

Универзитет у Новом Саду, Филозофски факултет –  
Одсек за српску књижевност, Нови Сад

DOI 10.5937/kultura1340354V

УДК 316.7

821.163.41.09

оригиналан научни рад

---

# ТРАНЗИЦИЈА КАО ПРЕЛАЗ ОД КУЛТУРЕ ПОЛИСА У КУЛТУРУ МЕГАЛОПОЛИСА

---

**Сажетак:** У тексту се, на примеру Дучићевог тумачења поезије Војислава Илића, описује конституисање културе полиса, као истовременог одговора на захтев модернизације и захтев за очувањем националног и културног идентитета. Култура полиса је као таква била супротстављена романтичарској културној матрици. У наставку текста, показују се разлике између тако схваћене културе полиса и културе Мегалополиса, односно урбаног дискурса, који путем широко схваћеног појма бранда, искључује појединца из његове националне и културне традиције. На тај начин, он га претвара у честицу биомасе, која стоји на располагању Мегалополису.

**Кључне речи:** идентитет, полис, мегалополис, бренд

Године 1902. Јован Дучић је одржао говор приликом откривања споменика Војиславу Илићу у Београду.<sup>1</sup> Та беседа представља значајан аутпоетички документ у коме се разоткрива Дучићев концепт поезије. Међутим, она би могла бити значајна и за социологе, будући да се у њој разоткривају обриси нечега што желим да назовем културом полиса. Та синтагма је оправдана везом између уметности и друштвеног живота великих градова коју Дучић спомиње наводећи Илићеве песме „Дарови неба” и „Песник”. За поменуте

---

<sup>1</sup> Рад је настао као резултат истраживања на пројекту бр. 178005 под називом „Аспекти идентитета и њихово обликовање у српској књижевности”, који финансира Министарство за просвету и науку Републике Србије.

песме он тврди да би нас представиле „странцима, ако не тачније, а оно без сумње, љепше него и једна књига – представиле би нас као једно интелигентно племе, отмено, и које има неколико вијекова цивилизације, које живи друштвеним животом великих градова, и које је случајно на Оријенту.”<sup>2</sup>

Неколико ствари треба запазити поводом цитиране Дучићеве опаске: прво, Дучић тврди да један песник – Војислав Илић – за кога се у истом тексту каже да није био „такозвани народни песник”<sup>3</sup>, ипак представља један народ или га бар може представити. Друго: по Дучићу, Илић нас представља као једно интелигентно, отмено, цивилизовано племе, а све те вредности крунисане су синтагмом друштвеног живота великих градова. Та синтагма представља Дучићев идеал, у који су укључене и вредности као што су Лепота, цивилизованост, отменост, рационалност. У њима лако препознајемо идеје грађанског духа и доминантног тока француске културе у годинама пре Великог рата, које су формирале духовни став не само Дучића већ и српске елите у целости. Насупрот ових вредности, стоји Оријент који треба схватити шире од опозиције између географског Окцидента и Оријента. Оријент је за Дучића симбол не само Истока, већ и једне књижевне, али и културне парадигме која је владала српском књижевношћу пре Војислава. То је романтизам. Романтичарски концепт идентитета, утемељен на Хердеровим идејама, подразумева да идентитет једног народа произилази из његовог духа, који је непромењив и који се најјасније изражава у његовој усменој/народној књижевности. Отпор према граду је присутан у свим европским романтизмима, пре свега зато што се град поима као тврђава рационалности према којој су романтичари гајили осећање нетрпељивости. Међутим, у српском романтизму, код Бранка Радичевића на пример, град је проказан и због моћи да одроди појединца од националне заједнице и културе којој припада. За романтичаре, град је проблематичан зато што је модеран, зато што модернизује.

Према томе, када Дучић каже да његово племе живи друштвеним животом великих градова, онда то представља симптом значајне промене парадигме националног и културног идентитета. Најкраће речено, културни идентитет се дистанцира од романтичарске парадигме по коме је Други чешће непријатељ, него пријатељ, док је сопство заокружено у својој непромењивости и датости, па је као такво

---

2 Дучић, Ј. (1957) *Песме, путописи, есеји*, Нови Сад: Матица српска, Београд: Српска књижевна задруга, стр. 352.

3 Исто, стр. 351.

---

дистанцирано од великог града који тежи да униформизује/промени идентитет својих грађана без обзира на њихове „природне” идентитете. Повезујући национални и културни идентитет са великим градовима, Дучић жели да сопствени народ представи другачије од доминантне романтичарске парадигме, односно жели да га приближи једном новом сету вредности које се врхуне у великим градовима Запада. Та жеља одговара прелазу из романтичарске културе у културу полиса.

Са друге стране, Дучић не тврди да његово „племе” тј. његов народ те вредности нема, па да стога мора да их учи или прихвата. То је битан гест, јер говори да трансформација културне парадигме није израз радикалне, већ контролисане или конзервативне модернизације која подразумева да нова културна матрица не смењује стару, него се на њу наставља. Дучићу Војислав Илић служи као пример да су те нове вредности већ у његовом племену/народу, што значи да чин модернизације као симболички прелаз из Оријента (романтизма) у велике градове (Окцидант) није повезан са укидањем једног идентитета и преузимањем другог, већ са променом акцента у сету већ постојећих вредности.

Дучићев текст нам пружа могућност да макар оквирно дефинишемо шта би то била култура Полиса: ради се о синтагми која повезује националну културу и модерност, али тако да процес модернизације не доведе у питање идентитет. Модернизација не раскида са идентитетом, већ га преобликује и то тако што отвара другачију културну матрицу унутар већ постојећег културног идентитета. Реч „полис” у синтагми култура полиса упућује да је та нова културна матрица култура градова, али истовремено упућује и на осећање грађанске мере у самом процесу модернизације.<sup>4</sup>

Напетост између модернизације и конзервације представља основни мотив у култури полиса. Она се понавља у низу опуса српских писаца и песника који су настављали линију ове врсте културног опредељења, чак и у времену када грађанско друштво у Србији бива политички поражено: чак и тада, у делима Пекића, Јована Христића, Ивана В. Лалића и Милорада Павића, између осталих, видимо напор да се уметност ствара унутар једне матрице која ће истовремено бити и модерна и конзервативна, што ће рећи да гестови мо-

---

4 Дobar пример за текст који настаје унутар овако замишљене културе полиса јесте позната Ракићева песма „На Гази Местану”. У њој Ракић усваја тип стиха који је карактеристичан за тадашњу француску поезију да би ту формалну модернизацију укротио гестом конзервације националног идентитета оличеног у косовском миту. Стога песма и носи назив „На Газиместану.”

дерности неће водити ка отклону од националне културне традиције, већ ће, пре свега, функционисати као чин њеног преобликовања.

Још једна особеност културе полиса јесте у томе да се у оквиру ове културне матрице обликује идентитет града. Град тада постаје несводив на друге градове, он има своју душу, свој дух, своје посебности које га разликују. Када је у питању идентитет Престонице, онда се идентитет града посматра као синегдоха националног идентитета. То се добро види у монументалној Црњанској песми „Ламент над Београдом”, која није само песма о Београду, већ шифрована патриотска песма. Београд се не издиже ту у односу на провинцију, попут Шпенглеровог светског града, већ у односу на светска искуства лирског субјекта која не могу ни да замене, ни да надвисе искуство одабраног града, односно српске престонице, која је истовремено и симбол домовине. Исто тако, афирмација Београда код Душана Радовића (*Београде, добро јутро*) или у прози Моме Капора, такође не означава издизање престонице у односу на провинцију, већ пре утврђивање једног заједничког духа града (код Радовића), односно његово уграђивање у мрежу светских велерада, али тако да се избегне хијерархијски однос између тачака те мреже (Капор).

Деведесетих година прошлог века – у оквиру транзиције – долази до промене културне парадигме. Културу Полиса, схваћену као гест истовремене модернизације и конзервације идентитета, замењује концепт културе Мегалополиса. Основна разлика између културе полиса и културе Мегалополиса јесте у томе што је култура полиса још увек везана за неко „ми”: национално ми, који се истовремено мења и не мења (Ракић) односно ми града/престонице која има своју несводиву посебност, па према томе и право на егзистенцију. Насупрот томе, култура Мегалополиса је усмерена ка појединцу кога издваја из колектива и његовог јавног простора. Култура Мегалополиса то чини тако што појединца трансформише у потрошача, при чему истовремено укида његов грађански и национални идентитет: остајући без ичега, таквом потрошачу је потребно све, јер себе види као некога ко нема ништа. Другим речима, док је култура полиса грађанина видеала као произвођача културе једног заједничког идентитета (нације или града) култура мегалополиса субјект производње (грађанина) претвара у објект производње, у онога ко се производи, у сам производ.

Да бисмо разумели функционисање културе Мегалополиса, потребно је да објаснимо значење саме речи Мегалополис. Та реч не означава само велики град, већ и хијерархију веле-

градова унутар једне цивилизације. Мегалополис је дакле, назив те хијерархијске мреже градова. Истовремено то је збирно име централног поља унутар те мреже. У то централно поље сустичу се путеви биомасе из периферије, док се из тог поља шири урбани дискурс који легитимизује постојећу хијерархију као и (контролисану, ограничену) мобилност биомасе. Урбани дискурс треба разумети као метадискурс унутар кога дејствују различити дискурси попут студија национализма (које разграђују национални идентитет) постколонијалне студије (које афирмишу хибридни идентитет повезујући га са припадништвом Мегалополису), студије културе (које премештају интересовање са националних књижевних канона на производе културне индустрије који настају у Мегалополису). Међутим, највидљивији елемент урбаног дискурса свакако је сам појам урбаног по коме смо дискурс и назвали.<sup>5</sup>

Реч „урбано” није нова, али је њена висока фреквентност у јавном простору Србије релативно скора појава. Повећање њене фреквентности упућује на транзицију између две културне матрице. Рецимо, у предговору Радовићеве књиге *Београде добро јутро*, атрибут урбано се не спомиње. Уместо њега, појављује се присвојни придев „београдски”. Радовић пише: „Аутор би најрадије и емисију и књигу сматрао скромним доприносом београдском фолклору, усменом предању Београда нашег времена.”<sup>6</sup> Метафора београдског фолклора упућује нас на то да Радовић своју емисију замишља као заснивање духа/идентитета града по аналогiji са усменом/народном књижевношћу која утемељује један колектив унутар кога та књижевност циркулише. Иако је у Радовићевом запажању, присутан благ нанос ироније, ипак та аналогija има смисла, будући да Радовићеви афоризми заиста заснивају идентитет Београда и тако имплицитно од њега граде полис – дакле, тачку у мрежи градова несводивих један на други.

Ако нам данас реторика Радовићевог тумачења властитог дела изгледа застарела, онда је то јасан сигнал да се налазимо у епосу културе Мегалополиса – оно што нам недостаје јесте атрибут урбано. Његов изостанак је последица присуства присвојног атрибута „београдски” и самог имена града: та чињеница нам показује да пораст фреквентности употребе атрибута „урбано” кореспондира са смањеном употребом атрибута „београдски”. Из тога можемо да за-

---

5 Види: Владушић, С. (2011) *Црњански, Мегалополис*, Београд: Службени гласник

6 Радовић, Д. (2006) *Баи свашта*, Београд: Завод за издавање уџбеника, стр. 880.

---

кључимо да се „урбано” не супротставља „руралном”, него пре свега „градском”, у смислу засебног идентитета града, (београдском, нишком, новосадском...) односно „националном”. Унутар културе Мегалополиса немогуће је дакле, проиzvести идентитет града или дух места, пре свега зато што појам урбаног унутар ове културне матрице има основни задатак да избрише национални/градски идентитет, да избрише везе са културном традицијом и да тако онемогући производњу идентитета на начин на који то чини култура полиса – истовременим гестом модернизације и конзервације. Бити урбан значи стога бити одвојен од простора у коме се борави, од заједнице којој се припада. Урбано празни идентитет простора и заједнице која га насељава, приказујући их као неурбане и то посредством јаке бинарне опозиције у којој све што није урбано постаје „рурално”, „локално”, „заостало”. Урбано дакле, није дучићевски позив на модернизацијско преобликовање идентитета, већ налог за његово напуштање.

Урбано је у култури Мегалополиса оваплоћено у феномену брeнда. Основно својство брeнда које га разликује од робне марке, или анонимног производа јесте његова моћ атракције. Брeнд привлачи његовог потрошача Мегалополису, али истовремено и онемогућује појављивање домаћих брeндова. Урбано, наиме, уништава идентитет полиса, па то онда, значи да брeндови никада не могу да настану у самом полису, већ само у Мегалополису. За разлику од културе Полиса унутар које се производио идентитет, унутар културе Мегалополиса могућа је само потрошња брeндова чије је место порекла Мегалополис, чак и онда када „брeнд” настаје у домаћем простору.

Показаћемо то на неколико примера: за време једног дужег боравка у Пољској сазнао сам од једног тамошњег колеге да је ланац бутика гардеробе под именом „Reserved” заправо у власништву једне пољске фирме, иако би се, по енглеском називу, казало да је у питању светски брeнд. Очигледно, енглески језик, као језик Мегалополиса, послужио је овде да изазове ефекат светскости брeнда, тј. брeнда чије је порекло Мегалополис. Слично се дешава и у Србији, где домаће компаније свесно узимају стране називе, како би постигли сличан ефекат – пример би могла бити управо фирма „Legend”, иза које стоји ознака „world wide”, иако њена делатност највероватније не прелази границе региона. Најзад, довољно је погледати и рекламе на српским телевизијама: чак и ако су компаније које се рекламирају још увек у власништву државе, попут МТС-а, на пример, сценографија тих реклама ствара утисак као да се све дешава негде далеко, а не ов-

де, јер препознатљивост топонима никада није симболички оплемењена – препознатљивост је пре оно што се забашурује, него што се открива.

Слично се може закључити из примера из савремене српске књижевности: у роману *Више од нуле*, Звонка Карановића, у коме је вероватно најупечатљивије приказано деловање културе Мегалополиса или урбане културе, наилазимо на јунаке који инсистирају на томе да слушају само страну музику, а никако домаћу, или пак да читају само страну књижевност, али не и домаћу. Ево и примера: главни јунак романа, Александар Ђорђевић Корто, изјављује: „Немам ни једног домаћег писца, ни један домаћи CD.”<sup>7</sup>

Унутар културе полиса оваква рестрикција би могла да изазове само хуморни ефекат, који бисмо могли назвати ефектом покондирене тикве, по познатој Стеријиној комедији, док у оквирима културе Мегалополиса она може бити објављена као најчистији облик привлачне моћи Мегалополиса која искључује појединца из његовог домаћег окружења (домаћа музика, домаћа књижевност) и укључује га у сферу Мегалополиса.

Бренд дакле, има улогу да привуче Мегалополису појединце који су изузети из свог простора и своје заједнице: тако се ствара једна нова врста идентитета и један нови тип индивидуе коју бисмо могли назвати виртуелни становник Мегалополиса. Он у политичкој, економској и културној сфери припада Мегалополису, док истовремено, Мегалополис према њему нема никакве обавезе; ни политичке, ни економске, ни правне. То само показује да је природа брендова лажна: они су обећање блискости које се никада не испуњава, али које наставља да се обећава. Услед те неиспуњене блискости која се жели, јер се у урбаној култури ништа друго не може ни желети, виртуелног становника Мегалополиса прожима истовремено и жеља за физичким присуством у Мегалополису и аутошовинизам, односно мржња према властитом идентитету оличеном у традицији која му стоји на располагању, националном идентитету и идентитету полиса. До те мржње се долази услед саме природе брендова: они обећавају нешто што никада не желе да испуне, јер када би то обећање било испуњено, брендови би престали да постоје. За разлику од културе полиса, која је град посматрала као чвориште у коме су се складно укрштала национална традиција и спољни утицаји који су је оплемењивали, урбана култура је међупростор који насељавају они који су нешто престали да буду, а да ништа друго нису постали.

---

7 Карановић, З. (2004) *Више од нуле*, Ниш: Зограф, стр. 34.

---

Последица доминантне културе Мегалополиса у Србији су катастрофалне: не само да је популација увек спремна за напуштањем земље (чиме се испуњава функција урбаног дискурса) већ не постоји никаква свест да те људе треба задржати у земљи. Сем тога, лојалност коју виртуелни становници Мегалополиса гаје према Мегалополису, а да му реално и политички не припадају, чине културу Мегалополиса савршеном идеолошком матрицом која омогућава потпуно преузимање ресурса једне земље од стране Мегалополиса. Тачније речено, културу Мегалополиса би требало разумети као нову империјалну матрицу која се надовезује на претходну којом доминира оправдање колонизације кроз нарацију о модернизацији односно о неспособности колонија да владају саме собом. Едвард Сеид (Edward Said) такву природу традиционалне колонизаторске матрице добро примећује између осталог и на примеру теорије која управља колонизацијом Египта: „Постоје Западњаци и постоје Оријенталци. Први владају; другима се мора владати што обично значи да се мора окупирати њихова земља, да се њихови унутрашњи послови морају строго контролисати, да се све што они имају мора ставити на располагање овој или оној западној сили.”<sup>8</sup>

Нова колонизаторска матрица која изниче на концепту Мегалополиса додаје овом базичном колонијалном дискурсу и један нови мотив, а то је обећање колонији да ће то престати да буде чим пристане на свој колонијални статус у потпуности. Само по себи, такво обећање је апсурдно, али само на први поглед. Наиме, уколико пристане на властити колонијални статус колонија збиља престаје да буде колонија и постаја део Мегалополиса. За разлику од колонијалног дискурса који је шездесетих година прошлог века поклекао пред нарацијом о националном самоопредељењу, овај нови колонијални дискурс настоји да обесмисли причу о самоопредељењу управо нарацијом о Мегалополису као мрежи глобалних градова између којих не постоји однос Метропола – колонија.<sup>9</sup> Међутим, оно што култура Мегалополиса не жели да призна, јесте да је та глобална мрежа хијерархизована и да је бившим колонијама у њој намењено место периферије. Номинално слободне, оне су заправо сведене на базу различитих врста ресурса које у потпуности стоје на располагању центру Мегалополиса који тим просторима влада путем клијената, док култура Мегалополиса даје таквој власти политички и филозофски легитимитет.

---

8 Саид, Е. (2000) *Оријентализам*, Београд: Библиотека XX век, стр. 51-52.

9 Види: Sassen, S. (2005) *The global city*, *Brown Journal of World Affairs*, Volume XI, Issue 2., Brown University, p. 27-43.

---



Ако елиту једне нације дефинишемо као групу људи чија је моћ сагледавања света шира од личне користи, онда је пред таквом националном елитом епохални задатак: како прео-  
смыслити културу Полиса тако да она може да деконстру-  
ише културу Мегалополиса, а да при том сачува могућност  
модернизације.

ЛИТЕРАТУРА:

Владушић, С. (2011) *Црњански, Мегалополис*, Београд: Службени гласник

Дучић, Ј. (1957) *Песме, путописи, есеји*, Нови Сад: Матица српска, Београд: Српска књижевна задруга

Карановић, З. (2004) *Више од нуле*, Ниш: Зограф

Радовић, Д. (2006) *Баи свашта*, Београд: Завод за издавање уџбеника

Саид, Е. (2000) *Оријентализам*, Београд: XX век

Sassen, S. (2005) The global city, *Brown Journal of World Affairs*, Volume XI, Issue 2., Brown University

Slobodan Vladušić  
University of Novi Sad, Faculty of Philosophy -  
Department of Serbian Literature, Novi Sad

TRANSITION AS A TRANSFER OF CULTURE FROM  
POLIS TO MEGALOPOLIS

Abstract

In this text the difference between two cultural matrixes is being examined: the culture of Polis and the culture of Megalopolis. Taking for example Dučić and his glorification of social life in big cities, dating from 1902, the roots of the culture of polis in Serbian culture are being shown. It stands against the dominant romantic matrix but not in a way that denies national identity deriving from that matrix, but in a way that recognizes a set of civil and modern values within the national culture and identity. As opposed to this, the culture of Megalopolis turns a citizen into a consumer, characterized by feeling of radical emptiness. By using brands, it turns him or her into a virtual citizen of Megalopolis who has negative sentiments towards its own cultural tradition because he/she experiences it as something that prevents his/her connection with the Megalopolis. Thus this cultural matrix acts as an instrument of separation of an individual and his or her cultural tradition, by which he or she is turned into a virtual resident of Megalopolis. Therefore it supports the turnover of a national state into suburbia which is entirely at the disposal of Megalopolis.

**Key words:** *identity, polis, megalopolis, brand*



Миле В. Пајић, *Крст цара Душана*,  
на путу према манастиру Хиландару,  
српској царској лаври, Света гора *Атос*