

Lidija VUJAČIĆ*

ETNOLOGIJA I(LI) ANTROPOLOGIJA U CRNOJ GORI

Nekoliko konceptijskih stajališta o ograničenjima i mogućnostima

Apstrakt: Iako se društveni „status” jedne naučne oblasti teško može izmjeriti jer se on ogleda i u aktivnostima i u rezultatima rada kako na kolektivnom/infrastrukturnom nivou tako i na individualnoj ravni, koji su više ili manje po pitanju doprinosa sinhronizovani ili u raskoraku. U tom smislu društveni ambijent, odnosno konkretan prostor i vrijeme sa svojom institucionalnom mrežom, nivoom znanja i stepena saradnje među domaćim i međunarodnim institucijama, mogu da djeluju podsticajno ili obeshrabrujuće, zavisno od opsega, i za individualnu stvaralačku energiju.

Činjenica je da na akademskom nivou etnologija/antropologija u Crnoj Gori, kao i neke druge društvene i humanističke nauke, nema dugu tradiciju. Stoga će nam njen institucionalni položaj i efekti rada u naučno-istraživačkom i nastavno-naučnom kontekstu, ali i u drugim djelatnostima, između ostalih muzejskoj, ponuditi bitne odgovore kakvo je stanje i kakve su perspektive, kao i na koji način se može unaprijediti i „popularizovati” najopštija nauka o čovjeku, kulturi i konačno o društvu u prostornoj i vremenskoj dimenziji. Tim prije što etnologija/antropologija ima specifičnu poziciju među drugim društvenim i humanističkim naukama zbog interdisciplinarnog pristupa fenomenima. Naime, proces popularizacije ove nauke mora se odvijati na temelju očuvanja njene kompleksnosti, veće vidljivosti u društvu i autoriteta naučnika. Posebno što su u savremenoj etnoantropološkoj nauci novi diskursi otvorili i njene „primjenljivije” perspektive kako bi se bolje razumjela svakodnevnica, kao i uopšte aktuelni civilizacijski procesi, stvarajući time prostor za nove akademske discipline i nove vrste istraživanja.

Ključne riječi: *nova vs. stara etnografija, institucionalna mreža, popularizacija antropologije, nove istraživačke perspektive*

* Prof. dr Lidija Vujačić, Filozofski fakultet Univerziteta Crne Gore

UVODNE NAPOMENE

U nastojanju da se, na neki način, „monografski” prikaže položaj etnologije odnosno antropologije u Crnoj Gori, problem će se postaviti u dvije ravni i to — kroz načelno poređenje tzv. starih i novih terenskih praksi i metodoloških pristupa, kao i kroz postojeću institucionalnu mrežu, nazovimo je infrastrukturom konkretne nauke¹, dok će u drugoj perspektivi biti više riječi i o novim istraživačkim pristupima i diskursima u savremenoj etnologiji odnosno antropologiji, budući da su mi kao sociokulturnom antropologu, u istraživačkom smislu, bliže teme koje nijesu „prostorno” omeđene, već su posljedica aktuelnog vremena, civilizacijskog, tehnološkog trenutka u kojem živimo.

Inače, kada govorimo o društvenom „statusu” etnologije i(li) antropologije valja naglasiti da je i generalno pozicija naše profesije kompleksna, budući da šira zajednica i naročito mediji, s jedne strane, od etnologije/antropologije dosta očekuju, u smislu da će da ponudi odgovore na pitanja o tretmanu i valorizaciji kulturnog nasljeđa, ali i da odgovori na vrlo kompleksna, nekad i kontroverzna, društvena, kulturna, politička, ideološka, posebno identitetska pitanja i previranja. Često se od nje očekuje da bude i neka vrsta vodiča u kreiranju stavova javnog mnjenja, iako su pitanja koja joj se postavljaju često delikatna i nerijetko proističu isključivo iz emocija, katkad i neznanja, ali i najsuptilnijih slojeva bića, tumačenja kulture i identiteta. S druge strane, i kada se naša nauka pita, malo se „sluša”, tj. razumije i primjenjuje (od terminološkog nerazumijevanja, tj. imena nauke, do opsega, tj. predmeta istraživanja). Stoga, treba raditi i na popularizaciji potencijala ove nauke, tj. treba biti otvoren i za stare, a još više nove istraživačke teme i terene (a koji su osim tzv. tradicionalnih i egzotičnih „areala” i oni urbani, virtuelni prostori i modeli komunikacije, nove vrijednosti, tzv. nova kultura potreba itd.) i uopšte savremene fenomene za koje je, utisak je, trenutno etnološka struka u Crnoj Gori nedovoljno istraživački zainteresovana). U tom smislu veoma je važno sabirati znanje, ali i otvarati brojna nova pitanja sa kojima se (post)moderna etnoantropološka nauka tek suočava. Upravo to, između ostalih, u startu omogućava format poput *Leksikona etnologije Crne Gore*, koji je tokom 2019. godine pokrenula Crnogorska akademija nauka i umjetnosti, s tim što će biti uspješan projekat samo ukoliko se na adekvatan način povežu tzv. staro znanje i nove istraživačke perspektive, odnosno ako se poveže interesovanje da se obradi ono što je u

¹ (o čemu će i kolege govoriti odnosno pisati u istom zborniku, tako da će ovdje uslijediti samo kratko podsjećanje na institucije sa etnološkim/antropološkim predznakom, da se ne bismo eventualno ponavljali).

domenu kulturnog nasljeđa Crne Gore sa onim što su aktuelni civilizacijski tokovi i savremeni kulturološki fenomeni na globalnom nivou i koji su postali, takođe, dio aktuelne ovdašnje društvene dinamike. Tim prije što je naša nauka, sa širokim dijapazonom analitičkih pristupa, odgovorna i prema prošlosti, i prema sadašnjosti, i prema budućnosti.

Dakle, zbog kulturnog kapitala, odnosno teorijskog i metodološkog aparata kojim barata etnologija odnosno antropologija, ona može da ponudi brojne odgovore ne samo o prošlosti (materijalnoj, duhovnoj i socijalnoj kulturi) već i o boljem razumijevanju savremenog društva u kojem živimo sa svim njegovim izazovima, pa i kontroverzama vezanim za kulturu, masovne medije, ekonomiju, politiku i nadasve ideologiju, u prvom redu konsumerističku, ali i brojne druge savremene „ideologije” koje nas (pre)oblikuju. I stoga etnoantropološka nauka mora biti „vidljivija” i „angažovanija” na društvenom planu. Njene perspektive u Crnoj Gori, kao i u slučaju bilo koje druge nauke, zavise kako od ličnog talenta i znanja tako i od systemske organizacije, tj. mreže institucija i njihovih mogućnosti, strategija i interesa društva u cjelini, što sve, infrastrukturno, kadrovski i simbolički povezano, utiče na prepoznatljivost profesije od strane i stručne i laičke javnosti. Svaka nauka, zapravo, mora biti systemski organizovana i prepoznatljiva u društvu, a to znači da naučno-istraživačke institucije moraju biti povezane između sebe i sa civilnim društvom, privrednim subjektima i javnim upravama u cilju boljeg razumijevanja njene uloge u društvu. Isto tako, popularizacija etnologije/antropologije mora imati jaku mrežu institucija i komunikacije između niza aktera (istraživači, mediji, donosioci odluka, strukovna udruženja i institucije itd.). Drugim riječima, jedino tako se stvara društvo znanja, ovdje o kulturi u najširem smislu tumačenja riječi, u kojem građani mogu biti u prilici da naprave izbore, donesu odluke u sopstvenom životu, kao i po pitanjima od opšteg interesa, na osnovu relevantnih informacija koje im nudi upravo etnologija/antropologija.

NAUČNO-ISTRAŽIVAČKI, PEDAGOŠKI I STRUČNI RAD

Što se konkretno tiče postojeće mreže institucija etnologije/antropologije u Crnoj Gori (dakle, sve što ima predznak etnološki/antropološki) trenutno stanje se može, prije svega, predstaviti kroz nekoliko institucija. Stoga bi trebalo početi od *Crnogorske akademija nauka i umjetnosti* i njenih radnih tijela koja se bavi etnoantropološkom tematikom. Naime, do 2018/19. godine postojao je *Odbor za etnologiju*² (osnovan odmah nakon osnivanja CANU

² *Odbor za etnologiju* je brojao trideset i šest članova, od čega šesnaest u užem i dvadeset u širem sastavu i činili su ga najviše etnolozi, ali i historičari, historičari umjetnosti,

1973. godine), a sada, nakon reorganizacije, postoje dva odbora drugačijih naziva, ali i koncepata, koji insistiraju više na interdisciplinarnom i multidisciplinarnom radu — *Odbor za arheologiju, etnologiju i istoriju umjetnosti* i *Odbor za ekonomske nauke, demografiju i antropologiju* i broje po petnaest članova.

Na Filozofskom fakultetu Univerziteta Crne Gore postoji nekoliko disciplina sa predznakom etnološki/antropološki, od kojih najviše na Studijskom programu za sociologiju i Studijskom programu za psihologiju (*Etnologija*³,

kao i drugi profili koji su se, kroz interdisciplinarni rad, bavili srodnim oblastima. Projekti koje je pokrenuo i realizovao Odbor tiču se najviše kulturnog, posebno materijalnog, ali i socijalnog, duhovnog nasljeđa, transformacije tradicionalnih vrijednosti i porodice, antropogeografskih cjelina, antropoloških osobina stanovništva, života Crnogoraca u dijaspori, kao i u graničnim oblastima Crne Gore (posebno neke primorske cjeline, poput Boke Kotorske, Krajine, ali i srednje Polimlje, Potarje, Banjani itd.) i proizašli su, ili su se slili kako bi se moglo reći, u njegov najznačajniji ili krovni projekat od nacionalnog značaja — *Etnološke odlike Crne Gore*. Takođe, Odbor je bio inicijator i organizator više naučnih skupova i okruglih stolova iz oblasti etnologije: O Suli Radovu Raduloviću (1992); *Etnološke odlike Crne Gore — naučni problemi i metode obrade* (1995), Naučno djelo Jovana Vukmanovića i njegov značaj za etnologiju i muzeologiju Crne Gore (1996); *Etnologija Crne Gore — stanje, problemi i perspektive* (1997); O odnosu etnologije i drugih nauka (1997); *Etnologija u muzejskoj djelatnosti Crne Gore* (1997); *Tradicionalna narodna kultura u Crnoj Gori* (1998); *Muzeologija u Crnoj Gori* (2000); *Selo u Crnoj Gori* (2002); *Narodna nošnja — identitet vremena i prostora* (organizacija Odbora i Pomorskoog muzeja iz Kotora, 2004); *Etnologija grada u Crnoj Gori* (2009). Takođe, Odbor je bio uključen i u druge velike projekte Akademije, na primjer — *Crna Gora u XXI stoljeću — u eri kompetitivnosti*. Ovo su podaci iz većeg dijela dokumentacije Odbora za period od 1986. do 2004. godine (zapisnici sa sjednica Odbora, službena prepiska članova i predsjednika Odbora, akademika Petra Vlahovića, predlozi i inicijative o organizovanju naučnih rasprava i skupova itd. Odjeljenje društvenih nauka, CANU, Podgorica, decembar 2004. godine (Vujačić 2005: 45–55).

³ Kao i za sve ostale navedene discipline na Filozofskom fakultetu, program za *Etnologiju* sačinila je prof. dr Lidija Vujačić, predmetni profesor od akademske 2007/08. godine. Tako u tzv. ishodima učenja stoji da se u okviru predmeta *Etnologija* studenti osposobljavaju da: ovladaju kriterijumima sistematizacije društvenih grupa; primjenjuju osnovna znanja o različitim oblicima društvenosti (srodstvo, porodica, etnička zajednica, nacija, klasa, supkultura, kontrakultura); primjenjuju osnovna znanja o društvenim ustanovama, kao i o dinamici životnog ciklusa, ritualima, sociokulturnom kontekstu roda itd.; razlikuju osnovne etničke kategorije (etnos, gens, pleme, narod, nacija, nacionalna manjina, nacionalnost); tumači teorije o etnosu i naciji; analiziraju identitet u procesualnom kontekstu i razumiju kategoriju nadnacionalnog identiteta. Inače, ovu disciplinu je utemeljila prof. dr Dragana Radojičić još 1994. godine i prva je etnološka disciplina na Univerzitetu Crne Gore koja je zapravo utrla put i drugim, novim antropološkim disciplinama. Na Filozofskom fakultetu je sredinom devedesetih godina prošlog vijeka, takođe, ustanovljen predmet *Antropologija* na Studijskom programu za sociologiju, kao i na Studijskom programu za filozofiju. Potom je došlo do niza promjena odnosno povećanja broja antropoloških disciplina, naročito od 2007. godine.

*Uvod u sociokulturnu antropologiju*⁴, *Antropologija savremenosti i popularne kulture*⁵, *Antropologija potrošačkog društva*⁶, kao i nekoliko istih ili srodnih disciplina koje se, u formi izbornog predmeta, izvode i na nekim drugim studijskim programima). Takođe, postoje — na Fakultetu političkih nauka disciplina *Politička antropologija*, master studije iz istorije, istorije kulture i istorijske antropologije na Istorijskom institutu (ovdje su angažovani profesori po obrazovanju filozofi, politikolozi, istoričari itd.), kao i neke antropološke discipline na Univerzitetu Donja Gorica.

Etnografski muzej Crne Gore osnovan je 1951. godine i imao je Glasnik Etnografskog muzeja u periodu od 1961. do 1964. godine, da bi nešto kasnije počeo da izlazi Glasnik cetinjskih muzeja (pokrenut 1968. godine, ali je kratko trajao). Takođe, valja pomenuti i zavičajne muzeje sa svojim aktivnostima, u većoj ili manjoj mjeri, kao i nekadašnje *Društvo etnologa Crne Gore*, koje je, nažalost, bilo kratkog trajanja (od 1978. do 1985. godine), s tim što postoji želja, kao i inicijativa (upravo pokrenuta na Međunarodnom naučnom skupu *Etnologija i leksikoni — iskustva ideje*, održanom 8. novembra u Podgorici u organizaciji Crnogorske akademije nauka i umjetnosti) da se Društvo reaktivira. U tom cilju napravljena je baza podataka etnologa/antropologa u Crnoj Gori i dijaspori i taj broj se kreće između četrdeset i pedeset imena.

⁴ Gledano kroz već pomenute ishode učenja student će nakon što položi ispit iz *Uvoda u sociokulturnu antropologiju* biti u mogućnosti da: obrazloži antropološko proučavanje kulture i čovjeka kroz različite teorijske pristupe; analizira pojam ljudske prirode i odnos individue i društva; objasni osnovne odlike i funkcije kulture; analizira jezik kao sredstvo simboličke komunikacije i vrijednosni sistem; operacionalizuje pojmove etnocentrizam i kulturni relativizam; ukaže na izazove kulturnih procesa i primijeni znanja kroz nove antropološke diskurse.

⁵ Nakon što položi ispit iz *Antropologije savremenosti i popularne kulture*, student će biti u mogućnosti da: tumači teorijsko-metodološke okvire izučavanja savremenosti; analizira nove paradigme u antropologiji kroz sferu popularne kulture; analizira semiotičke otpore u sferi popularnog (potkulturne i kontrakulturne grupe); objasni koncept vremena i prostora u informacionom društvu; prepoznaje antropološki pristup globalizaciji, odnos lokalnog i globalnog; analizira popularnu kulturu kao folklor postindustrijskog društva; analizira koncept potrošnje i zadovoljstva u popularnoj kulturi.

⁶ Nakon što položi ispit iz *Antropologije potrošačkog društva* student će biti u mogućnosti da: prepozna i analizira aktuelnu kulturu potreba; analizira koncept potrošnje i zadovoljstva u (post)modernoj kulturi; analizira nove paradigme u antropologiji kroz sferu medijske kulture i potrošnje; analizira semiotičke otpore u sferi popularnog (potkulturne i kontrakulturne grupe); objasni koncept vremena, prostora i novca u informacionom društvu; istakne efekte medijske kulture kroz specifične žanrovske sadržaje (reklame); analizira uticaj medija na konstrukciju postmodernog identiteta.

NOVA VS. STARA ETNOGRAFIJA

O počecima etnologije/antropologije uopšteno, a posebno u Crnoj Gori, možemo govoriti kroz dva analitička okvira. Prvi bi bio kroz doprinos autora, istraživača ili samo entuzijasta zainteresovanih za kulturološke, istorijske i slične teme u prošlosti i sadašnjosti, čiji doprinos nije lako kvalifikovati, s obzirom na to da su teme koje nesporno pripadaju, makar u širem smislu, etnologiji/antropologiji, često postavljane metodološki i problem-ski na drugačiji način od onog na koji to čini savremena etnoantropološka nauka. Zapravo, bile su najbliže tzv. klasičnoj etnografiji. Nasuprot tome, drugi analitički okvir tiče se savremenog etnografskog rada, tj. terena koji je prevazišao „samo” realni prostor i teme iz materijalne kulture, tradicije, tzv. egzotičnih kultura i sl., i postao dio opšteg društvenog djelokruga, time i urbanog i, naročito, virtuelnog prostora (a što će ujedno biti glavna podtema u nastavku rada i svojevrstan poziv domaćim etnologima/antropologima da se više uključe u istraživanje aktuelnih sociokulturnih fenomena kroz novi koncept etnografskog terena).

Takođe, savremeni etnografski rad daleko je nadišao i jednostavno dokumentovanje društvene stvarnosti i istorije, kao što su i interdisciplinarne teme, ali i metodologija rada, pa je recimo i konačan proizvod, tj. rezultat rada, moguće predstaviti u različitim „žanrovima” pisanja, koji imaju drugačije konvencije, obrasce pisanja od uobičajenih etnoloških studija, naučnih i stručnih radova, priloga itd. To su, između ostalog, autoetnografija, vizuelizacija, realna i umjetnička, ali i „fikcija, poezija, naracija i literarna karakterizacija postaju ravnopravnim dijelom istraživačkog stila, analize i prezentacije” (Relja, 2010: 326). Nove istraživačke perspektive, metode i teorijska tumačenja naslanjaju se na savremene metateorije, izrasle iz brojnih diskursa — postmodernističkih, poststrukturalističkih, postkolonijalističkih, postfeminističkih itd. Dakle, savremenu etnografiju odlikuje svojevr-sna eklektičnost — na tematskom i metodološkom nivou, ali i zbog činjenice da ona ima i svoj život i mimo nauke, budući da se prepliće sa svim vrstama umjetnosti, što utvrđuje njenu relevantnost u najširem društvenom kontekstu (Behar 1999).

Takođe, savremena (sociokulturna) antropologija je u svoje interdisciplinarno istraživačko polje uvela nove teorijsko-metodološke pristupe i „primjenljive” teme, poput medijalizacije društva i njihove „kolonizacije”, naročito tzv. slobodnog vremena (Burdije 2000), globalizacije kulture kao i svih drugih društvenih sfera, fenomena konzumerizma i nove etike (ponajviše „samo” užitka i zabave), pitanja stabilnosti odnosno fluidnosti identiteta (bilo da je riječ o rodnom, nacionalnom, supkulturnom ili nekom drugom

identitetu), relativizacije vremena i prostora zahvaljujući novim tehnologijama, izmijenjenog koncepta vremena odnosno sadržaja svakodnevnog života, kao redefinisanih kategorija rada i slobodnog vremena, ali se nažalost stiče utisak, kako je već naglašeno, da se ove teme nedovoljno obrađuju kod nas od strane etnologa/antropologa, tj. nekako su više „prepuštene” drugim srodnim naukama, iako su zapravo „El Dorado” za etnologiju/antropologiju svuda, pa i u Crnoj Gori.

Takođe, stara i nova etnografija mogu se „ukrstiti” kroz tumačenje tzv. drugoga, drugačijega. Tako je „doskorašnja” etnografija tražila inspiraciju i materijal skoro isključivo u egzotici i tradiciji (na relaciji prošlo — sadašnje, tradicionalno — moderno, nestajuće, tj. u promjeni itd.), dok je u savremenoj etnografiji *drugost* smještena u teren „običnog”, tj. spojena je dnevna inercija sa promjenama (Augé 1998, 2005a, 2006b), a distanca između *drugosti* i *drugog* postavljena ne samo kroz proučavanje, stvarnih ili simboličkih, razlika već i kroz različite kontekste (zajedničke) društvene dinamike, javne i privatne komunikacije, radnog i neradnog dijela svakodnevice, građanskih prava i sloboda svih koji dijele u konačnom istu kulturu, isti civilizacijski trenutak ili epohu. Dakle, to su supkulturne grupe, nacionalne, etničke, seksualne ili neke druge manjine itd. (ovdje je naglašen istraživački interes za građanska prava i slobode, odnosno bliskost/udaljenost antropološke svakodnevice). Cjelokupna nova etnografija zasniva se na mnogo složenijim etičkim standardima (zađimo, recimo, u medijsku sferu, posebno interneta kao nove javne sfere i tu vrstu etnografije itd.).

NOVI DISKURSI I PRIMJENA ANTROPOLOŠKIH ZNANJA

Sociokulturna antropologija sve više analizira složenu dinamiku (post) modernog društva i pojedinca. Ona, prije svega tumačeći formule i simbole kako popularne, medijske, urbane tako i konzumerističke ili nekih drugih aktuelnih supkultura, nastoji da ih poveže sa potrebama, vrijednostima i oblicima ponašanja koji postoje u savremenom društvu. Nove antropološke perspektive, primjerene vremenu u kojem živimo, doprinose znatno boljem razumijevanju naše tehnološki, posebno medijski, determinisane svakodnevice. Tako, pored tzv. klasičnih tema, antropološki fokus može i te kako biti na sljedećim oblastima: medijima i kulturi koju proizvode u *cyber* prostoru kao novoj javnoj sferi, odnosno hiperrealnosti koja se kreira u medijima i koja iz osnove mijenja realni život i odnose u njemu. Stvara se, zapravo, nova vrsta čulnosti gdje tehnologija postaje produžetak našeg uma, naše povezanosti sa drugima, kao što na nov način ulazi u osnove kulture prostora i vremena (Koković 2007). Mediji tako svojom sveprisutnošću socijalizuju ličnost, tj. usađuju poželjni sistem vrijednosti, vrstu znanja i

interesovanja, posebno načina izgledanja i uopšte ukusa koji je istovremeno proizvod i individualnih i društvenih iskustava i procjena (Gronow 2000). Upravo hiperrealnost koja se u medijima kreira, stvara i virtuelno prijateljstvo, ljubav — o čemu je sjajno, između ostalih, pisao Z. Bauman (u *Fluidnom životu* i *Fluidnoj ljubavi*, 2009a, 2009b), akcentujući upravo nestalnost i neizvjesnost savremenog društva, kroz društvene odnose, kao jedinu „konstantu” savremene kulture. Isto kao što je nepregledna ponuda informacija, vrsta interakcija i uopšte zabave ostvarila nove (virtuelne) prostore za kreiranje inoviranih, paralelnih i umnoženih identiteta, s obzirom na to da su se donedavne referentne tačke oko kojih se gradio svaki identitet transformisale, pa se savremeni pojedinac najviše „definiše” preko aktivnosti u slobodnom vremenu, prije svega posredstvom medijskih sadržaja i potrošačke prakse u okviru kojih se upisuju nova značenja. Tako D. Kelner zaključuje da i moderni i naročito postmoderni identitet, po pravilu, sadrže veliki stepen refleksivnosti, budući da se konstruišu na osnovu slobodno odabranih kriterijuma, ali ipak limitarnih, tj. poznatih u okviru aktuelne ponude (vrsta identiteta). Postmoderni identitet je ne samo pluralan već i fluidan i stalno u procesu (re)konstrukcije u skladu sa vladajućim kulturnim obrascima (Dragičević-Šešić 1994). Ispada da ponajviše medijski sadržaji kreiraju i identitet i „stvarni” život, a ne obrnuto, tj. cijeli život kroz favorizovanje pojavnog na račun suštinskog postaje medijska „akumulacija prizora” (Gi Debor 1967). Uz to činjenica je i da je medijska, kao i svaka druga, publika projektovana da troši, kako proizvode tako i prizore, simbole, ideje (Lipovetsky 2008). To su još kroz pojam kulturne industrije davno definisali Adorno i Horkhajmer da bi kritiku usmjerili na nižerazredni kvalitet takve popularne odnosno masovne medijske kulture i u cilju održavanja postojećeg ideološkog poretka (Adorno, Horkhaimer prema Đorđević 2012). Isto tako je pomenuta nova vrsta publike medijski prezasićena i u stalnoj je potrazi za nekom „svježijom” autentičnošću, koju je sve teže naći, tj. osmisliti i razumjeti (Kin 1995). Antropologija medija, stoga, razmatra pomenute i brojne druge fenomene nastale u novim civilizacijskim uslovima da se usljed anonimnosti i dislociranosti bude bilo ko, po izboru, po želji, jer je u postmodernom društvu sve zamišljeno, sve dozvoljeno i sve podložno (poželjno) promjeni. No, ono što je nesporno i krajnje pozitivno jeste da masovni mediji, kao dio globalnog informacionog sistema, povezuju izuzetno lako ljude i prostore, „ubijaju” geografiju, kreiraju novu kulturu komuniciranja i što je posebno važno ruše monopole nad znanjem, tj. informacije čine svima dostupnim i pojedinca, opet u datim ekonomsko-ideološkim, limitirajućim uslovima, čine slobodnim, zavisno od aktivne/pasivne uloge u medijskoj komunikaciji u kojoj se nalazi. Isto tako se odnosi uticaja ili društvene,

ekonomske, ideoloske (nad)moći, između individua i grupa, lokalnih i globalnih, stalno mijenjaju (Brigs, Berk 2006).

Takođe, pored medijske sfere potencijalni istraživački teren za savremene antropologe nalazi se svuda, kako u ruralnom tako i u urbanom okruženju, na isti način kao što i antropolozi istražuju realni i(li) virtuelni svijet, odnosno gdje god se neki sadržaji interaktivno razmjenjuju i stvaraju kulturno značenje. Sve je mogući teren za antropologiju svakodnevice i to u okviru, kako bi rekao Moran, „svakodnevnosti” (2011). Mediji, supkulturne grupe, političke i ideološke strukture, tržni centri, restorani i kafei i, nadalje, ljudske interakcije u svim tim grupama i prostorima jesu polje nove, tj. osavremenjene etnografije. Kao što je fenomen konzumerizma takođe nezaobilazna tema u savremenoj antropologiji zbog neraskidive veze sa medijskom kulturom i kulturom svakodnevice. Konzumerizam je neka vrsta nove „ideologije” iako nije riječ o strogom sistemu ideološkog pritiska, već više o zadovoljstvima koja nude mediji i potrošačka kultura i čiji je rezultat uklapanje u aktuelni kapitalistički sistem (Kelner 2004). Ili kao što Warde naglašava da svijet izgleda tako kao da se ljudi u njemu definišu najviše kroz poruke koje šalju drugima putem proizvoda koje posjeduju (1994). Slično njemu Pakard naziva savremenog pojedinca „lovcem” na društveni status preko posjedovanih predmeta i potrošačkih navika (1994).

Nesporno je da je standardizacija proizvoda kroz masovnu proizvodnju, kako bi bila dostupna ekonomski i po značenju razumljiva velikom broju ljudi/potrošača (ili kako Dž. Fisk zaključuje da prepoznatljivi znak obavlja funkciju vladajuće ideologije (2001)), unijela pozitivnu novinu u društvo time što je popravila standard, gledano sa aspekta kvaliteta svakodnevnog života. Uz to je demokratizovala socijalni ambijent, dok je, s druge strane, učinila (pre)veliki kompromis na uštrb kvaliteta, tj. izgradila je kulturu osrednjosti. Dakle, masovna proizvodnja omogućila je i socijalnu prohodnost, bez obzira na porijeklo, socijalnu pripadnost itd., kao što su i sve kasnije odluke za odabir određenih proizvoda i životnih stilova postale više individualan čin i posljedica, makar formalno, slobodnog izbora, pojedinca ušuškanog u carstvu predmeta, gdje je postalo važnije imati nego biti (From 1980). U „turbokapitalizmu”, kako ga naziva Lipovetsky (2008), kupovina postaje sama sebi svrha, čak i medijalno i skoro jednako društveno važna kao i samo posjedovanje (Sulima 2005). A pritom se čini da je ponuda enormna i da je *homo consumens* na svakom koraku u iskušenju da troši što više novca kako bi prikupio što više (materijalnih) iskustava (Onore 2002).

Stoga, „osvježeni” antropološki diskursi i istraživanja naše, kao i uopšte kulture, dakle bilo na lokalnom ili na globalnom nivou, sadržajno i simbolički isprepletanih, nude novi kvalitet razumijevanja epohe u kojoj živimo, što

ne samo stručnoj već i laičkoj javnosti omogućava širu antropološku pismenost. To drugim riječima znači sticanje kulturoloških perspektiva i znanja, kao i njihovu metodološku primjenu prilikom sagledavanja svakodnevnih problema zasnovanih na činjenicama, iskustvima, specifičnostima kulturnih grupa odnosno sličnostima ili razlikama.

Baveći se „fluidnim” svijetom u kome živimo etnoantropološko znanje može, između ostalog, da doprinese boljem razumijevanju društvene strukture i individualnih problema: da ojača znanja o uticaju nove tehnologije na život savremenog čovjeka, da analizira novu kulturu potreba i koncept potrošnje, da analiza medije i tzv. kulturu spektakla, da doprinese boljem razumijevanju izmijenjenog koncepta rada i slobodnog vremena, koncepta uspjeha, sreće i zadovoljstva itd. Takođe, kada su interakcijski odnosi u pitanju, antropološko znanje može da doprinese boljem razumijevanju procesa globalizacije i migracija, odnosno pojmova — interkulturalizam, multikulturalizam i transkulturalizam, objašnjenju i ukidanju/relativizaciji distance među tzv. različitim, poštovanju i uvažavanju razlika na različitim nivoima u kontekstima društvene dinamike itd. Ovako problemski „inovirana” etnoantropološka nauka bi, pored obrade artefakata, mogla više da se bavi otkrivanjem i objašnjenjem konceptualnih struktura i simboličkim predstavljanjem stvarnosti, tj. nešto manje pojavom kao takvom samom po sebi (u deskriptivnom, pa i sintetičkom smislu), a više njenom strukturalnom i funkcionalnom „logikom”, koja je ujedno svakako prepoznata u praksi i čije bi fenomenološko, holističko objašnjenje doprinijelo i boljem razumijevanju sopstvene, ali i svekolike socijalne dinamike.

LITERATURA

- [1] Augé, Marc. *A Sence of the Other: The Timeliness and Relevance of Anthropology*. Stanford University Press. CA, 1998.
- [2] Bauman, Zigmund. *Fluidni život*. Mediterran Publishing. Beograd, 2009a.
- [3] Bauman, Zigmund. *Fluidna ljubav*. Mediterran Publishing. Beograd, 2009b.
- [4] Behar, Ruth. *Ethnography. Cherishing Our Second — Fiddle Genre*. Journal of Contemporary Ethnography. Oct 99, Vol, 28, Issue 5. US, 1999, p472, 13p.
- [5] Brigs, Asa, Berk, Piter. *Društvena istorija medija*. Clio. Beograd, 2006.
- [6] Burdije, Pjer. *Narcisovo ogledalo*. Clio. Beograd, 2000.
- [7] Debora, Gi. *Društvo spektakla*. Anarhija/Blok 45. Beograd, 1967/2003.
- [8] Dragičević-Šešić, Milena. *Neofolk kultura*. Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanović. Sremski Karlovci — Novi Sad, 1994.
- [9] Đorđević, Jelena (ur.). *Zbornik Studije kulture*. Službeni glasnik. Beograd, 2012.
- [10] Fisk, Džon. *Popularna kultura*. Clio. Beograd, 2001.
- [11] From, Erih. *Imati ili biti*. Naprijed. Zagreb, 1980.

- [12] Gronow, Jukka. *Sociologija ukusa*. Naklada Jesenski i Turk. Zagreb, 2000.
- [13] Kelner, Daglas. *Medijska kultura — Studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma*. Clío. Beograd, 2004.
- [14] Kin, Džo. *Mediji i demokratija*. Filip Višnjić. Beograd, 1995.
- [15] Koković, Dragan. *Društvo i medijski izazovi — Uvod u sociologiju masovnih komunikacija*. Filozofski fakultet, Novinarska biblioteka. Novi Sad, 2007.
- [16] Lipovetsky, Gilles. *Paradoksalna sreća*. Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića. Sremski Karlovci, 2008.
- [17] Moran, Džo. *Čitanje svakodnevce*. Biblioteka XX vek. Beograd, 2011.
- [18] Onore, Karl. *Pohvala sporosti*. Algoritam. Beograd, 2005.
- [19] Ože, Mark. *Prilog antropologiji savremenih svetova*. Biblioteka XX vek. Beograd, 2005a.
- [20] Ože, Mark. *Nemesta — Uvod u antropologiju nadmodernosti*. Biblioteka XX vek. Beograd, 2005b.
- [21] Pakard, Vans. *Skriveni ubeđivači — psihologija reklame*. Dosije. Beograd, 1994.
- [22] Relja, Renata. *Etika unutar suvremenih etnografskih istraživanja*. Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti, 13(17). Beograd, 2010, str. 325–339.
- [23] Sulima, Roh. *Antropologija svakodnevce*. Biblioteka XX vek. Beograd, 2005.
- [24] Vujačić, Lidija. *Etnologija i antropologija u Crnoj Gori — institucionalni i profesionalni okviri*. Zbornik Etnologija i antropologija: stanje i perspektive, Etnografski institut SANU, br. 21, Beograd, 2005, str. 45–55.
- [25] Warde, Alan. *Consumption, Identity — Formation and Uncertainty*. *Sociology* 28, 4: 877–98. 1994.

Lidija VUJAČIĆ

ETHNOLOGY AND/OR ANTHROPOLOGY IN MONTENEGRO Some Conceptual Views on Constraints and Opportunities

Summary

Although the social 'status' of a scientific field can hardly be measured, it is also reflected in the activities and results of work at both the collective infrastructure level and the individual level, which are more or less in terms of contributions, synchronized or discrepancy. In this sense, the social environment, that is, concrete space and time with its institutional network, level of knowledge and degree of cooperation between domestic and international institutions, can act potentiary or discouraging, depending on the scope, and for individual creative energy.

The fact is that ethnology/anthropology in Montenegro, as well as some other social and human sciences, does not have a long tradition, especially in academic terms. Therefore, its position and effects of work in scientific-research and teaching-scientific contexts, as well as in the museum activity will give us important answers as to the state and perspectives, as well as how the most general science of man can be promoted and "popularized" the most general science of man, culture, and finally of society in the spatial and temporal dimension. Especially since ethnology/anthropology has a specific

position among other social and human sciences due to its interdisciplinary and multidisciplinary approach to phenomena. Namely, the process of popularization of this science must take place on the basis of preserving its complexity, greater visibility in society and the authority of scientists. In particular, in contemporary ethno-anthropological science, new discourses have opened up its "more applicable" perspectives in order to better understand everyday life, as well as current civilization processes, thus creating space for new academic disciplines and types of research.

Key words: new vs. old ethnography, institutional network, popularization of anthropology, new research perspectives