ili ponašanje svih (zdravih) individua.

Nakon osnivanja akademske antropologije potraga za ljudskim *u.* je bila veoma intenzivna i aktuelna. Međutim, tokom većeg dela XX veka razni intelektualni i kulturni faktori su uticali na rast popularnosti kulturnog partikularizma i zanemarena su istraživanja psihobioloških obeležja koja su u njihovoj osnovi.

K. u. se mogu podeliti na *kondicionalne*, *statističke*, *skoro-u.* i *univerzalne fondove*. Kondicionalne *u.* se odnose na pravilo, odnosno povezanost između nekog uslova *a* i posledice *b*. Ako postoji uslov *a*, javiće se *u.*, *b*. Najpoznatiji primer je sa osnovnim terminima za boje: ako postoje samo tri osnovna termina za boje – to će biti crna, bela i crvena. Ovde se univerzalnost odnosi na obrazac simultanog pojavljivanja i njegovu uzročnost.

Objašnjenja skoro-*u.* i *u.* suštinski su slična, jer u mnogim slučajevima skoro-*u.* se odnose samo na nesi-

gurnost u pogledu njihove (apsolutne) univerzalnosti. Pripitomljavanje pasa je skoro-*u.*, jer neki narodi do nedavno nisu imali pse.

Univerzalni fond je fiksirani skup mogućnosti iz kojih se određene manifestacije ispoljavaju u svim kulturama. Klasičan primer je srodstvo, koje svuda postoji, ali se klasifikuje na različite načine.

Neke *k. u.* su rezultat invencije i difuzije, usled svoje korisnosti. Upotreba vatre i pomenuto pripitomljavanje pasa su klasični primeri. Druge *u.* potiču iz ljudske prirode. Tako su, npr., kognitivna i emocionalna obeležja koja sačinjavaju romantičnu ljubav poznata u svim društvima. Do danas su antropolozi načimili listu od preko tri stotine *u.*

☞ ljudska priroda ☞ kultura ☞ kulturni relativizam

M. Škorić

kulturni kapital. Pojam se, kao tekovina novije sociologije kulture i kulturno orijentisane sociologije, duguje francuskom sociologu Pjeru Burdijeu. U svom složenom značenju (kao i pojam *simboličkog kapitala*), on proizlazi iz originalnog shvatanja društva i kulture koju je Burdije razvijao u nizu svojih radova, počev od šezdesetih godina XX veka. Već u studiji *Naslednici. Studenti i kultura* (1964, zajedno sa Žan-Klod Paseronom) prisutne su osnovne ideje o ulozi kulture i o kulturnim preprekama kod studenata različitog socijalnog porekla u toku njihovih studija. U *Nacrtu za jednu teoriju prakse* (1972), autorskom delu samog Burdijea, prepoznaje se celovita zamisao društva, kulture i ličnosti. U jezgru tog shvatanja je novo poimanje samog predmeta sociologije, koje obuhvata i objektivno datu društvenu realnost i subjektivnu predstavu koju članovi nekog društva imaju o toj realnosti. Uvodeći pojam *habitusa*, koji označava nešto što jeste stečeno, ali je trajno ugrađeno u vidu stalnih dispozicija, tako da deluje kao da je urođeno, Burdije se oslanja na još nekoliko ključnih pojmova, među kojima je i *k. k.*, pomoću kojih se određuje i sam habitus.

Preuzimajući izraz *kapital*, koji se uobičajeno vezuje za ekonomsku sferu društvenog života, Burdije je toj reči, u sintagmi *k. k.*, dao ono značenje koje proizlazi iz njegovog osnovnog shvatanja društva i kulture. Ovde kapital znači nešto što je akumulirano tokom nekoliko generacija u vidu predstava, znanja, sposobnosti tumačenja i prepoznavanja značenjskih slojeva realnosti, a što se društvenim nasleđem prenosi na nove generacije. Burdije vidi društvo kao višedimenzionalni prostor u okviru kojeg društveni akteri zauzimaju svoj položaj određen obimom njihovog *ukupnog kapitala*,

koji pored kulturnog obuhvata i *ekonomski* i *simbolički* kapital.

Zahvaljujući svom socijalnom poreklu, pojedinci stiču sposobnost tumačenja i korišćenja znakova koji utiču na njihove mogućnosti da održe ili promene svoj društveni položaj. Tako, u svom osnovnom značenju, izraz *k. k.* znači ukupnost predstava i znanja pomoću kojih ljudi mogu lakše da učestvuju u društvenom i kulturnom životu. Na posedovanju *k. k.* se zasnivaju osnovne društvene nejednakosti, privilegije jednih ili deprivilegovanost drugih. Ovo su Burdije i Paseron najbolje demonstrirali u sociološko-kulturološkoj analizi koja je pokazala ulogu kulturnih prepreka u napredovanju tokom studija. U različitom socijalnom poreklu studenata sadržane su upravo i velike kulturne prepreke koje je najteže savladati, jer su povezane sa odsustvom *k. k.* Neuspeh nekog studenta tokom studija najčešće je rezultat trostrukog nepovoljnog dejstva: nepovoljne kulturne atmosfere u porodici, nerazumevanja uslova koje mu nameće obrazovna ustanova i odsustvo samopouzdanja.

Za razliku od ekonomskog kapitala, *k. k.* omogućava pojedincima simboličko prisvajanje kulturnih dela. Kroz *k. k.* se izražavaju kulturne privilegije, jer se u ovom kapitalu kriju velike razlike u pogledu društvenog nasleđa. To se manifestuje i u kontaktu sa institucijama kulture, kao i u neposrednoj komunikaciji s drugima. Različite institucije kulture zahtevaju za širenje kulture različiti obim *k. k.*: jedan obim zahtevaju pozorišta, muzeji, koncertne sale za klasičnu muziku, drugi bioskopi i neke druge institucije popularne kulture. Ove prve institucije podrazumevaju vernički i obredni stav svojih korisnika, proistekao iz svesti o posedovanju obimnog *k. k.*, dok druge zahtevaju ležerniji, manje obavezujući stav.

Plodan u teorijskom smislu, ovaj pojam je isto tako podesan za istraživačku praksu, jer je moguće utvrditi seriju indikatora za različite stepene učešća u kulturnom životu. Zajedno sa ekonomskim i simboličkim kapitalom (ovaj poslednji označava ugled, čast i prestiž), *k. k.* spada u one resurse koje članovi društva koriste radi održavanja svog celokupnog habitusa. *K. k.* sâm po sebi nije dovoljan za sva prisvajanja, ali bez njega apsolutno nije moguće simboličko prisvajanje kulture. Burdije to ilustruje na primeru delova vladajuće klase, pri čemu pojam klase ovde nema isključivo ekonomsko obeležje, koje proizlazi iz rigidne varijante marksizma. On demistifikuje stav prema kojem je simbolički način prisvajanja, kao jedino legitiman po mišljenju njegovih nosilaca, lišen materijalnih premisa kao manje vrednih, čak dostojnih prezira. Uzimajući za primer profesore i vlasnike industrijskih i trgovačkih preduzeća, Burdije

utvrđuje suprotnost među njima u pogledu prisvajanja, pre svega, umetničkih dela; on konstatuje da se ta suprotnost zasniva na obrnutoj korelaciji između posedovanja ekonomskog i *k. k.* i ogleda prvenstveno u dispozicijama koje se tu ispoljavaju.

☉ habitus ☉ kultura ☉ simbolički kapital

M. Nemanjić

kulturni kontakt. Susret i dodir između pripadnika različitih kultura. *K. k.* po trajanju može biti *kratkotrajn* ili *dugotrajn*, a po intenzitetu *površn* ili *dubinski*. U slučaju kratkotrajnih i površnih *k. k.* nema bitnih promena kulturnih obrazaca, ali može biti dovedeno u pitanje fizičko postojanje izolovane zajednice, a time i njene kulture (primeri plemena u delti Amazona i njihovog zatiranja uzrokovanog bolestima koje donose stranci). Površni i dugotrajni *k. k.* postoje u slučaju trgovačkih puteva kojima se prenose pojedini proizvodi (npr. svila iz Kine ili začini iz Indije namenjeni tržištima Bliskog istoka ili Evrope). Dugotrajni i dubinski *k. k.*, kao što su oni u Sredozemlju, mogu voditi stvaranju složenih civilizacijskih celina, ali i akulturaciji jedne od strane druge kulture.

K. k. je i sadržaj međunarodne kulturne saradnje. Dve ili više država sklapaju dugoročne sporazume o razmeni kulturnih dobara i radu inostranih kulturnih centara (kao što su *British Council* ili *Centre culturel français*), radi boljeg međusobnog upoznavanja i razumevanja.

☉ interkulturalnost ☉ kultura ☉ kulturni obrazac

B. Stojković

kulturni materijalizam. Istraživačka strategija koja kao glavni zadatak antropologije smatra davanje kauzalnih objašnjenja razlika i sličnosti između mišljenja i ponašanja u ljudskim grupama. Poput dijalektičkog materijalizma, *k. m.* naglašava materijalna ograničenja pod kojima ljudi žive. Ona nastaju iz potrebe da se proizvede hrana, nađe zaklon, naprave alati i da se odvija reprodukcija u okviru granica okruženja i biologije. Za razliku od ograničenja koja nameću *mentalni* (npr. ideje) i *spiritualni* (npr. vrednosti, umetnost i religija) aspekti ljudskog života, ovo su *materijalna* ograničenja. Kulturni materijalisti smatraju da su uzroci interkulturnih varijacija materijalnog i spiritualnog života ljudskih grupa varijacije u materijalnim ograničenjima sa kojima se ljudi bore kako bi zadovoljili svoje osnovne probleme.

Za razliku od dijalektičkih materijalista, kulturni materijalisti odbacuju shvatanje da antropologija mora da postane deo političkog programa koji bi za cilj imao

uništenje kapitalizma i promociju interesa proleterijata. Primat nemaju politički interesi, već to treba da bude posvećenost antropologa razvijanju nauke o kulturi. Pored toga, kulturni materijalisti odbacuju shvatanje da su sve bitne kulturne promene rezultat dijalektičkih protivrečnosti, jer smatraju da je veći deo kulturne evolucije rezultat postepenih i malih akumulacija korisnih obeležja, putem procesa pokušaja i greški i optimizacije koristi u odnosu na troškove pri zadovoljavanju genetski uslovljenih potreba i instinkata.

Najpoznatiji predstavnik *k. m.* je Marvin Haris, jedan od najuticajnijih antropologa druge polovine XX veka. U epistemološkom smislu, *k. m.* karakteriše distinkcija između *emičke* i *etičke* perspektive, koja može da bude od velike koristi pri razmatranju problema objektivnosti/subjektivnosti u društvenim naukama. Ova distinkcija se u antropologiji najčešće vezuje upravo za Harisovo ime, a u lingvistici za ime Keneta Pajka. U pitanju je zanimljiv pokušaj umanjivanja i otklanjanja subjektivnosti prilikom istraživanja u društvenim naukama.

Emička perspektiva je perspektiva učesnika (tj. insajdera) i njeno značenje se nalazi »u glavama« aktera, a *etička* perspektiva je perspektiva istraživača i njena značenja se nalaze unutar poruka u govornim činovima, ili, uopšte, u bihejvioralnim događajima. Najpoznatiji primer na kojem je Haris ovu distinkciju primenio jeste problem krave kao svete životinje u Indiji.

- ↻ antropologija, kulturna ↻ antropologija, socijalna
- ↻ kultura

M. Škorić

kulturni obrazac. Složeni pojam u upotrebi u antropologiji i sociologiji, posebno u *sociologiji kulture*. U antropološkoj literaturi koristi se za oznaku standardizovanog ponašanja članova društva, a u sociološkoj u značenju karakteristične kulture određenog društva, društvene sredine ili društvene grupe. Kao oznaka za ustaljeno i usvojeno ponašanje, ovaj pojam je našao primenu u *kulturalizmu* kao teorijskoj orijentaciji.

U savremenoj upotrebi, izraz *k. o.* označava interakciju između ličnosti, društva i kulture u kojoj, pored društvenog nasleđa, koje je manje ili više samorazumljivo aktuelnim članovima društva, aktivnu ulogu imaju i elementi kulture koja se stvara, i proizvod je novih generacija. U osnovnom značenju, *k. o.* su ipak nešto što se zatiče već samim rođenjem u određenom društvu, nešto spoljašnje, trajno i široko rasprostranjeno u većim društvenim grupama i uglavnom obavezujuće za većinu članova društva. Prema Fridrihu Tenbruku, koji je objedinio antropološki i sociološki pristup, *k. o.* je karakterističan obrazac celokupnog društva, njegove

celokupne kulture u samorazumljivosti socijalnog nasleđa.

Za antropološku upotrebu pojma *k. o.* najzaslužniji su Ralf Linton i Kliford Gerc, a za sociološku Talkot Parsons, Pol-Anri Šombar de Lo i F. Tenbruk. U domaćoj literaturi postoji jedan esej Slobodana Jovanovića koji predstavlja pokušaj da se preko ovog pojma objasne neke karakteristike srpskog društva u XX veku.

Prema Lintonu, »efikasna priprema jedinke za posebnu društvenu funkciju zavisi od standardizovanog karaktera ponašanja članova društva«. *K. o.* pružaju pojedincu uputstva za sve životne prilike. Istovremeno, većina *k. o.* ima pre za cilj da održi društvo nego da zadovoljava individualne potrebe. Sloboda pojedinca, koja je uvek relativna, počiva na izvesnom ostatku individualnosti, koji je sačuvan i pored pritiska društva i njegove kulture.

Prema K. Gercu, *k. o.* se javljaju kao ekstrinzični izvori informacija. Kao sistemi ili skupovi simbola, oni se nalaze u onom intersubjektivnom svetu zajedničkih pogodbi u kojem su sve ljudske jedinke rođene. Društvenoj i psihičkoj stvarnosti *k. o.* daju značenje, tj. objektivni pojmovni oblik, tako što se prema njima oblikuju i što ih oblikuju prema sebi. Ovim je izražen dinamički odnos između pomenuta dva polja.

Pojam *k. o.* T. Parsons koristi u svojoj teoriji društvenog sistema i društvenog delanja. Polazeći od toga da kultura predstavlja zajedničke vrednosti koje su bitne za jedan sistem delanja svojstven nekom društvu, u *k. o.* on vidi onaj kohezivni faktor koji se stvara istorijski i u slučaju poremećaja deluje samoregulišuće. Uprkos velikoj sposobnosti čoveka da uči, pa čak i da stvara pojedine elemente kulture, niko ne može da stvori čitav sistem kulture. Glavni obrasci sistema kulture menjaju se samo kroz razdoblja dugog trajanja. Sama kultura ima funkciju održavanja obrazaca.

Svaki od ovih pristupa ima i trajnu vrednost i ugrađen je u osnovno značenje ovog pojma, ali ima i neka ograničenja. Kulturno orijentisani sociolozi, npr., već i u pristupu K. Gerca zapažaju izvesnu statičnost i odsustvo osetljivosti za društvene promene, nesaglasnosti i sukobe, a F. Tenbruk zamera Parsonsu da kulturu shvata kao nesumnjivu prethodnu datost koja je društvo stvarala i pri poremećajima ponovo primerno uspostavljala.

Sociološko shvatanje *k. o.* ne iscrpljuje se u kopiranjima njegovog sadržaja. Karakterističan obrazac jednog društva mora da bude prezentiran »u delanju«, dakle, delotvorno i dinamički, ali se delovanje »ne dá razumeti u svojoj socijalnoj neposrednosti i bez pozivanja na noseće *k. o.*«. Prednost ovog pristupa je ponajviše u

za
Tard
Baus

tome što se kultura jednog društva ne shvata kao supstancijalna suština, već kao živa pojava, kao zadatak. Važno je to ponovno otkriće društva kao kulture.

Ovu celovitost kulture pokušao je da izrazi i Slobodan Jovanović. Pojam *k. o.* jednog naroda uključuje sve sfere njegovog duhovnog života: veru, moral, književnost i umetnost, politiku i pravo, običaje i zabave itd. Nedostatom *k. o.* u srpskom društvu između dva svetska rata on pokušava da objasni društvenu i kulturnu nestabilnost u navedenom periodu, a naročito posle Drugog svetskog rata.

K. o., koji se stvaraju u vrlo dugim vremenskim periodima u okviru velikih društvenih grupa, etničkih zajednica i nacionalnih skupina, u određenom smislu su povezani sa onim što se naziva *mentalitetom* jednog naroda, ali ova dva pojma ne treba izjednačavati.

☉ društvo ☉ kultura ☉ ličnost

M. Nemanjić

kulturni razvoj. Proces promena kulturnog života neke zajednice radi ostvarivanja njenih kulturnih vrednosti, povezan sa opštim uslovima ekonomskog i društvenog razvoja. Pojam *k. r.* se prvi put javlja 1970. na konferenciji UNESCO posvećenoj kulturnim politikama. Njime se nastoji ukazati na kulturnu dimenziju razvoja koji se do tada, pre svega, shvatao u ekonomskom i tehnološkom ključu. Proučavanje *k. r.* ima dve osnovne dimenzije: (1) analizu postojećeg stanja kulturne baštine, mreže i aktivnosti kulturnih institucija, kadrova i finansiranja kulturnih delatnosti; (2) planiranje i usmeravanje budućeg razvoja u skladu sa odabranim kulturnim prioritetima.

☉ kultura ☉ sociologija kulture

B. Stojković

kulturni relativizam. Pristup, teorija, paradigma, istraživački program i naučna, mada u savremenim interpretacijama i antinaučna strategija dvadesetovekovne kulturne antropologije i srodnih društvenih i humanističkih disciplina. U različitim varijantama u istoriji antropoloških ideja, *k. r.* nastaje kao reakcija na *etnocentrizam*, *evolucionizam* i *rasizam* devetnaestovekovnih istraživanja ljudske kulture i društva. U svojoj ranoj verziji, pre svega u SAD, na nivou opšte naučne strategije i u periodu konstituisanja akademske antropologije, *k. r.* se javlja u obliku kulturnog determinizma, istorijskog partikularizma i lingvističkog relativizma. U tom smislu, od najvećeg uticaja bili su tekstovi, istraživanja i opšte shvatanje antropologije kao nauke koje su zastupali osnivači profesionalnih antropoloških katedri, udruženja i časopisa u SAD – Franc Boas, Al-

fred Kreber, Edvard Sapir i dr. U toku XX veka, različite istraživačke tradicije usredsredile su se na etički, saznanjani, pojmovni i deskriptivni relativizam, mada se *k. r.* javlja i u nizu drugih varijanti.

Rana zamisao *k. r.*, usmerena prevashodno na pojmovne i lingvističke aspekte antropološke teorije i etnografske prakse, podrazumevala je metodološki holizam, dugotrajno i minuciozno terensko istraživanje, uz obavezno učenje jezika proučavanih ispitanika, te insistiranje na međupovezanosti elemenata kulture u kulturni sistem. U paradigmi *k. r.*, antropologija se shvatala kao nauka koja nastoji da otkrije, razume i objasni pogled na svet kultura, proučavanih »iznutra«, u skladu s njima svojstvenim kategorijama, klasifikacijama, logikom, racionalnošću itd. Ova značajna naučna revolucija u antropologiji podrazumevala je stav da su isključivo teorijska istraživanja devetnaestovekovnih evolucionista, difuzionista i drugih akademskih ili »kabinetskih« istoričara i teoretičara kulture nepotpuna, irelevantna, zasnovana na »tipično zapadnim« interpretativnim modelima, koji elemente kulturne stvarnosti izmeštaju iz njima svojstvenog konteksta. Smatralo se da su globalne evolutivne i difuzione sheme, obrasci i tipologije puke nenaučne, filozofske ili literarne fikcije, rezultati samopripisane superiornosti belog, zapadnog, civilizovanog, muškog, heteroseksualnog profesora, informisanog u skladu s klasičnim singularnim shvatanjem kulture. Tako, antropološku relativističku intervenciju u istoriju ideja i treba razumeti kao snažno pluralističko suprotstavljanje poimanju kulture kao kultivacije duha, racionalnosti i kreativnosti, kao univerzalnu evoluciju ljudskih sposobnosti koja kulminira civilizacijom nasuprot tradiciji, tehnološkom i imaginativnom superiornošću nauke nasuprot magiji i sujeverju. U ovom tumačenju, *k. r.* je podrazumevao tvrdnju da su, ako ih osmotrimo kao integrisane totalitete i proučimo u njihovom kontekstu, dokoličarska kultura, kultura nekog afričkog plemena, kultura jednog samostana i mandarinska kultura podjednako vredne, pošto predstavljaju jedinstvene, neponovljive, kontingentne sisteme mišljenja, ponašanja, artefakata, institucija itd.

Dok je rani *k. r.* američke antropologije bio, uglavnom, orijentisan na razbijanje devetnaestovekovnih pseudonaučnih iluzija o instrinzičnoj podudarnosti fizičkih karakteristika ljudskog tela (poput oblika lobanje ili »boje kože«), mentalnih sposobnosti čitavih populacija (poput sposobnosti za deduktivno zaključivanje ili pisanje poezije) i razvoja materijalne kulture (tj. sposobnosti za evolutivno usavršavanje tehnologije), što je društvena misija koju antropologija još nije u potpunosti ostvarila, kasniji razvoj *k. r.* usko je povezan s

postepenom globalizacijom etičkih normi i političkim i javnim raspravama u vezi s dekolonizacijom, ljudskim pravima, ženskom emancipacijom i multikulturalizmom u XX veku. Ovaj razvoj *k. r.* sredinom prošlog stoleća u sklopu političke emancipacije, posebno afroameričkih populacija, zahuktao se zahvaljujući interdisciplinarnoj proliferaciji i katkad naivnoj naturalizaciji pomenute zamisli koju je i izvan akademske scene u radikalnom tumačenju proslavio Melvil Herskovic. Tako se *k. r.* u drugoj polovini XX veka javlja u osnovi pojedinih često potpuno nepovezanih rasprava u filozofiji nauke, sociologiji saznanja, političkoj i socijalnoj teoriji, socijalnoj i obrazovnoj politici itd. U tom smislu, posebno su zanimljive i od trajnog didaktičkog značaja filozofsko-sociološke rasprave o racionalnosti i relativizmu, čiji se derivati javljaju u savremenim problematizacijama pojmova razvoja, zavisnosti, identiteta. Tako se na interdisciplinarnoj sceni stvara utisak da je radikalno tumačenje *k. r.* u stvari nedvosmislena, standardna antropološka interpretacija na nivou normalne nauke.

Filozofske osnove i političko-etičke implikacije *k. r.* napadane su u toku XX veka s različitih stanovišta. Razvoj kognitivne antropologije, strukturalne lingvistike i kognitivne nauke uopšte radikalno je antirelativistički obojen. Istraživači ljudske sposobnosti saznanja su u toku čitavog veka tragali, s većim ili manjim uspehom, za kulturnim univerzalijama i univerzalnim principima klasifikacije, imaginacije i percepcije. Na taj način, nasuprot strukturalističkoj orijentaciji na pojmovnu analizu, oni su sa empirističkih pozicija doveli u sumnju pojmovni relativizam, mada su nalazi tih dvaju orijentacija bili uveliko konvergentni. Filozofi i istoričari antropologije uporno su podsećali da, oslobođena relativističkog holizma koji postavlja stroge granice kulturnim sistemima ili kontekstima, antropologija ostaje bez mogućnosti da ostvari svoj primarni cilj, tj. potragu za uporednim generalizacijama. Ako se, naime, oslanja isključivo na tumačenja stvarnosti sa stanovišta proučavanih kultura, ona prestaje da bude nauka i postaje apologija određenog pogleda na svet. Ni one antropološke tradicije koje kao osnovni cilj discipline postavljaju kulturno prevođenje, medijaciju ili dijalog ne uzimaju u obzir radikalnu interpretaciju *k. r.* koja podrazumeva da čak ni obučeni istraživač ne može u potpunosti da opiše, razume i prikaže drugu kulturu.

Komentatori prvenstveno zainteresovani za politiku i etiku ističu neprihvatljivost implikacija antropološkog insistiranja na podjednakoj vrednosti i važenju bilo kojeg kulturnog vrednosnog sistema. Po njihovom mišljenju, to onemogućuje moralnu osudu kolonijalizma, eksploatacije, nacizma, infanticida, rata ili terorizma. Istraživači

bilingvizma i multilingvalnosti, poznavaoi dijaspora, istoričari nauke, teoretičari identiteta, autori koji pišu u tradiciji teorije svetskog sistema ili teorije zavisnosti, takođe su iznosili značajne argumente koji ne idu u prilog tezi o samodovoljnosti i prostornovremenskoj ograničenosti kultura kao zatvorenih sistema mišljenja i postupanja. U tom smislu, dinamika kritike *k. r.* u istoriji antropoloških ideja ima jasan uporedan tok sa istorijom kritika tradicionalnog antropološkog holističkog poimanja kulture, posebno u tradiciji postkulturene antropologije na prelomu milenijuma.

Posle zatišja izazvanog privremenim uspehom i popularnošću strukturalizma u periodu posle Drugog svetskog rata, osamdesetih i devedesetih godina XX veka rasprave u vezi s *k. r.* su bile revitalizovane zahvaljujući teorijskim istraživanjima u okvirima antropološkog poststrukturalizma i postmodernizma. Duga predistorija ovog interpretativnog, tekstualnog ili retoričkog zaokreta ili obrta u antropološkoj teoriji neraskidivo je povezana s pojavom konfesionalnih, refleksivnih i eksperimentalnih etnografija čiji su zajednički imenitelji relativizacija tradicionalnog antropološkog shvatanja kulture, kritika objektivnosti etnografskog opisa, sumnja u moć antropologa da etnografskim metodom iznađu istinu o stvarnosti proučavanih kultura s kojom bi se i sami ispitanici složili. Ovaj razvoj je u neposrednoj vezi sa interdisciplinarnim transferom iz teorije književnosti i filozofije postsukturalizma, koji je pažnju antropološke teorije usmerio s *pisanja o kulturi* na *pisanje kulture*, tj. sa zamisli o antropologu koji kao usamljeni etnograf herojski otkriva nepoznatu stvarnost na potrebu za intertekstualnim uranjanjem svakog etnografskog opisa u interkulturene mreže reprezentacije, čitanja, recepcije, objavljivanja i primene znanja o drugom. Revitalizacija *k. r.* je tako na interdisciplinarnoj sceni posle pada popularnosti antropološkog strukturalizma imala verovatno ključnu ulogu u obrazovanju danas već zasebne discipline tradicije studija kulture.

Za razliku od ranog dvadesetovekovnog poimanja *k. r.* kao garanta objektivnosti etnografskog opisa kao metodološkog oruđa pomoću kojeg je disciplina trebalo da zasluži naučni status, u kasnoj dvadesetovekovnoj samotematizaciji i kritici antropološke teorije u okvirima same discipline – s postkolonijalnih, feminističkih, postmodernih, nativnih i drugih kritičkih stanovišta – *k. r.* postaje legitimacijsko oruđe onih autora koji dovode u pitanje naučni karakter antropologije, status etnografije kao metoda kojim se generiše naučna evidencija ili »terenska građa«, te u tradiciji kritičke antropologije ili antropologije kao kritike kulture nastoje da, putem kritike ukupne antropološke produkcije kao

konstrukcije drugih, dovedu pod sumnju mogućnost objektivnog saznanja uopšte. U ovoj kritičkoj tradiciji, kulturnorelativistička kritika etnografskog opisa širi se i primenjuje na ukupno ljudsko saznanje, pa zahvata socijalnu teoriju i teoriju saznanja: svako interesovanje za ono što saznajemo te za način na koji saznajemo mora da započne od antropološkog istraživanja uticaja neke specifične (npr. akademske) kulture ili identiteta na ličnu jednačinu istraživača. Ova radikalna implikacija *k. r.* prepoznata je nakon istraživanja i u samoj disciplini pomalo ekscentrične istraživačke tradicije poznate pod različitim nazivima – kao »etnonauka« ili »nova etnografija« – a čiju osnovnu ideju sažima popularna krilatica »sva nauka je etnonauka!«.

U savremenoj antropološkoj teoriji na prelomu milenijuma *k. r.* funkcioniše uglavnom na udžbeničkom, enciklopedijskom i rečničkom nivou – dakle, u didaktičke svrhe i kao moćno sredstvo podučavanja studenata kulturnoj raznolikosti čovečanstva. Taj pojam, međutim, nema više polemički naboj niti snagu kakvu je imao u ranije pomenutim dvadesetovekovnim sporovima u vezi s političkom i kulturnom dekolonizacijom i globalizacijom. Stoga ga danas zagovornici i kritičari pre podrazumevaju u kulturnim ratovima, multikulturnim raspravama, kao i u problematizaciji aktuelnih društvenih problema rata, humanitarnih intervencija, ljudskih prava, homoseksualnosti, abortusa, terorizma, tranzicije, reforme obrazovanja itd.

☉ kultura ☉ sociologija kulture ☉ studije kulture

M. Milenković

kuluk (tur. *kulluk*). Radna obaveza seljaka. U rimsko doba *k.* je uveden za javne radove, a kasnije u feudalizmu seljaci kuluče, lično i sa svojom zapregom, određeni broj dana u godini (kod pronijara) i neograničeno (kod baštinika). Seljačke obaveze se iskazuju kao potčinjavanje, davanje i služenje feudalnim gospodarima. Mladići i devojke služe kao kućna posluga, ako je feudalac u blizini. Naturalna davanja (»dažbine«) mogu da budu redovna (kao što je bio »desetak« – deseti deo svakog proizvoda – najrašireniji i najvažniji oblik naturalne rente) i vanredna (kakvi su, npr., darovi gospodaru, za udaju i ženidbu, za sahranu). Novčane takse za prenos svojine, za suđenje, za vojsku, za trgovinu i obavljanje zanata su prvi oblici novčane rente.

U ovom sistemu, seljak je relativno slobodan u načinu organizovanja svog gazdinstva. Kad imanje feudalca nije veliko, a broj seljaka-kmetova nije mali, položaj seljaka je podnošljiv, i obrnuto. Kad *k.* (»rabote«) i »dažbine« za seljake postanu nesnosni, oni se bune. Seljačke bune su

obično bile lokalne pobune, spontane, neorganizovane i kratkog daha.

Obaveze feudalaca nisu bile precizno određene kao obaveze seljaka-kmetova, ali su postojale. Pored više javnih (državnih) obaveza oko organizovanja vojne, sudske i administrativne vlasti, feudalni gospodari su imali izvesne obaveze i prema seljacima. Seljacima je naročito vredelo kad od gospodara ponekad dobiju novčanu naknadu za nešto, kad dobiju seme za setvu ili pomoć u zaprezi, u građi za kuću ili dozvolu za ispašu na imanju gospodara koje je pod ugarom. Naročito na pronijama, smatralo se da je »milostivi gospodar« dužan da štiti svoje podložnike u ratu, da im pomaže prilikom gladi ili bolesti. Interes je u ovome bio obostran. Zato je raširena predstava o organskoj strukturi seljačkih društava i onda kad u njima postoje nepremostive staleške nejednakosti.

☉ feud ☉ feudalizam ☉ seljaštvo

M. Mitrović

kvalitet života. Kao pojam u psihijatrijskoj i medicinskoj literaturi, *k. ž.* upućuje na čovekovo *blagostanje* kao uslov za održanje zdravlja. Za procenu *k. ž.* koristi se skup parametara, među koje spadaju telesno i emocionalno stanje, vitalnost, funkcionalnost, lična i duhovna ispunjenost, adekvatnost stanovanja i ishrane, zaposlenost, socijalna integritetnost, socijalno okruženje i podrška društvene okoline.

Neophodnost da se *k. ž.* prati ukazala se u sklopu nastojanja Svetske psihijatrijske organizacije da definiše i izgradi savremeni pristup pacijentu. Insistira se na poštovanju prava pacijenta, njegovom dostojanstvu i izlaženju u susret njegovim očekivanjima u rešavanju zdravstvenih problema i poboljšanju *k. ž.* Ova tendencija je u skladu s definicijom *zdravlja*, koje po Svetskoj zdravstvenoj organizaciji predstavlja dinamičko i interaktivno stanje fizičkog, emocionalnog, socijalnog i duhovnog blagostanja, odnosno u skladu s proširenjem definicije zdravlja drugim aktuelnim činiocima, među koje spadaju *k. ž.*, etično postupanje, jednakost i ljudska prava.

☉ medicina ☉ sociologija medicine

B. Kuljić

kvantofrenija (lat. *quantum* – koliko; gr. *phrēn* – spona). Pojam je prvi upotrebio Pitirim Sorokin da bi označio »pseudonaučne« preokupacije koje su tridesetih godina XX veka zahvatile sociologiju i psihologiju. Pri tom on ukazuje na pojavu ne samo preterane i neadekvatne kvantifikacije opštih stavova i iskustvenih činjenica u ovim naukama već često i na