

6. KULTURA ŽIVLJENJA – SAVREMENA KULTURA

*Isidora Damjanović**

Sažetak: Da bi pojedinac mogao da zadovolji svoju potrebu za kulturnim sadržajima, društvo, odnosno država je kroz svoje institucije dužna da mu pruži ne samo sadržaje već i podsticaj za lično učešće u kreiranju i osmišljavanju kulturnog života. Iz tih razloga pozivamo se na sistem kulture koji predstavlja sve nivoje kulturnog identiteta od institucionalnog do kulture svakodnevnog života, od mejnstrima do supkulture, sa posebnim mapiranjem i monitoringom urbanog i ruralnog razvoja kulturoloških pokazatelja. Uticaj medija na kulturu današnjeg pojedinca je neizbježan. Internet je uzeo učešće u edukativnom procesu, ali je, istovremeno, udaljio društvo u realnom kontaktu, dajući mu mogućnost da virtuelno komunicira i ostvaruje novu vrstu bliskosti. Takođe, zabrinjava porast medijskog nasilja kojoj je izložen svaki recipijent i koje zahvata i mlađu populaciju, a reflektuje se kao sve agresivnije ponašanje u realnom životu, što je zapravo identifikacija sa medijskim ličnostima i činovima kojima tvore svijet popularne kulture.

Posebna pažnja mora se usmjeriti na kulturu, kako gradskog tako i ruralnog, sasvim zapostavljenog područja u kulturnoj zbilji i tranzicionom procesu Crne Gore, jer svjetski trendovi ukazuju na povratak prirodi kao novi egzistencijalni pravac. Zato je demetropolizacija kulture uz modernu infrastrukturu šansa više za ostvarenje kulturne prepoznatljivosti Crne Gore. Ako ovom dodamo ekološki i sportski potencijal naše sjeverne regije, onda se u paketu sa turizmom dobija veoma složen i kvalitetan društveni proizvod, koji sa novim pristupom kulturi ali i prirodnim resursima, podiže kvalitet života unutar jedne društvene zajednice.

Ključne riječi: *sistem kulture, kulturna industrija, medijska kultura, edukacija*

Abstract: In order to satisfy an individual's needs for cultural contents, the society, i. e. the state, by means of its institutions is to offer him not only contents but also stimuli for personal participation in the creation of the cultural life of the milieu. For this reason we are calling on the system of culture that represents all levels of cultural identity – from the institutional to the culture of everyday life, from mainstream to sub-culture with special positioning and monitoring of the urban and rural development of cultural indexes. The influence of the media on the culture of the contemporary individual should not be neglected. The Internet has taken part in the educational process but it has also distanced people in real contacts – it offers them a possibility to communicate virtually and accomplish a new

* Mr Isidora Damjanović, Centar savremene umjetnosti Crne Gore, Podgorica

kind of closeness. On the other hand, we are worried because each recipient is exposed to an increase in media violence; the younger population is also under this influence which is reflected in real life by very aggressive behaviour –in fact, this is a kind of identification with media personalities and actions which create the world of popular culture.

Special attention should be directed to culture in the urban as well as in the rural region; the latter was completely neglected in the cultural reality during the transition process in Montenegro. The rural region possesses infinite potentials for reviving the cultural industry which could also bring along, besides its cultural values, concrete economic benefits to the population. That is why the de-metropolitization of culture and modern infrastructure are a chance for accomplishing the cultural recognition of Montenegro. If we include here the ecological and sports potentials of our northern region then, in combination with tourism, we get a very complex and high-quality social product which, alongside a new approach to culture and natural resources, raises the life quality in a social community.

Key words: *system of culture, cultural industry, media culture, education*

6. 1. UVOD

Osnovni predmet osporavanja ranih studija kulture, početkom XX vijeka, bili su koncepti elitističke i masovne kulture. Istaknuti britanski teoretičari tog vremena Richard Hogart, Rejmond Vilijams i Edvard Tompson smatraju se nosiocima „kulturalističke” kritike, čija je intencija dijalog s livisizmom i ekonomskim determinizmom klasičnog marksizma. Po pisanju Jelene Đorđević, kulturalizam insistira na kulturi kao području u kome se spajaju različite niti društvenog života: vjerovanje, običaji, svakodneveni život, ideje, što u stvari upućuje na „ljudsko angažovanje” i aktivnu proizvodnju kulture, ali i njenu zavisnost od ekonomske i socijalne strukture.

Ovaj teorijski pravac ustanovio je da kultura nije homogena tvorevina i pod geslom „Kultura je obična” razvilo se gledište po kome „obični” ljudi podjednako učestvuju u stvaranju kulture kao i elite, na osnovu kojeg je i nastao koncept kulture kao „cjelokupnog načina života”. To će reći da u različitim društvenim praksama, različite društvene grupe stvaraju vlastiti svijet. Rejmond Vilijams je ponudio troslojni koncept kulture:

- prvi, koji se odnosi na idealne aspekte svake kulture kao oblasti ukorijenjene u univerzalnim vrijednostima i ta je činjenica za prosvjetitelje bila fundamentalna;
- drugi, koji je obuhvatio djela kulture i umjetnosti, dakle, djela koja su podložna analiziranju i proučavanju;
- treći nivo se tiče sveukupnih odnosa, vrijednosti, običaja, načina proizvodnje, porodičnih odnosa, institucija. Treći nivo je upućen na „elemente opšte organizacije” društva, odnosno aspekte kulture življenja.

Težište Vilijamsove teorije na spoznaji da je kultura promjenjiva predstavlja spoj novog i starog, zavisi od tradicije i kreacije novih odnosa i vijednosti. Njegovo je mišljenje da kultura treba da se razumije kroz predstave i praksu svakodnevnog života, ali i u kontekstu materijalnih uslova njihovog stvaranja, što on naziva „kulturnim materijalizmom”.

Nasuprot Vilijamsovom, ali i Hogartovom, depolitizovanom pristupu kulturi, rad najznačajnijeg teoretičara i istraživača Birmingenskog centra Edvarda Tompsona počiva na klasnom kulturnom konfliktu koji leži u samoj srži svakog klasnog društva. Ovo učenje pokazalo se kao veoma bitno i za teorijske opservacije Stjarta Hola i Džona Fiska, koji su u drugoj polovini XX vijeka postali sinonimi za britanske studije kulture.



Slika 6. 1. Kultura

6. 2. SISTEM KULTURE

Polazište ove eksplikacije opredjeljuje Vilijamsova teorija kulture u želji da savremenu kulturu pozicioniramo ne samo kao onu koja se nudi od strane etabliranih institucija već i onu koja nastaje kao ideja i kreacija u pojedincu, reflektuje se na njegovu svakidašnjicu, emocije, stavove, vrijednosni sistem. Ako bismo pokušali da ustanovimo generalne odrednice za analitičko posmatranje današnje kulture, onda bi se one kretale od pojedinca ka društvu, od individue ka instituciji, od privatnog ka javnom, od sela ka gradu, od lokalnog ka globalnom.

Kulturni identitet društva zavisi prije svega od ekonomske moći, tradicionalnog nasljeđa, pravne uređenosti, institucionalne infrastrukture, geostrateškog položaja, političkih prilika, demokratski društva, strateškog planiranja i sprovođenja odluka, projektne disperzije i finansijskih benefita. Kakvo god da je društveno-političko uređenje, država je ta koja mora da osmisli, sprovede i valorizuje *sistem kulture*.



Slika 6. 2. Različitost i kreacija

Sistem kulture predstavlja sve nivoe kulturnog identiteta od institucionalnog do kulture svakodnevnog života, od mejnstrima do supkulture, sa posebnim mapiranjem i monitoringom urbanog i ruralnog razvoja kulturoloških pokazatelja.

Na primjeru Crne Gore mogli bismo reći da ne postoji jasno definisan sistem kulture ali da su glavna dešavanja u kulturi ipak situirana u državnim institucijama, kojima je nadležno Ministarstvo kulture. Nažalost ovaj državni organ ni do danas nije promovisao strateška akta kojima bi se utvrdili neki osnovni postulati i mehanizmi na kojima počiva kulturni sistem, a prevashodno kao njegov temelj u kulturi savremenog života. Da bi se sproveli društveno prihvaćeni ciljevi u kulturi, neophodna je kulturna politika, koja djeluje kroz teorijske postavke, precizno definisanje ciljeva, markiranje punktova rekonstrukcije i reorganizacije kulturnih dešavanja, kao i kroz metode istraživanja i definisanja, a potom i krajnje instance njihove primjene i efikasnosti.

6. 3. KULTURA POJEDINCA

Kultura pojedinca odnosi se prevashodno na svakodnevni život pojedinca i porodice kao primarne društvene institucije i na njihovu svijest o bogaćenju sopstvene ličnosti, kroz različite oblike kulturne potrošnje. Svakodnevni život konstituisan je u činionicima koji se kao mjerne jedinice mogu pripisati različitim društvenim grupacijama i odnosima unutar njih:

- interni i eksterni porodični odnosi i kultura unutar krvno vezane hijerarhije;
- društveno i porodično naslijeđena kulturna praksa;
- tradicija i običaji;
- uticaj konfesionalnih normi na građansko društvo;
- tehnološki nivoi egzistencije;
- navika potrošnje kulturnih dobara;
- potreba da se sopstveni prihodi ulažu u kulturna dobra;
- shvatanje opštih kulturnih dobara kao ličnog dobra;
- osjećanje lične obaveze u očuvanju i prezentaciji nacionalne kulturne baštine;



Slika 6. 3. Kultura kao igra

- ekološka svijest na nivou privatnog i društvenog posjeda;

- potreba da se kroz edukativne akcije unaprijedi saradnja između pojedinca, građana i lokalne samouprave;

- obaveza da se u kulturnu produkciju uključe osobe sa posebnim potrebama – medijska prezentacija i interaktivno djelovanje pozitivnih primjera;

- pokretanje akcija u kulturi u svrhe preventive različitih društvenih devijacija, kao što su; kriminalno ponašanje, nasilje u porodici, fašizam, alkoholizam i narcomanija;
- senzibilitet za nacionalne i rasne manjine;
- senzibilitet za seksualne manjine;
- kulturni projekti namijenjeni samohranim roditeljima;
- sintetizovanje kulturnih, sportskih i turističkih događaja;
- organizovanje različitih oblika filantropije kroz kulturna dešavanja.

6. 4. EKONOMIJA INDIVIDUALNOG VREMENA

Istraživanje kulture na individualnom novou zapravo je analiza dnevne ekonomije vremena jednog subjekta, bilo da je riječ o urbanom ili ruralnom području. Potrošnja vremena uslovljena je:

- navikama i obavezama;
- slobodnim aktivnostima;
- društvenom komunikacijom;
- sistemom vrijednosti;
- društvenim idealom i pretpostavljenim standardom.

Tranzicioni procesi u Crnoj Gori izazvali su poremećaj lančanih razmjera počevši od organizovanja same egzistencije koja je usljed ekonomske inferiornosti društva postala krajnje frustrirajuća, ali i destruktivno simplifikovana, što je direktno umanjilo prisustvo kulturnih potreba u životu jedinke. Sistem vrijednosti je najbrutalnije pogodio prosvjetiteljstvo, suprotstavljajući mu materijalnu vrijednost stečenu bez utemeljenja u znanju kao pozitivnoj društvenoj kategoriji. One društvene jedinke koje su se bez institucionalno stečenog znanja i društvenog statusa preko noći postavile za sinonim uspjeha, bogatstva, sreće i što je najbitnije društvenog autoriteta, nametnule su se i kao kvazielitni uzori budućem naraštaju. Dakle, svaka diskusija o savremenoj kulturi našeg ambijenta počiva na sistemu vrijednosti koji je neophodno vratiti na putanju pozitivnih građanskih normi.

Da bismo postavili bilo kakvu perspektivu budućeg razvoja savremene kulture, neminovno je aktivirati instrumente koji detektuju prepreke za ostvarenje pomenuutih ciljeva, uklanjaju ih, a zatim postavljaju zdrave osnove za novu kulturnu praksu. Bitno je imati u vidu i aktuelni trenutak u kojem su nove tehnologije, a kroz njih i mediji preuzeli primat u kreiranju vremena današnjeg pojedinca. I to je stavka koja se ne može ignorisati.

Na strukturu medija i programsku orijentaciju iluzorno je uticati cenzurom i ultimativnim ukazima, naročito kad znamo da mediji u privatnom vlasništvu imaju nesputane slobode u kreiranju programa, koji je u biti vizija interesne grupe, bilo da je ona osnivač, uređivač programa ili finansijer. Najveći dio slobodnog vremena današnji čovjek provodi ispred televizora, čak i kad njegovo interesovanje nije vođeno nekim konkretnim sadržajem. Kroz obrazovne i naučnoistraživačke programe televizija je preuzela ulogu klasičnog edukativnog procesa determinisanog knjigom i učionicom. Istraživanja prof. dr Mirka Miletića pokazala su da je internet



Slika 6. 4. Mediji

preuzeo primat u medijskom obrazovanju i da samo ovaj medij omogućava konfiguraciju potpuno novog vaspitno-obrazovnog sistema u formi multimedijalne „učionice”. Brišući razmjeru između radnog i privatnog vremena, internet je po mišljenju Miletića sintetizovao društvene i individualne prohtjeve i očekivanja. No, isto tako mediji su i opasni proizvođači treša, odnosno sadržaja, koji po tvrdnji teoretičara

Frankfurtske škole i novije francuske teorije medija, zaglupljuju i pasiviziraju ljude.

Ono što zabrinjava kada govorimo o kulturi komunikacije jeste sve učestalije prisutvo medijskog nasilja i brutalnosti prema kojoj je današnji pojedinac ili sasvim ravnodušan ili oduševljen i preuzima ga za vlastite kodove ponašanja u društvu. Seksualno nasilje je takođe dobilo konotacije skandalozne zabave, proizvoda koji se može unovčiti i starosna granica koja je izložena ovoj vrsti medijskog sadržaja drastično je opala sa punoljetnih osoba na mlađe tinejdžere. Uslovi tržišne konkurencije diktiraju da pornografija i nasilje imaju sve agresivniji upliv u medijske sadržaje, bez obzira na to koliko to bilo štetno i za kulturu recipijenta i za opštu medijski kulturu. Objašnjenje za ovakvo agresivnu medijatizaciju kulture privatnog života, donekle je dao teoretičar medija Zoran Jevtović, po čijem mišljenju se lingvističke i kulturne barijere premošćavaju čestim scenama erotike i krvi, pri čemu globalni kapital dobija funkciju redukovanja ljudskih ideja, motiva i želja, a vješto usmjeren medijskim kanalima postaje teško uočljivo sredstvo upravljanja.

Televizija Crne Gore kao javni servis svih građana ima kapacitet za afirmaciju onih sadržaja koji podstiču altruizam, humanost, kreativnost i kulturološku svijest stanovništva. To je moguće realizovati organizovanjem javnih debata o akcijama u kulturi nekog grada, kroz podršku projektima grupe nezavisnih stvaralaca, zatim projektu samoorganizovanja stanovništva u nekoj kulturnoj akciji, afirmaciji pojedinaca koji daju svoj doprinos društvu kroz mecenarstvo i kitorstvo. Relevantan kritički iskaz o nekom projektu ili događaju u kulturi neophodan je radi formiranja kriterijuma i statusa samog umjetničkog djela. Već duži period zvanična kritika, ma kakva da je, nailazi na ravnodušnost i nikog ne obavezuje na razmišljanje o statusu umjetničkog djela u kulturi na koju je upućeno. Ta indiferentnost prema stvaralaštvu rezultira i padom autoriteta kulturnih sadržaja, institucija i naročito stvaralaca kao kreativnih resursa našeg društva. Ako prihvatimo činjenicu da savremeno društvo ne živi od ideja, već od njihove učinkovitosti, onda se moramo i pomiriti sa

zbiplom da je svaki napor ka humanijem poretku stvari opterećen velikim izazovom i potencijalnim neuspjehom. Današnji čovjek živi brzo i svoje potrebe usmjerava ka komformizmu, ali pred tom činjenicom ne treba prepustiti da se kulturni identitet jednog društva formira po inerciji i stihijski.

Kada govorimo o kulturi neposredne komunikacije u Crnoj Gori, primjećujemo da je komunikacija uživo prisutnija u manjim i ruralnim sredinama, dok se u urbanim područjima ona intenzivnije širi na mobilnu telefoniju, SMS i MMS poruke, čatovanje, Facebook... što je čini pragmatičnijom i manje prisnom.

Slobodno vrijeme se i u ruralnim i u urbanim područjima provodi na mjestima za zabavu, s tim što je razlika u društvenom statusu pojedinca i okruženju u kojem ostvaruje svoju egzistenciju, bitan činilac konfiguracije društvenih odnosa. Ruralna područja su otvorenija za društveni kontakt, a više zatvorena za kulturnu nadogradnju. Primat u potrošnji slobodnog vremena imaju kafići i slična mjesta za sastajanje i provod, a potom, kupovina iliti „šoping” koji je dobio razmjere „događaja” i povoda za komunikaciju. Bizarni potrošački objekti sve su češće tema i povod komunikacije, dok „šoping molovi” i megamarketi preuzimaju funkcije gradskih trgova, mjesta na kojima se ljudi sretaju i druže, što je slikovit primjer potapanja individualne u masovne prohtjeve i zadovoljstva, tamo gdje građansku kulturu konstituše subverzivni hedonizam kao stalna akcija protiv dosade. Potreba za slobodom pretvara se u besciljnu pomamu za zabavom i udobnošću, i to je najdominantnija karakteristika potrošačkog društva. U posljednjih nekoliko godina porast u potrošnji slobodnog vremena kod mlađe muške populacije preuzela je sportska kladionica, dok je ženska populacija značajan dio svog slobodnog vremena preusmjerila na toaletu i sređivanje, kao intezivno zanimanje za estetizovano tijelo, kao instrument i objekat hipersistema ali i mjesto na kom se realizuju lične fantazije i identifikacija s estetskim uzorima iz svijeta javnih ličnosti i estrade.

Stiče se utisak da je današnji način percipiranja i usvajanja svakodnevnice kulture našeg društva prilično uprošćen i suviše rutinski u odnosu na tehnološko doba u kojem živimo. I kao takav on pruža funkcionalna i rutinska zadovoljstva u kojima svako pronalazi ponešto za sebe, pri čemu su granice između ukusa elite i srednjeg društvenog sloja, najviše pogođenog tranzicijom, skoro sasvim potisnute.

Posljedica toga je vladavina stereotipa i klišea kao zdravorazumskih načela dominantne ideologije. Dodatno problematična činjenica jeste što je potrošnja vremena kroz kreativne činove, kakav je recimo odlazak u biblioteku i čitanje literature, pozorište, koncerte, odlazak u kreativnu radionicu ili pak volonterski rad u nekoj instituciji, već godinama u padu interesovanja, naročito kod mlađe populacije.

Vrijeme u kojem živimo je vrijeme bez granice i čovjek ovog vijeka je nomad. Data mu je mogućnost realnog i virtuelnog putovanja iz mjesta u mjesto, sa jednog na drugo područje multikulturalizma, gdje se lokalno i globalno vrhune u identitet lične kulture. Zbog ekonomske nemoći, ali i pasivnog odnosa prema Drugom, kao i straha od nepoznatog naše društvo nema dovoljno razvijenu svijest o neophodnosti spoznaje kulture izvan ovih granica. U ovom slučaju nije riječ o ksenofobiji koliko o indolentnosti, kao i odsustvu jasnog ideala egzistencije koji bi imao već postojeće parametre u bližem i daljem okruženju. Slaba pokretljivost društva prouzrokovana je



Slika 6. 5. Identitet

tradicionalnim kriterijumima koji pojedina više usmjeravaju na ono što mu je bliže i lakše za razumijevanje. I zbog toga možemo reći da je crnogorska kultura kako privatnog života tako i ona koja je institucionalna i produktivna, skeptična prema radikalnijim zaokretima u navikama i shvatanjima, sporo usvaja alternative i sporo se odvajava od onih estetskih normi koje su etablirane i kao takve masovno podržane i prihvaćene, deklarirane simulacijom modernosti i apstraktnih prozapadnih stremljenja. Iako su velike kolonijalne sile zapravo prostor bijelih i crnih kultura, uzmemo li u obzir da je značajan procenat našeg stanovništva u dijaspori, možemo reći i da kultura migranata direktno utiče na do-

micilno stanovništvo. Eklatantan primjer toga je naša Boka koja je zbog duge tradicije moreplovaca vjekovima bila izložena uticaju drugih kultura. Svakako uticaj Austrougarske, Boku i po arhitektonskim zdanjima čini naprednijom u odnosu na Podgoricu ili sjever Crne Gore. Da bi razumio sadašnji trenutak, čovjek mora osjećati svijet kao kosmopolita, izvan koncepta monolitne ili dominantne kulture.

Stil života i odnos prema kulturi u crnogorskom društvu jednim je dijelom još uvijek zatočen u recidivima palanačkog mentaliteta. Vjekovno prisustvo Otomanske imperije imalo je za posljedicu situiranje autoritarne ličnosti u ovdašnji mentalitet i to će biti jako važna odrednica u razvoju crnogorskog društva, pa samim tim i građanskih običaja koje baštini. Jer nemogućnost institucija da se nametnu kao repri društvenog progressa jednim je dijelom i prouzrokovana kultom ličnosti. Glavna karakteristika orijentalnog životnog stila bila je usredsređenost interesa na prirodnu sferu i fatalistički pogled na svijet. Taj recidiv ogleda se kroz opterećenost kolektivnim ukusom i istorijskim saznanjima, arogantnom narcističkom samodovoljnošću, skepsi prema inovacijama i individualizmu, pasivnosti, povodljivosti i despotizmu. Psihologija palanke je paradna; ističe se u nedodirljivom autoritetu, kitnjastim i pomodnim formama materijalne superiornosti, dočim je kultura palanačkog mentaliteta spora, indolentna ili krajnje posesivna u odnosu na kritiku, revanšistička, sklona pretjerivanju i prevelikoj subjektivnosti, okrenuta sebi. Kao jedan od nepresušnih izvorišta palanačkog diskursa i haotično kolebanje između tradicije i modernosti, je tzv. kultura sjećanja, ona koja se iznova hrani bajkovitim prizorima izgubljenog i eskapističkom fantazijom o superiornosti jednog etnosa, što u krajnjem referira na poteškoće u bržem kulturološkom sazrijevanju kolektivne svijesti.

U društvu u kojem su duhovne vrijednosti zanemarene, djelom zbog globalnih kretanja, ali i djelom zbog neadekvatnog djelovanja insitucija, obaveza države je da kroz osmišljenu strategiju i programe revitalizovanja opšteg kulturnog nivoa do-

prinese zapravo kvalitetu života svakog pojedinca i proširi njegove vidike. Stručno osmišljenom strategijom preko institucionalnog sistema sprovode se planovi i akcije koji moraju biti obavezujući da bi izazvali i minimalne promjene ka boljitku, da bi doveli u pitanje i srušili prevaziđen i potrošen koncept ovdašnje društvene zajednice, koja u bližem i širem okruženju mora biti prepoznata kao partner za dijalog i kulturnu saradnju.

6. 5. PRIMARNI INSTRUMENTI REVITALIZOVANJA SISTEMA KULTURE

Da bi se konstruisao bilo kakav strateški dokument, potrebno je prije svega ustanoviti *POTREBE, RESURSE* i *POTENCIJALE* na kojima se on temelji, a potom prednosti i nedostatke istih, kao i jasno definisanu viziju i smisao strategije.

Kulturni identitet i njegove karakteristike definisane su kroz: potrebe za jezičkim izražavanjem i komunikacijom, potrebe za saznanjem i širenjem vidokruga, estetske potrebe u svakodnevnom životu, estetske umjetničke potrebe, potrebe za estetskim doživljajem, stvaralačke potrebe. Razvoj kulturnih potreba direktno se odražava na kulturne navike. Uloga obrazovnog sistema, medija i institucija kulture je komplementarna u razvijanju kulturnih potreba.

Kultura savremenog života velikim je dijelom izložena estetskim doživljajima koji su prezentovani kroz umjetnost, zabavu, kulturu stanovanja, modu ali i one estetske parametre koje nameće televizija. Stvaralačke potrebe, osim što predstavljaju materijalizaciju neke ideje u različitim umjetnostima, isto tako mogu zadovoljiti potrebu za egzistencijom u estetski savršenijem ambijentu, kao što je svijest o lijepom izražavanju, graditeljskoj harmoniji ili dizajniranju i očuvanju stambene okoline.

Da bi stvaralaštvo u umjetnosti moglo da dobije adekvatnu pažnju publike, sud javnosti i kritike, ono mora imati uslove za svoje eksponiranje. Te uslove nude različito profilisane institucije. Umjetničko djelo više nije striktno vezano za instituciju čija je osnovna djelatnost umjetnost. Ono može biti prezentirano na otvorenom, u nekoj zanimljivoj i popularnoj gradskoj četvrti, zatim površini koja predstavlja mjesto okupljanja određene društvene grupe, koja pripada mejnstrim ili OFF kulturi. Na taj način jedno estetsko djelo, kakva je recimo slika ili skulptura, postaje estetskim elementom jedne šire cijeline, i u novom ambijentu sa recipijentom, širi prvobitna značenja prostora koji nije konvencionalno galerijski. Slična situacija je i sa pozorištem i koncertnom djelatnošću na otvorenom prostoru. Kao pozitivan primjer navedimo tendenciju umjetnika da izlažu svoja djela u kafeterijama, poslovnim objektima ili hipermarketima, kakav je slučaj sa novoizgrađenim objektom u Podgorici, poznatim kao „Gintaš”. Pomenuti primjeri potvrđuju teze mnogih teoretičara kulture i umjetnosti da je savremena kultura društva zapravo vizuelna i kao takva uzima sve više učešća u estetizovanju privatnog života. Tome je u velikoj mjeri doprinio i današnji advertajzing koji sredstvima oglašavanja dobija ulogu strukturalno-značenjskog atačmenta u urbanoj sredini; duž bulevara, na fasadama zgrada, u tržnim centrima, izloženi smo porukama i vizuelnom dejstvu advertajzing tekstova.



Slika 6. 6. Nova mjesta kreacije

loških pojmova. Prostor nije fizička praznina i kao takav ukazuje na kulturne imaginacije, i emocionalne doživljaje, pa time nikad ne može biti i nezavisan od onog što je društvo upisalo u njega na osnovu zakona, običaja, hijerarhije, tradicije. Danas takođe, u potrazi za novom publikom, institucije kulture izmještaju prezentaciju svojih programa u do juče nezamislive objekte, poput bolnice, kaznenih domova, krovnih površina na ravnim oblakoderima ili napuštenih industrijskih objekata. U svijetlu ovog podatka navešćemo i najskoriji primjer novih kreativnih centara u Beogradu, situiranih na mjestu napuštenih hala i fabrika, koji osim izlagačkih, obavljaju i komercijalnu djelatnost, prodaju unikatno dizajniranih i proizvedenih predmeta; od dekoracije za enterijer do upotrebnih predmeta za kuhinju, čiji autori su studenti umjetničkih akademija, umjetnici koji su završili akademije, ali i nezavisne grupe kreativaca, manje afirmisane ili iz unutrašnjosti zemlje.

Svako ostvarenje potreba i želja u direktnoj je zavisnosti sa resursima na koje se oslanjaju mogućnosti za realizovanje zacrtanih ciljeva. Ti resursi mogu biti: ljudski, istorijsko nasljeđe, geografski položaj, priroda, kreativnost, turizam, drugi i treći sektor, etnospecifičnosti, ručna proizvodnja, drvna industrija, industrija kože, crna i obojena metalurgija, keramika... Čovjek je najbitniji resurs, jer on predstavlja kreativno i žarište ideja, koje opet sam ili u timu sprovodi u djelo, planira ih i valorizuje. Edukativni sistem, ali i građansko vaspitanje imaju ključnu ulogu u razvoju ljudskih resursa. Takođe je bitno znati da današnje tehnologije zahtijevaju inovacije po pitanju znanja i sposobnosti i kao bitan resurs čovjek je permanentno izložen informacijama, ali i zahtjevima novog doba. U tom smislu recimo i to da se kultura svakodnevnog života stalno mijenja, usvaja nove kodove, postaje liberalnija uz labavije društvene veze, dok tehnološki osnažuje „umreženost” jedinki, bilo po pitanju njihove privatnosti, razmjene ideja, zajedničkim korišćenjem neke baze podataka ili intelektualne svojine.

Potencijali za ostvarenje kulturnih potreba mogu se sagledati kroz: edukativni sistem, talente, spomenike kulture, finansije, jezik, izdavaštvo-časopisi/knjige, kre-

Uvodeći pojam *heteropatija*, Edvard Sodž ukazuje na ona mjesta koja imaju „neobično svojstvo” da budu povezana sa svim ostalim prostornim rasporedima, a da su ipak u protivrječnom odnosu sa njima. Heteropatije ukazuju na to da se u svakom prostoru miješaju, susreću ili sukobljavaju bezbrojna, različita, heterogena iskustva, zbog kojih je ovaj pojam ušao u repertoar novih, kulturo-

ativne radionice, tržište, multikulturalne projekte, polivalentne institucije i udruženja, kreditne subvencije banaka, NVO sektor, osobe sa posebnim potrebama. Pomenuti potencijali determinisani su samim karakterom društva u kojem postoje. Što je društvo otvorenije, to su veće mogućnosti da primi nove ideje, ali i svoje promoviše izvan sopstvenih granica.

Sa jačanjem ekonomske moći svako društvo jača i razvija svijest o neophodnosti ulaganja u kulturna dešavanja, ali i u podizanje nivoa opšte kulture jednog etnosa. Tu prvenstveno mislim na ekološku svijest društva koje percipira i kolektivno dobro kao svoje, u nastojanju da njeguje i očuva prostor kao deficitaran resurs u Crnoj Gori. Svjedoci smo da je posljednjih godina kulturno-turistički potencijal na atraktivnim destinacijama Crne Gore devastiran odsustvom graditeljske kulture i racionalnog odnosa prema prostoru, što će imati dalekosežne posljedice ne samo na kulturu i turizam već direktno i egzistenciju tamošnjeg stanovništva. Ovo je eklatantan primjer agresivnog kapitala koji ma kako bio lukrativan za društvo i njegovu budućnost, u krajnjem predstavlja problematičnu investiciju. Iz ovih i sličnih razloga svako društvo je u obavezi da planira i kulturni razvoj kroz sveukupnu infrastrukturu, iako u nas većina resora funkcioniše separatno i u okviru primarnih ciljeva. Planiranjem kulturnog razvoja određuju se kulturološki koncepti i imidž društva, uviđaju se mogućnosti i prepreke, izrađuju se dugoročni i kratkoročni planovi, a sve u svrhe vrednovanja egzistencije na nivou društva i pojedinca.

Kada govorimo o novcu ne možemo a da ne primjetimo gotovo zapanjujuću nezainteresovanost imućnih ljudi da kao mecene i ktitori stanu iza nekog talenta, projekta od nacionalnog značaja ili da dio svog imetka zavještaju državi, a u korist budućih generacija. U tom smislu i država bi morala ponuditi konkretne motivacione mehanizme za pojedince ili kompanije koji bi svojim doprinosom uzeli učešće u izgradnji kulturnog imidža Crne Gore.

Još je bitno istaći da kulturni razvoj gradskih sredina djeluje introvertno u odnosu na ruralna područja iz kojih se stanovništvo iseljava jednim dijelom i zbog monotone svakodnevice. Poseban program kulturnog razvoja, oslonjenog na sopstvene resurse, uz mogućnosti stvaranja ekonomskih benefita, čini da seoska sredina ima adekvatan i originalan kulturni život, osmišljen i kao turistička atrakcija.

6. 6. DECENTRALIZACIJA KULTURE

Pojam decentralizacije kulture odnosi se prevashodno na progresivnije i liberalnije širenje kulturnih događaja unutar institucionalnog i vaninstitucionalnog sistema. Grubim sagledavanjem ovaj bi se proces mogao posmatrati u relacijama:

neformalno – institucija;

država – grad;

grad – selo;

kolektivna kultura – individualna;

mejnstrim – alternativa;

dominantno – avangardno;

popularno – supkulturno;

globalno – lokalno;
centralno – marginalno.

Iako je formalno država sprovela decentralizaciju na različitim nivoima, suštinski ona nije implementirana u realnost u kojoj egzistiraju društvene djelatnosti, među njima i kultura. Preko čelnih reprezenata moći, država ipak kontroliše i donosi većinu odluka u vezi sa kulturnim dešavanjima, počevši od institucija i kontinuirane godišnje produkcije, do subvencija za NVO i sezonske festivale. Spora i mahom nedovoljno kompetentna, državna aparatura kontroliše i koncept samih dešavanja bez značajnijih napora za valorizacijom sopstvenog djelovanja i anahronih ingerencija. Prvi i najznačajniji korak ka decentralizaciji bio bi liberalizovanje kulturne politike od države ka opštinama i pojedincu kao krajnjem korisniku. Jaz između građanina kao korisnika i institucionalne kulturne produkcije vidljiv je u nedovoljnoj zainteresovanosti stanovništva za događaje u kulturi i minornom uticaju institucionalne kulture na privatnu i svakodnevnu kulturu.

Da bismo govorili o kulturnom kontinuitetu društva, neophodno je prije svega sagledati njegove afinitete. Kome su namijenjeni određeni kulturni sadržaji, šta se očekuje od tih sadržaja, u kojoj mjeri su oni interaktivni i da li su u korelaciji sa aktuelnim trendovima u okruženju? Šta se u stvari želi sa kulturnim dobrima koja pripadaju trenutnoj godišnjoj produkciji ili su dio nasljeđa? I koga zacrtana ideja treba da zaintrigira? Civilno stanovništvo? Političare? Intelektualnu elitu? Predstavnike inostranih fondacija? Specifične društvene grupe? Bogate? Siromašne? Volontere? Biznismene? Ili možda sve njih, zajedno?

Generalno, koncept crnogorske kulture je elitistički, s tim što nije praćen adekvatnom kritikom, niti pak značajnijim eksponiranjem izvan naših granica, a sve manje učincima koji bi trebalo da odgovore uloženim sredstvima od strane države. Na ovom konceptu istrajava se godinama, tako što u svim našim gradovima imamo varijacije kulturnih programa i festivala.

Ovakvo stanje ukazuje na nedovoljnu upućenost institucija na publiku. Ljudima je neophodan spoljni faktor uticaja i motivacije, nešto što će im približiti kulturni događaj i podstaći da se upoznaju sa njegovim sadržajem. Animacija stanovništva mora se dešavati direktno na terenu, tamo gdje stanuju ili rade oni koji su ciljna grupa projekta. Pojedinaac koji ima naviku kontinuiranog praćenja kulturnih događaja, čitanjem informacije u sredstvima informisanja odlučiće se da dođe na neki kulturni događaj, ali oni koji je nemaju, zahtijevaju više truda, jer su prepreke u njihovoj pasivnosti brojne; od socijalnog statusa, nedovoljnog obrazovanja, udaljenosti od mjesta događaja, do jezičkih ili kulturoloških barijera. Neobraćanje ovoj društvenoj grupaciji, rezultiralo je time da na većinu kulturnih događaja rotira slična ako ne i ista publika, unutar koje se profil zainteresovanih gotovo i ne mijenja. A to je daleko od uticaja i misije koju treba da ima jedan projekat u kulturi, finansiran najčešće novcem poreskih obveznika, dakle, svih građana Crne Gore. Soc-realistički koncept, aktuelan i danas, osnivanje lokalnih centara za kulturu u svim crnogorskim gradovima pokazao se kao nedovoljno fluentan za djelotvornije kulturno uzdizanje građanstva, a za prigradsko područje sasvim nedodirljiv. Gradska kulturna politika obu-

hvata sve one segmente koji tvore identitet jedne gradske sredine: od mjesta stanovanja do reprezentativnih objekata.

Stoga, crnogorskim lokalnim centrima za kulturu su neophodne reforme:

- na nivou ljudskih resursa;
- na nivou programske orijentacije;
- na nivou produkcije i koprodukcijske saradnje;
- na nivou edukacije;
- na nivou tehnologija;
- na plasmanu domaćeg stvaralaštva van lokalnih granica.

Centri za kulturu moraju odgovorati mentalitetu i običajima ljudi. S jedne strane neophodno je ispuniti očekivanja, a sa druge podstaći ljude na nove kulturne sadržaje. Ti sadržaji osnovno polazište mogu naći upravo u kulturi življenja, na primjer, u projektovanju i rekonstrukciji stambenih objekata u gradskim naseljima, u interdisciplinarnim namjenama njihovih sportsko-rekreativnih površina, u višenamjenskoj upotrebi objekta u kojem se okupljaju stanovnici jedne četvrti, u gardeningu ili umjetnosti grafita, mozaika i morala. Povod za okupljanje građana može biti neka svetkovina, slavlje koje uključuje tradicionalne kulinarne specijalitete, koncert neke garažne muzičke grupe, sportsko nadmetanje, maske-nbal, sakupljanje i reciklaža otpadnog materijala ili pak neka humanitarna pomoć koja bi podrazumijevala širu volontersku akciju. Sve ove navedene stavke ukazuju na segmente svakodnevne kulture koja od pojedinca zahtijeva određenu maštovitost i angažovanje, a u svrhe lične i kolektivne kulture i što je najbitnije uključuje pojedince različitih obrazovnih, konfesionalnih i starosnih profila. Ne možemo od ljudi očekivati kulturne potrebe plasirane institucijama ako im ne omogućimo i podržimo da ih začnu u svom najbližem okruženju. Ljudi se više interesuju za nešto, ako im se objasni u kojoj mjeri je to korisno za njih i u kojoj mjeri, recimo, jedna knjiga ili koncert klasične muzike poboljšava kvalitet njihove egzistencije.

Još je bitno istaći da alternativni kulturni modeli uglavnom svoje prve iskorake situiraju u intimnijem okruženju, nekom lokalnom centru, „underground” klubu ili specifičnom mjestu okupljanja grupe koja nema šire pristalice i naročito kod nas nisu institucionalno etablirane.

U tu vrstu kulture spadaju: hipi, pank, tehno, haus, feminističke kulture, umjetničke potkulture, disidentske potkulture.

Feministička je kultura kao socijalni pokret s kraja XIX i početkom XX vijeka umnogome poboljšala društveni status žena, dajući im pravo glasa, ekonomske ravnopravnosti i uloge u kreiranju društveno-političkog života. U nas je ova kultura konstituisana u domenu NVO sektora i uglavnom ukazuje na nasilje u porodici i nad



Slika 6. 7. Supkultura

ženama, ali i afrimiše žensko stvaralaštvo. Potkulture u stvari predstavljaju recidive revolucionarnih tendencija, pokrete koji su uspostavljali novi poredak u alternativnim kulturnim kretanjima. Za potkulture je karakteristično osjećanje posebnosti i rušenja etabliranih vrijednosti, pokrenuto iz svijeta mladih. Apsurd je da je u Crnoj Gori socijalni pokret u vidu nekog omladinskog kulturnog koncepta gotovo nepostojeći i da je omladina u velikom broju preuzela vladajuće obrasce kulture i njenih vrijednosti bez značajnijeg iskoraka u nešto što bi odreagovalo buntom.

Kampanja otvorenije kulture podrazumijevala bi stimulativnije mjere države po pitanju kulturnog uzdizanja marginalnih društvenih grupa, zatim manjih gradova, varoši i naročito sela, tim prije što se Crna Gora suočava sa tzv. demografskom podgorizacijom, odnosno nekontrolisanom migracijom stanovništva iz sjeverne regije u glavni grad, Podgoricu.

U globalnim kretanjima selo postaje sve izazovniji i atraktivniji prostor za život, jer čovjek XXI vijeka više pažnje posvećuje svom fizičkom i mentalnom zdravlju, čije očuvanje mu omogućava ekološki zdrava sredina i *green* tehnologije.

6. 7. EKO-KULTURA I KREATIVNA INDUSTRIJA

Mada su uslovljene mrežom institucija, ekonomskom moći i rasporedom stručnjaka, kulturne nejednakosti su najuočljivije na relaciji urbana sredina-ruralno područje. Ovaj, nazovimo ga problem, donekle je otežan i socijalnim nejednakostima, tačnije, rascjepom između vladajuće tzv. klasične kulture i kulture manjinskih grupa, odnosno visoke i etno kulture, kao i obrazovnom strukturom gradskog, prigradskog i seoskog stanovništva. Još je bitno pomenuti da naš obrazovni program nedovoljno insistira na nečemu što se zove *life style* iliti kultura življenja, a da ne pominjemo opštu kulturu utemeljenu i na poznavanju umjetnosti i njenih epoha. Na selu, nažalost, stanovništvo nema uslove za dodatno obrazovanje, niti neko posebno kreiranje slobodnog vremena. Sam pojam seljaka kod nas je degradiran, iako u razvijenim društvima on slovi za jedan od ključnih generatora privrednog progressa.

Vijek iza nas je vrijeme obilježeno furioznim industrijskim razvojem, zbog kojeg je stanovništvo iz sela dolazilo u gradove, ali je u posljednjoj deceniji taj tok dobio i suprotan pravac. Ljudi su se zasitili hladnih metropolisa u kojima se nezdrav život svodi na trku za novcem i rutinski tempo koji ubija emocije i društvenost. Dok se srednji društveni sloj tiska po pretrpanim soliterima u centru zagađenih gradova, bogatiji ljudi svoj privatni život izmješčaju na prigradske rančeve i sela, koja im garantuju relaskiranu privatnost, očuvanje porodičnog jezgra, uživanje u prirodi, vrtlarstvu, pasioniranom uzgajanju hrane, druženju i što je najbitnije mnogo zdravijim uslovima života. Ovim novim tretmanom sela, kao alternativnog mjesta stanovanja, ono dobija svoju elitističku referencu i nov kulturološki status.

Demetropolizacija kulture daje šansu za obnavljanje sela i posmatrano s globalnog aspekta, život na selu iz dana u dan biva funkcionalizovan poput onog u gradu, s tim što je daleko manje stresan i daleko komforniji, a bez presije visoke tehnologije. Uz neophodnu komunalnu infrastrukturu sela će imati šansu da zadrže mlade ljude, da stipendiraju stručnjake i motivišu ih da svoju egzistenciju pronađu u ostan-

ku i doprinesu razvoju seoskog područja. Većina našeg seoskog područja ima potencijale za samostalni razvitak i opstanak, s tim što je obaveza države da obezbijedi projekte i početne tokove realizacije koji bi ipak kontrolisali taj razvoj, jer svaka eksploatacija prirode mora da ima granice da ne bi okončala u neželjnim efektima, destrukciji i devastaciji.



Slika 6. 8. Kultura kao svakodnevni ritual

Već smo pomenuli da je estetizacija svakodnevnog života bitna činjenica u kulturi današnjeg pojedinca. Ona prvenstveno ukazuje na njegov stil i ukus, odnos prema novim tehnologijama, dizajnu, ali i prihvatanje prepoznatljivog koda unutar jedne društvene grupe ili staleža. Ako govorimo o kreaciji, onda je kreativna industrija na selu, potencijal koji može aktivirati resurse od drveta do gline, metala i tekstila a sve u svrhe kreativne proizvodnje, u okvirima individualnog ili porodičnog biznisa. To bi uz kreditiranje banaka mogao biti i jedan od motiva za ostanak na selu. *Hand made* proizvodi direktno se oslanjaju na turizam, ali se mogu plasirati preko prodajne mreža hipermarketa, galerija, life style časopisa, narudžbenicom ili preko sajta. Posebno je bitno naglasiti da bi ova vrsta proizvodnje imala dvije tržišne odrednice:

- prvu, koja bi replikama afirmisala i budila interesovanje za etno nasljeđe;
- drugu, koja bi savremenim i atraktivnim dizajnom bila u koraku sa svjetskim trendovima.

Najvažnije je da su obje razvojne linije, proizvodi iz Crne Gore, prepoznatljive u bližem i daljem okruženju. Pored ovog, preko medicinskog i religioznog turizma moguće je naša sela učiniti atraktivnim ili ih predstaviti kao destinacije za organizovanja međunarodnih kongresa ili tzv. oaza za meditaciju, koje su danas veoma tražene u svijetu visokog menadžmenta, kao terapija protiv stresa. Kako naša flora obiluje različitim vrstama čaja, moguće ga je organski uzgajati i brendirati kao zaštićen proizvod. Ritual ispijanja ovog pića vezuje se za Veliku Britaniju i Kinu, ali u nas bi mogao imati tretman napitka koji se u danima povišene ljetnje temperature konzumira kao rashlađen i osvježavajući. Uz konjički sport, Birdwatching ili posmatranje ptica jedno je od omiljenih vidova rekreativne zabave kojima su sklone elite Zapadne Evrope, kako na žabljačkim jezerima tako i na Skadarskom, može predstavljati dio turističke ponude. Procenat prihoda od elitnih sportova i zabave svakako bi se mogao uložiti u izgradnju manje kino-sale ili kamerne pozornice, možda biblioteke ili lokalne radio-stanice. Sve navedno kompatibilno je prefisku „ekološke” države Crne Gore, ali se i zakonskom regulativom može precizirati u domenu:

- kulturološko-ekološke norme ruralnog područja;
- kulture stanovanja;
- kulture potrošnje i eksploaticije prirodnih resursa;
- Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnog nasljeđa;
- ekološkog standarada u infrastrukturi i potrošnji energije.

Otkrivanjem lokalnog, afirmacijom vrijednosti ruralnog područja proširujemo „geografiju kulturne potrošnje” koja teži ka tome da uoči specifičnosti ličnog i kolektivnog identiteta. Ta nova „geografija” uzima u obzir rasu, klasu i rod kao markere identiteta, ali se na njima ne zaustavlja, imajući uvijek u vidu da se oni među sobom prepliću. Zahvaljujući tehnologijama, naprednoj infrastrukturi danas je sasvim moguće da ruralna i urbana područja djeluju interaktivno u oblasti kulturne produkcije, kroz inovativnost i posebnost u kreiranju stvaralačke zamisli. Inovativnost i posebnost je preduslov da bi bilo koje kulturno stvaralaštvo moglo da zadobije interesovanje šireg auditorijuma, ali i da bi trajalo kroz vrijeme. Dok inovativnost predstavlja nove ideje, nove stavove i odnos prema realnosti, posebnost se uglavnom odnosi na stvaralački potencijal, imaginaciju i genija.

6. 8. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada bio je da ukaže na formiranje novog kulturnog modela, kroz koncipiranje nove kulture življenja. Taj koncept prvenstveno bi se zasnivao na ličnoj inicijativi pojedinca, ali i na njegovom aktivnom uključenju u realnu kulturnu produkciju, bilo kao korisnika ili kao indirektnog učesnika i volontera. Savremena kultura je suzila distancu između velikih i malih kultura, dajući pojedincu brojne mogućnosti za kulturnu nadogradnju. Postmodernističko društvo slovi za ono koje je



Slika 6. 9. Life Long Learning

ukinulo poznate binarne poretke i kvalifikacije u savremnoj kulturi. Crna Gora ima mogućnosti i potencijale, ali još uvijek neutemeljena strateška akta za razvoj originalnog kulturnog koncepta, koji bi se oslanjao na kulturu Mediterana i kontinentalne regije. Sistemska uređenost društva rezultiraće i većom svijesću o potrebi za kulturnim sadržajima, koja se za sada kompenzuje potrošačkim činovima i repetitivnim, jednoličnim oblicima zabave. Znanje kao intelektualna kategorija predstavlja osnovni uslov za razvoj kulturnog identiteta svakog društva i ono definitivno na ljestvici društvenih vrijednosti mora zauzeti poziciju koja mu pripada. Kao prvi iskorak u tom smislu svakako je depolitizacija obrazovnih i kulturnih institucija, u

kojima se, po prirodi stvari, konstituiše nezavisna elita i njeno pravo na kritičke stavove upućene određenim društvenim pojavama.

Zato ćemo se složiti sa mišljenjem Jelene Đorđević da savremena kultura referira na interaktivan odnos unutar društvenih grupa, gdje se potiru granice realne i medijske stvarnosti, visoke i niske kulture, polne granice, etničke i, što je od suštinskog značenja, granice između čovjeka i prirode. Ključni pojam savremene kulture, definišemo kao *hibrid*. Sazdan od muškog i ženskog, prirode i mašine, hibrid u sebi sabira rasturene i preokrenute oblike prirodnog i društvenog sloja. Nova kultura hibridnosti širi ljudsku svijest, obogaćuje ljudske kontakte i čini subjekt otvorenim i tolerantnijim. Nužnost razumijevanja Drugog i različitog, koja se svakodnevno umnožava, imperativ je bez čijeg poštovanja hipersložena društva današnjice ne mogu da funkcionišu.

LITERATURA

- [1] Dolo, Luj: *Individualna i masovna kultura*, Clio, Beograd, 2000.
- [2] Dragičević-Šešić, Milena; Stojković, Branimir: *Kultura, menadžment, animacija, marketing*, Clio, Beograd, 2000.
- [3] Đorđević, Jelena: *Postukultura*, Clio, Beograd, 2009.
- [4] Koenen-Iter, Žan: *Sociologija elita*, Clio, Beograd, 2005.
- [5] *Kultura polisa*, časopis za njegovanje demokratske političke kulture, godina VI, posebno izdanje za 2009, Udruženje za političke nauke Srbije – Ogranak u Novom Sadu. 2009.
- [6] Molar, Klod: *Kulturni inženjering*, Clio, Beograd, 2000.
- [7] Šnel, Ralf: *Leksikon savremene kulture*, Plato, Beograd, 2008.
- [8] Vederil, Rob: *Kolaps kulture*, Clio, Beograd, 2005.

