

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

DOI 10.5937/kultura1340293K

УДК 316.72(497.11)“199/200”

316.774(497.11)“199/200”

316.422(497.11)“199/200”

оригиналан научни рад

КУЛТУРА У КРИЗИ И КРИЗА КУЛТУРЕ: СЛУЧАЈ СРБИЈЕ

Сажетак: *Раздобље кад се један модел развоја, организације и интерпретације света истроши а нови није настао означава време кризе у најширем смислу. Криза погађа све групе, институције, организације и појединце на нивоу свакодневног живота. Она се у почетку сагледава кад се открије да се одређен поредак распада. У случају културе то значи да она постаје супротно од онога што је била и да обрасци културе усмеравају друштвене праксе ка дезинтеграцији. Култура у Србији до сада није била предмет озбиљних размишљања. То илуструје и чињеница непостојања темељне и развијене стратегије у области културне политике. У раду се на конкретним примерима у сфери медија и забаве показује својеврсна криза културе у Србији.*

Кључне речи: *култура, криза, криза културе, културна политика, забава, манипулација*

Данас је свет усред кризе која је структурална и стога темељита. Појам „криза” се односи на *критично временско раздобље током кога ће се крај избећи кроз нове адаптације*, уколико су оне могуће. Кризе могу бити дуготрајне, али не треба искључити могућност постојања краћих криза (унутар ове дуге кризе) дефинисаних као периоди „дисконтинуиране промене”. Криза све повезује – она је вишеслојна јер обухвата културу, дух, економију, политику, друштво. Све су то само подручја где се јавља криза и то неизбежно, незаустављиво, неминовно, као историјска стварност и људска судбина.

Разарање, распад, дезорганизација, декаденција државе, друштва, културе, деструкција економије, губитак морала, пустош интимног живота – све је то криза, све се своди на

њу. Криза¹ је историјски процес, разарајућа појава ниҳилизма: распад у ништа. Оно што се јавља на подручју културе, друштва, уметности, науке само су споља видљиви симптоми кризе. Узрок може бити сасвим унутра, дубоко и један површни поглед може да убеди да се многи процеси тешко могу изменити. Чини се да је култура пример оваквих процеса на делу.

Већ одавно се пише о *кризи модернитета* и она се разматра као неодојиви чинилац раста и развоја, било ког прелаза (транзиције). Едгар Морен је XX век назвао веком кризе, али веком у којем се, не треба то заборавити, напредовало највише и најбрже. Питање: „Како изаћи из XX столећа” је, уствари, трагање за одговором како да се изађе из кризе (криза напретка, криза цивилизације, криза културе, криза омладине, криза брака и породице, криза идентитета, криза смисла, итд.).

Криза се огледа и у чињеници да се *међусобна надопуњавања претварају у антагонизме* у брзом деструктуирању и дезинтеграцији свих области друштвеног живота. Она је *прекид срећености* и означава низ неконтролисаних процеса који теже да се појачају сопственим снагама или да се жестоко сукобе с другим антагонистичким процесима који су и сами неконтролисани.² Може се закључити да *раздобље кад се један модел развоја, организације и интерпретације света истроши а нови није настао*, означава време кризе у најширем смислу. Она погађа све групе, институције, организације и појединце на нивоу свакодневног живота.

Криза културе огледа се кроз кризу културних вредности, културних институција, темеља на којима она почива. Конкретније, криза културе је подстакнута:

- *Озбиљним недостатком средстава* који је спречио културне институције да боље одговоре захтевима који се пред њих постављају;

1 У *Оксфордском речнику* криза се дефинише као прекретница, посебно код болести. Води порекло од грчке речи *крисис* — одлука. Криза је период у току којег неки „оболели” друштвени, економски или политички систем не може даље да опстане на исти начин као раније и *приморан је под претњом нестанка да се подвргне преображају* који ће му продужити живот. Дакле, тај период кризе је историјски тренутак опасности или неизвесности током којег се доносе одлуке и врше промене од пресудног значаја који ће одлучити о будућем развоју система, ако он опстане и о његовој новој друштвеној, економској и политичкој основици, о неком његовом делу.

2 Морен, Е. (1983) *Како изаћи из XX столећа*, Загреб: Глобус, стр. 275.

● *Инерцијом која се налази у самим тим институцијама*, из чега произилази крајња *спорост* са којом су оне прилагођавале своје унутрашње структуре потребама, чак и кад нису биле сувише ометане недовољношћу средстава.

● *Инерцијом самог друштвеног система* који се, везан својим *традицијама*, својим веровањима, својим системом вредности и својим институцијама, показао као неспособан да најбоље искористи културу и културне институције у интересу националног развоја. Раскорак између културних институција и друштвене средине настаје услед релативне аутономије ових институција. Оне настоје да остану оно што су биле и да сачувају сопствене интересе и вредности. Ако се жели савладати криза, сасвим је очигледно да култура и друштво треба да пристану на међусобно усаглашавање и прилагођавање.

Свака расправа о кризи културе *претпоставља разговор о кризи рада, кризи вредности, њиховог смисла и идентитета*. Типичан пример је тржишна валоризација културе. Култура се све више тржишно функционализује: „концепцијски и садржајно не зависи од институција, већ јој основни тон и профил, цену и вредност, *даје неко други, извана*. То може бити анонимни *бирокуратски апарат*, али и врло снажно изражена тенденција професионалних организација и друштава која бране своје интересе у општој конкуренцији *на тржишту*. Данашњи колонизатор је тржиште, које усисава сваки облик отпора, узима у обзир сваку критику на свој рачун, антиципира је и претвара у сопствени профит. Тржиште нас колонизује неприметно, колонизује нас у нашим сопственим вредностима, без обзира да ли се оне зову идентитет, етницитет, право на различитост, итд. Против новца, медијских моћника, конгломерата, против монопола дистрибутерских ланаца, све у свему против „тржишног фундаментализма“ који укључује и културу, тешко је замислити ефикасан отпор”.³

Свођење културе на потрошњу значи да не постоји јасан став о култури, јер се она интерпретира као скуп потрошачких вредности. Култура се најчешће своди на потрошњу, при чему још није превладано мишљење да се за културу „даје”. Очигледно, постоји зависност „производње” културе од економске производње уопште, од материјалног богатства друштва. Без обзира на то, тешко се може говорити о „рентабилности” културе, о чистим економским улагањима у културу. Култура је несводљива само на стандард и *питање средстава*. Није значајно само да друштво издваја

3 Угрешић, Д. (2002) *Забрањено читање*, Београд: Самиздат, стр. 225.

за културу, важнији је проблем друштвеног система *како да усвоји резултате културе*. Не треба заборавити да се последице културе јасно осећају тек на неком другом плану, у свести и менталитету људи, на пример.

Не може се говорити о култури само кроз призму рентабилности, тржишта и материјалних вредности. Иако се залажемо за концепт тржишне привреде, можемо на низу примера доказати да закон тржишта не мора имати ништа заједничког са истинском и аутентичном културом. Ако се култура сведе само на логику профита, онда се скрнавe и сужавају културне вредности.

Култура се мења заједно са осталим друштвеним променама и врло је тешко говорити о променама које се дешавају искључиво у култури. Не можемо размишљати о одвојеном културном развоју, јер је то део укупног друштвеног развоја, али не као механички, већ интегрални део.

Планирање културних потреба мора водити рачуна о развоју осталих друштвених делатности, а посебно о развоју и о материјалним могућностима привреде. Програми који нису усклађени са другим програмима друштвеног живота, остају списак и „пуки скуп” жеља и настојања који врло често могу унети пометњу у друштвени живот. Развијање појединих делатности на рачун других треба заменити равномерним и усклађеним планирањем.

Структуралне културне транзиције претпостављају унутрашње реструктурирање културних вредности које укључују:

- дехијерархизацију култура и њихово јавно профилисање према формирању и афирмацији вредности појединачних националних, етничких, феминистичких и других култура;
- експанзију мултикултуралности и интеркултурализма, што је повезано са јаким миграцијама становништва, ширењем великих градова и све „мекшим” националним границама;
- усклађивање глобалних трендова либералног капитализма, потрошачких друштава и мултикултурализма;
- формирање интегрисаних „културних зона”, везаних за економске интеграције (пример Европске Уније);
- редефиниција културних идентитета;
- детериторијализација култура;
- хибридизација култура у оквирима све више хетерогених друштава;
- увођење нових технологија у културно стваралаштво;

- све отворенија културна комуникација и медијација културних вредности;
- пласман културних производа и вредности на тржишту;
- културна индустријализација.⁴

„Неповољна је околност и то што критика као суперего културе готово не постоји. И кад постоји, изгледа да је њена најслабија тачка. Никада није успела да обезбеди своју аутономију нити методологију вредновања. Њен исход зна се унапред. Уместо да разбија некреативне схеме – сама их непотребно ствара. Зато она и не руши бреше конзервативизма, већ га подржава. Оболела од лакомислености, површности и равнодушности, та критика, у ствари, брани просечне и спорне вредности. Стога није необично што, уз материјално сиромаштво, културно сиромаштво и естрадна свест доминирају у животном стилу свакодневља.

Култура се у нас непрестано одлаже за боља времена. То је велика грешка. У неизбежној трансформацији друштва, култура се не би смела одлагати за срећна времена јер је она претпоставка за сваку суштинску промену друштва. У слободној и критичкој јавности – у којој би превладавали плурализам гледишта, креативна дебата и слобода мишљења, а јењавала испразна политичка реторика – дошло би се до успона вредности које би оспоравале владавину баналности, самодовољности и глупости естраде”.⁵

Крива културе нашла се и у окриљу опозиције *локално* и *глобално*. За ову опозицију се сматра да је једна од најманипулативнијих формула глобалне идеологије, зато што *локално* (национално, етничко, регионално) подразумева право на различитост насупрот *глобалноме* које прети да те различитости униформише, стандардизује и типизира. „Тако се у пракси, покривени идеологијом која им даје за право, *локални* манипулатори могу забавити мрачним пословима унутрашње хомогенизације и *локалне* контроле. Онима који не пристају на ову замену, вредност *глобалног* постаје јединим излазом, пољем слободе“... Мој страх од *локалнога* јачи је од моје скепсе према *глобалноме*. Тако, на трауматском искуству *локалнога*, *глобално* убира додатне поене”.⁶

4 Швоб-Ђокић, Н., Приморац, Ј. и Јурлин, К. (2008) *Култура заборав*, Загреб: Јесенски и Турк, стр. 37-38.

5 Божовић, Р. Од популизма до естраде, у: *Домети транзиције од социјализма ка капитализму*, уредио Михаиловић, С. (2011), Београд: Фридрих Еберт Стифунг, стр. 38.

6 Угрешић, Д. (2002) *Забрањено читање*, Београд: Самиздат.

Пракса је показала да у периоду пре транзиционих промена, „акција” културе није непосредно била материјална сфера рада, већ њен резултат – расподела укупног прихода преко доприноса. Држава је градила одговарајућу структуру културних и свих других институција. Бирократски однос према култури, бирократизована култура, најчешће је замењивала функцију људи у бављењу друштвеним пословима. Заобилазила је свет њихових потреба, јер јој је циљ био *да се задржи одвојеност производње и културе*. На тај начин, *култура је постала дириговани акт* где су могућности манипулације биле огромне.

*Неопходно је утврдити: где је смештена
култура? У рад или изван њега?
У расподели или потрошњи?*

Просветитељство, које је „задојено” идејом да у одређеном друштву мањина увек креира и поклања културу, било је носилац „крњег” схватања по коме култура егзистира изван производног живота, а у те просторе се уноси споља, васпитавањем, образовањем или културном анимацијом. Данас је ова теза тешко прихватљива и наилази на многобројна противљења. Напросто, *култура се почиње повезивати са учећићем и стварањем у целокупном начину живота*, радним срединама и локалним заједницама, и све чешће *постаје захтев за одређеним начином живота*. Култура се не може схватити одвојено од произвођача, као намет који се даје у ретким тренуцима, као неки украс, луксуз, узлет и излет, танани скок друштва, естетички талог или пасивна допуна. Културни живот није само оно што се присваја, него и оно што се даје и у чему се *активно учествује*. Постоји људска свакидашњица, разноврсна подручја свакодневног живота која треба култивисати (рад, слободно време, становање, политичко понашање). Очигледно је да је сваки тренутак људског живљења део културе као и све сфере егзистенције. Отуда говор о *култури рада, култури слободног времена, култури становања, политичкој култури, физичкој култури, уметничкој култури, позоришној култури, визуелној култури, техничкој култури, саобраћајној култури*, итд. Тако, на пример, код нас велике инвестиционе подухвате у привреди најчешће не прати културна димензија, која напросто није укалкулисана јер се, наводно, не види „рентабилност” културе.

С друге стране, мало се зна о специфичним културним потребама појединих друштвених слојева, генерација, друштвених средина, локалних заједница. Доходак најчешће не пружа, нарочито у ситуацији кризе, било какву шансу

за културну еманципацију. У таквој ситуацији с правом се поставља питање: *Постоји ли потреба да се има културна потреба?* Сви ови моменти утичу да се култура схвата као резидуални елемент, нека нужност услед постојања наслеђа прошлости или нека сувишност у изумирању. Једноставно речено, *заборавља се да култура може бити полуга укупног друштвеног развоја*. Заговорници традиционалног концепта културе пропагирани су идеју да сви могу користити плодове културе. При том су запостављали питања класног положаја, концепта и садржаја културе као и њен, понекад врло уочљив, елитизам. Није било говора о доминантној култури која се наметала целокупном друштву, као ни истраживања о томе колико класна подела доприноси подвајањима у култури. Културна политика је најчешће свођена на културни сектор, којим су се бавили „задужени” за културу. Култура као значајно подручје се не може сводити само на „сектор”, не сме се препустити случају; она се мора усмеравати и вредновати (процењивати). Због тога је неопходно јасно артикулисати културну политику, нове културне стратегије. Културна политика усмерава друштво према култури, али и културу према друштву и према себи самој. Она обухвата *начела усмеравања културне делатности* друштва чији су актери појединци, групе, организације, установе и друштво у целини.

Културна политика трасира правце развоја, односно циљеве и средства помоћу којих се то усмеравање остварује (материјални и људски ресурси, финансијски ресурси, програмска, институционална и гранска решења). Та трасирања и процене треба увек да пођу од снимања постојеће културне ситуације, да би се на тим темељима градили битни циљеви културног развоја и изнашла средства за њихово остварење, начини који се користе за постизање таквих циљева на најекономичнији начин.

Неопходно је размотрити и анализирати чисто културне намене културне политике. Без обзира на разноврсна одређења културе и културних садржаја, културна политика се не може издвојити из осталих државних послова.⁷

Свако организовано друштво остварује одређену културну политику, која као јединствен појам, означава сусрет политике и културе (сектор политике и сектор културе). Ова два подручја нису увек у сагласности, чешће су у сукобу, па је због тога задатак културне политике да се критички суочи са напетостима (антагонизмима) који владају између политике и културе.

7 Трозби, Д. (2012) *Економика културне политике*, Београд: Клио, стр. 43.

Да би културна политика изазвала активни став и однос друштва према култури, није довољно да само друштво дефинише став према култури, већ и да *култура постане свесна својих могућности*. Културна политика сагледава смисао и значај који култура има у одређеном друштву, одређења и настојања друштва да креира (замисли) и прихвати одређене моделе културне политике.

Сваки модел културне политике је резултат укрштања различитих друштвених и културних интереса, потреба и аспирација. Модел културне политике формирали су се у зависности од владајућих друштвених односа. У истраживањима се најчешће говори о *ауторитарном* и *демократском* моделу културне политике. За први модел је карактеристично подређивање културе држави која планира и усмерава културу у целини, одлучује о приоритетима, одређује политику финансирања. Ауторитарни културни модел идеолошки одређује културно стваралаштво и чува културу као класичан институционални сектор. Ауторитаризам у култури знао је често да потисне или преобликује многе вредности које су створене у прошлости, уколико оне нису одговарале политичким циљевима и интересима.

Последица оваквог модела огледа се у томе што држава преузима културу под своју управу. Зато се врло често говори о културном етатизму, јер држава културу ставља под надзор и контролу. Културни етатизам је, осим тога, склон ка *искривљавању извесних смерова културне политике*, у зависности од интереса и потреба државног апарата и администрације као њеног извршног дела који у културу умеће сопствене интересе као прворазредне, а занемарује онај део културе који се не односи на непосредне интересе државног апарата и администрације. Држава се тада јавља као једини или повлашћени носилац културне политике и тумач културе за све људе. Тај монопол она сматра неком врстом природног права.

Демократски модел културне политике залаже се за слободу стварања и уважавања *права на културу* као дела људских права. Овај модел настоји да културни монопол државе замени културним разноликостима (обилем). Он се залаже за културни плурализам који нуди највише могућности да сваки појединац или група задовоље своје културне потребе. Укратко, држава нигде, па ни у области културе, не треба да буде сила изнад друштва. Начини утицаја државе на културу и културни живот зависе од политичких и културних традиција, од схватања улоге коју култура може имати у животу заједнице и појединца. У оквиру овога модела, култура се често препушта тржишту, што доводи до њене превелике

комерцијализације. То је нарочито карактеристично за САД, где функционише демократски тржишни модел културне политике, за разлику од европског културног простора који је поред тржишта поштовао и учешће (балансирање) државе у усмеравању културе.

Поред наведена два класична модела (аутократски и демократски), у истраживањима сусрећемо и друге моделе (типове) културне политике.⁸

Комплексни (сложени) модел, културу и културну политику сматра саставним делом опште-друштвеног кретања. Слабости овога модела састоје се у честом занемаривању унутрашњих (аутономних) својстава културе, њене посебности и специфичности. То занемаривање има за последицу да се култура, као посебна творевина и област специфичне осећајности, механички изједначава са свим другим областима друштвеног живота.

Супституционални модел (модел замене), наглашава (подстиче) тржишну усмереност културе. У таквим случајевима, културна политика изграђује се као нека врста замене за све оно што није подложно тржишту и што на њему није нашло своје место. Овај модел културне политике исправља недостатке и пропусте тржишта (тржишне иницијативе). Култура се не може вредновати само на тржишту и овај модел, на неки начин, неутралише неповољно деловање тржишта на културу.

Модел *подстицања културног заостајања* не води рачуна и нема целовит и заокружен програм културне политике. Овај модел се занима за процену које су културне средине и делатности у заостатку. Њега интересује „културни јаз” који постоји између најразличитијих грана и подручја културе. Присталице овог модела сматрају да треба интервенисати и помоћи оне области које су у заостатку. Оне су у великој мери равнодушне, незаинтересоване и пасивне за све друге области или подручја културе.

Модел *културне самосвојности* се занима, пре свега, за оно што је оригинално и аутентично, што је допринос светској ризници одређене културе. Све оно што не припада врхунским дOMETИМА, не налази се у видном пољу овог модела и не узима се у довољној мери у обзир. Такође, овај модел у први план културне политике ставља само оно по чему се културе међусобно *разликују*, а не оно што им је

8 Прњат, Б. (2006) *Увод у културну политику*, Нови Сад: Стилос.

слично и заједничко и што је у извесном смислу општељудско.⁹

Посебно се издвајају културни *модел масовне културе* у оквиру кога се говори о *стандардном* културном моделу и *популистичком* (новокомпонованом) културном моделу. Првом припадају службеници, техничка интелигенција и средњи слојеви, а популистичком припадници радничког стила живота, нижа средња класа и сеоска популација. Као трећа врста културних модела истичу се алтернативни културни модели (алтернативне поткултуре, контракултуре, друштвени покрети). Карактеристика овог модела је симболички протест у односу на доминантне културне моделе.

Криза културе огледа се у редуковању културе на забавне и спортско-рекреативне програме.

Телевизија као „хладан” медиј увек је знала да шокира, готово данас у постмодерном добу у којем је све дозвољено и све пролази и где је дошло не само до поремећаја и конфузије система вредности, већ до њиховог друштвеног слома. Телевизија је и даље медиј који утиче на стандардизацију понашања, укуса и мишљења код већине људи. *Ријалити шоу* програми су прича не само о нашим, већ о људској природи и наравима уопште, о жељи да се доживи нешто необично, ексцентрично, понекад бизарно. Отуда помама за овим програмима који попримају својеврсни образац епидемије. *Велики брат* је емитован први пут 1999. године, на једној холандској телевизији, по узору на легендарни роман Џорџа Орвела – „1984”, чије књиге су представљале инспирацију за *Великог брата*, али и за *Фарму*.

Најновије истраживање праћења медијских садржаја, посебно ријалити програма у Србији¹⁰ показало је да се ови програми гледају у великој мери и да се све пикантерије прате у новинама и на интернету. Свакако да ово оптерећује буџет времена и слободно време које је на располагању појединцима, изузев оних који осећају жесток „дефицит” слободног времена. Близу педесет испитаника изјавило је да им се ови програми допадају, вероватно због тога што 55% гледалаца има знатижељу да завири у туђу интиму. То је својеврсни знак да ови програми инспиришу исконску тежњу човека за воајеризмом оних који своју интиму, некритички и без стида, износе на „пазар”. Чини се да је на делу својеврсно укидање стида, јер преовлађују баналност,

9 Илић, М. (1979) *Социологија културе*, Београд: Завод за уџбенике и наставна средства.

10 Подаци агенције *Фактор плус* из Београда. Узорак је био 1200 испитаника.

псовка, вулгаризми, итд. Додуше, велики број испитаника то не одобрава, али се чини да су ипак у фази ишчекивања да се догоде неке ласцивне сцене, а поготово у фази срећног ишчекивања да ће се догодити секс. Такође истичу да би већина њих радо учествовала у неком ријалити програму, пре свега због новца.

Табела 1 Из ког разлога бисте се пријавили за ријалити шоу? (могућност више одговора)

ОДГОВОР	%
1. Због новца	69
2. Због могућности упознавања нових пријатеља	21
3. Волео/ла бих да видим како изгледа живот у таквим условима	57
4. Због популарности	43
5. Због појављивања на ТВ-у, јер ако те нема на телевизији, онда као да не постојиш	23

Овај податак говори да се не бирају средства како би се искорачило из културе сиромаштва и наше невеселе стварности. Новац и медијско експонирање, испитаници везују за јавне личности. Такође је занимљиво да већина сматра како је појављивање у ријалити програмима неким јавним личностима донело штету.

Табела 2 Како ријалити програми утичу на размислање младих о свету и понашање у друштву? (могућност више одговора)

ОДГОВОР	%
1. Ријалити шаље поруку да је војеризам дозвољен и пожељан	63
2. Утиче на пасивно и некритичко гледање свега што се емитује на телевизији	51
3. Насиље, баналност и вулгарност су прихваћиви начини понашања	38
4. Утиче позитивно јер млади мање проводе времена на интернету	26
5. Нисам сигуран/а како утиче на њих	19

Ипак, већина њих истиче да никад не би били за то да њихово дете учествује у овој врсти програма, што је свакако добро у временима кад се дечија невиност експлоатише и злоупотребљава у рекламама и неким ријалити програмима, у којима деца постају „стармала”, следећи устаљени и извештачени образац старијих. Већина испитаника ове програме сматра испразном забавом која трасира став о воајеризму и седелачком начину живота (63%), некритичком гледању свега што се на телевизији емитује – насиље, баналност, бруталност. Већина њих сматра да су ови програми одраз тренутног стања и вредности (крњих вредности нашег друштва).

Социолошки је занимљиво да је скоро 70% испитаника изјавило да ријалити програма има превише, што је доказ да „фаза иживљавања”, која је карактеристична за свако друштво и појединца, полако пролази и код нас, што може бити добар знак. Већина је истакла да ријалити програми усвајају обрасце западњаштва, као голо имитаторство, што је најбоље сведочанство да нема свежих идеја и да нам недостају културни и образовни програми.

Табела 3 Шта заступљеност ријалити програма на каналима говори о нашем друштву? (могућност више одговора)

ОДГОВОР	%
1. Говори о томе колико слепо пратимо и усвајамо трендове из западних земаља	45
2. Говори о томе колико идемо у току са временом и дешавањима у свету	48
3. Говори о томе колико смо сиромашни као друштво	36
4. Говори колико нам недостају свеже идеје и нови културни, забавни и образовни програми	39
5. Не знам	24

Парадоксално је да велики број земаља историјски контекст сопствених култура одређују на основу западноевропских образаца, који пропагирају огољени комерцијализам. То је најбољи доказ да размишљања о збивању култура и културном развоју, прелазе границе неосмишљеног и непосредног односа према култури. Без обзира на то да ли је реч о култури маса или елитној култури, културно питање добија историјску развојну релевантност, иако се оно често губи у

бесплодним покушајима усклађивања са мерилима што их намећу западно-европске вредности.¹¹

Медији утичу да се забава прихвата у неограниченим количинама. Медијско комуницирање уређује се према законима забаве и разоноде.

Забава најчешће оправдава саму себе и нема неке озбиљније циљеве и поруке. Није без разлога упозорено да човек који нема шта да ради осим да се забавља, на крају крајева, почиње да се досађује. Историја познаје многе примере кад је необузdana жеђ за забавом вукла са собом моралну деградацију и развој сурових и сирових страсти. Веома је битно *да ли се забава посматра са становишта оних који учествују у њој, или из угла оних који је организују.* Забава у развијеним земљама је на високом *техничком нивоу* – публика у тим земљама поставља велике захтеве пред „индустрију забаве” и тражи „чисту забаву”.

Забава је активно учешће и стална смена утисака: извођач и гледалац *нису оштро одвојени.* За разлику од забаве, разоноду најчешће карактерише неактивност и оштра *подвојеност пасивног посматрача од догађаја* који се одвија. Разонода увек подразумева одређен степен конформизма.

Чувени истраживач Зиновјев је приметио да медији бу-квално за себе везују пажњу огромне већине становништва, снабдевајући људе у изобиљу практички било каквом информацијом која им је потребна – сплеткама, забавом, сензацијама. Они имају за ово неограничена средства, нај-савременију технологију и разрађене методе. Немогуће је израчунати колико времена и снаге губе људи седећи пред телевизором, читајући новине и часописе, слушајући радио. Човек може да троши продукцију медија и у самоћи седећи код куће, док је у превозу, чак и за време рада.

Телевизија је живо сведочанство таквих процеса. Став гледалаца да ове програме не треба никако укинути или смањити, доказ су једног преовлађујућег духа времена, у коме телевизија покушава да конструише стварност, измишљајући и нудећи бескрајну забаву.

Забава подразумева *идеолошку* и *техничку стандардизацију.* Под идеолошком стандардизацијом подразумева се удо-вољавање захтевима и интересима одређене групе, пропагирање стила и специфичног начина живота. Кроз многе напи-се о забави и серије које се емитују, „продаје” се идеологија.

¹¹ Цветичанин, Б., Швоб-Ђокић, Н. и Јелић, Ј. (1982) *Култура и нови међу-народни економски поредак*, Београд: Југословенска комисија за сарад-њу са Унеском, стр. 45.

Идеолошка стандардизација се остварује путем норми, које су у функцији очувања одређеног начина живота и понашања (на Западу то је најчешће начин живота средње класе). Шематски и конвенционални приступ проблемима брака и љубави такође указује на крајњу намеру да се овековече норме одређених слојева друштва.

Насупрот идеолошкој, техничка стандардизација, регулише структуру серија: готово без изузетака сваки наставак мора сачињавати независну целину и *прекидати се кад је радња најнеизвеснија*.

Обе наведене карактеристике забаве нису у функцији друштвене промене већ у функцији очувања постојећег стања.

Медији су у функцији 'убијања времена' које представља један од најважнијих проблема савремене цивилизације; индустрија забаве и разоноде настоји да подмири те нове људске потребе које се нагло умножавају и попримају неслућене размере – *ријалити шоу* програми и спорт су најбољи пример за то.

Слобода у избору забаве уистину је привидна. Чује се и види оно што је унапред припремљено. Бег у забаву и илузије, огледало је свеколиког живота, и њој се једино може *супротставити личност која има критички однос према околини*. Задовољство се не може постићи испразним забављањем, већ што активнијим прихватањем стварних вредности савремених цивилизација. Медији извештавају о свему ономе што је створила индустрија доколице, коју карактерише трка за профитом. Човек савремене цивилизације осећа депресију и досаду, која се манифестује када је сам или када је с онима који су му најближи. Медији треба да изграде критички однос према *понашању и уклапању савременог човека у потрошачку доколицу*. Док се форсирањем забавности, бегом и компензацијом појединац отуђује од заједнице (све се више утапа у властиту осамљеност и несавладиву досаду и тескобу), дотле *продуктивним односом* према себи и другима човек живи аутентичан живот (нпр. активно бављење спортом и некритичко, пасивно посматрање ТВ преноса).

Забава се не може свести само на оно за шта се залажу савремени медији: опуштање, разбигригу, на стање омамљености и 'живљевања'. Забава често значи *лажну слободу, слободу замену, 'слободу у резервати'*. Њена основна функција своди се на одвајање људи од свакодневних брига, на њихово растеређивање и „олакшавање”. Међутим, ако је забава, допуна, привремено бекство у друге просторе, она *зачас постаје лажна по садржају и смислу*. Бежање од проблема, тражење разбигриге, надокнаде и замене, значи

удаљавање забаве од нас самих, њен *пад у дехуманизацију*, која у ствари човека води у бесмисао и „доба празнине”. Медији би овом проблему морали да приђу и да му дају нову димензију и ново виђење онога што спутава могућности савременог човека. Они треба да буду у функцији ослобађања нашег потенцијала, суочавање са „оним што је друго у нама”. На том најширем плану, треба тражити и одговоре на питање у којем смислу медији могу бити појава идеологије.

Однос између забаве и идеологије, могао би се формулисати на следећи начин: *што је више брига и стрепњи, то је већа потреба за забавом и спектаклима*. У том погледу огромну улогу играју масовни медији који преносе спектакле где се људи у гомили и на исти начин забављају, потирући своју индивидуалност.

Масовни медији у огромним количинама експлоатишу свет забаве. Њихови серијали о познатим личностима и идолима само су знак да се заобилазе озбиљни и ургентни друштвени проблеми.

Суштина масовних медија састоји се у томе да одврате пажњу људи. Водећи људи и политичка елита као да поручују: нека раде нешто друго, нека нам не сметају, нека се забављају. Нека свако постане залуђен секс скандалима или познатим личностима и њиховим проблемима, или нечим сличним. Било чиме, само да није озбиљно. Наравно, озбиљне ствари су за главне људе. *Ми се бринемо о томе*.

ЛИТЕРАТУРА:

- Божовић, Р. (1984) *Лавиринти културе*, Београд: Радничка штампа
- Божовић, Р. Од популизма до естраде, у: *Домети транзиције од социјализма ка капитализму*, уредио Михаиловић, С. (2011), Београд: Фридрих Еберт Стифтунг
- Цветичанин, Б., Швоб-Ђокић, Н. и Јелић, Ј. (1982) *Култура и нови међународни економски поредак*, Београд: Југословенска комисија за сарадњу са Унеском
- Хамваш, Б. (2006) Психологија кризе, *Књижевност* бр. 1
- Илић, М. (1979) *Социологија културе*, Београд: Завод за уџбенике и наставна средства
- Коковић, Д. (1993) *Заборављена култура*, Нови Сад: Светови
- Коковић, Д. (1998) *Назирање уметности*, Нови Сад: Футура
- Коковић, Д. (2005) *Социологија културе*, Нови Сад: Академија уметности
- Коковић, Д. (2005) *Пукотине културе*, Нови Сад: Прометеј

ДРАГАН КОКОВИЋ

Коковић, Д. (2007) *Друштво и медијски изазови*, Нови Сад: Филозофски факултет

Морен, Е. (1983) *Како изаћи из XX столећа*, Загреб: Глобус

Прњат, Б. (2006) *Увод у културну политику*, Нови Сад: Стилос

Scollon, R., Scollon, S.W. (2001) *Intercultural Communication*, Oxford: Blackwell

Швоб-Ђокић, Н., Приморац, Ј. и Јурлин, К. (2008) *Култура заборава*, Загреб: Јесенски и Турк

Тауси, Р. (2012) *Економика културе*, Београд: Клио

Трозби, Д. (2012) *Економика културне политике*, Београд: Клио

Угрешкић, Д. (2002) *Забрањено читање*, Београд: Самиздат



Миле В. Пајић, *Пирг Светога Саве*,
манастир Хиландар, српска царска лавра,
Света гора *Атос*

Dragan Koković
University of Novi Sad, Faculty of Philosophy –
Sociology Department, Novi Sad

CRISIS CULTURE AND CULTURE CRISIS:
THE CASE OF SERBIA

Abstract

The crisis of culture reflects in the crisis of cultural values, cultural institutions and the foundations on which it rests. More specifically, the culture crisis is driven by: a serious lack of funds which prevents the cultural institutions from better responding to the demands that have been placed upon them; inertia found in the very institutions, resulting in extreme slowness with which they adapt their internal structures to the needs, even if they are not too affected by lack of funds; and inertia of the social system, bounded by traditions, beliefs and values, which has proven to be incapable of making the best use of culture and cultural institutions in the interest of national development. The gap between cultural institutions and social environment is caused by relative autonomy of these institutions. They tend to remain what they have always been in order to protect their own interests and values. In order to overcome the crisis, it is quite obvious that the culture and the society must agree on the need for mutual adjustment and adaptation. Planning of cultural needs must take into account the development of other social activities, in particular the development and financial aspect of the economy. Programs that do not comply with other programs of social life remain a mere collection of wishes and efforts that can often bring confusion into the social life. The development of certain activities over others should be replaced by a balanced and coordinated planning of all activities. Practice has shown that “the activity” of culture in the period of pre-transitional changes was not just part of the material sphere of work, but also its result – a distribution of total income through contributions. The state has set up the necessary infrastructure and established various cultural institutions. However, bureaucratic attitude towards culture and bureaucratic culture has often neglected the function of people in dealing with social affairs. It has bypassed the world of their needs, because its objective has been to keep the production and the culture separated. This is how the culture has become a guided activity, where the possibilities of manipulation are huge.

Key words: *culture, crisis, culture crisis, cultural policies, entertainment, manipulation*