

НАСТАВНИ ПРЕДМЕТ: СОЦИОЛОГИЈА

СТУДИЈСКИ ПРОГРАМ: РАЗРЕДНА НАСТАВА - ПРВА ГОДИНА

ПРЕДАВАЊЕ ПО РАСПОРЕДУ: ПОНЕДЕЉАК, 27. 04. 2020.

ВРЕМЕ: 10,30-13,00

НАСТАВНИК: Проф. др Јован Базић

42. Масовна култура

Ова култура је производ савременог друштва, чије су основне карактеристике индустријализација (типизација, стандардизација и масовна серијска производња према одређеним клишеима), масовна потрошња, урбанизација насеља, бирократизација друштвеног живота и распрострањеност масовних комуникација, повећање количине слободног времена и промена начина његовог коришћења. Ове околности су пресудно утицале да вредности културе и њена оригиналност постепено нестају. У том миљеу и дела културе попримају обележја масовне производње и масовне потрошње, а нарочито утилитарни и тржишни карактер. Култура постаје све више зависна од технологије, а технологија чини да култура буде упућена маси а не појединцу. На тај начин се култура орјентисала на потрошаче као масовни аудиторијум. Масовна култура својим садржајима пропагира осредњост. Она је створила нов начин перцепције, образац мишљења, живљења и понашања. Масовна култура је преобликовала људске потребе.

Прекретницу у развоју масовне културе учинили су нагло пресељење становништва у градове и развој средстава масовних комуникација. Појавом демографске експлозије и наглим пресељењем становништва из села у градове, када ти људи истовремено напуштају народну (фолклорну) културу, наметнула се потреба стварања културе за све - масовне културе која је стварана по мери и укусу нових становника градова. Развој масовне културе значајно су омогућила средства масовних комуникација као техничка основа за њено распрострањење (штампа, радио, телевизија, видео, музички уређаји, касете, електронске мреже - компјутерске, кабловске, сателитске итд). Појава масовних медија значила је извесну демократизацију културе, односно смањење социјалних и културних разлика између појединих друштвених група и слојева, али је поље масовне културе од почетка подвргнуто контроли и централизацији, што је уосталом и једна од најбитнијих карактеристика масовног друштва. Медији су учинили и да се повећа степен интернационализације и космополитизације културних вредности, а да би се то постигло морало је доћи до уједначавања различитих културних нивоа, тзв. хомогенизације.

Основне карактеристике масовне културе су: 1) тежња ка смањењу социјалних и културних разлика између појединих друштвених група и појединаца, односно тежња ка уједначавању различитих културних нивоа; 2) тражење и привлачење све већег броја људи - масовне публике (концерти, спектакли, разне приредбе); 3) непрестано повећање степена интернационализације и космополитског карактера културних вредности; 4) појачана комерцијализација културних вредности и творевина (тиражи новина, плоча, касета; број гледалаца, зарађени новац); 5) све изразитији репродуктивни карактер и све мањи

продуктивни карактер културе масовног друштва.¹ Масовна култура даје потпуно нов смисао слободном времену. Много људи пасивно проводи слободно време препуштајући се телевизијским програмима, компјутерским играма и другим садржајима који гуше друге видове културе и умртвљују креативну моћ човека.

Кич и шунд. - У масовној култури, као израз осредњости и подилажењу новим укусима, доминирају кич и шунд. Појму *кич* приписује се порекло од немачке речи *etwas verkitschen* – која означава *нешто што је недовршено* или *на брзину направљено*; и енглеске речи *sketch* – што дословно значи *скица*. А израз *шунд*, такође потиче из немачког језика, *schund* и означава *отпад, шљам*. Кич и шунд "најчешће означавају одсуство правих вредности у уметности и култури, тежњу ка површној забави и 'нижим' склоностима".² Изразом кич означава се стваралаштво које подилази укусима потрошачког друштва и претендује да буде максимално разумљиво, допадљиво, сентиментално, итд. Кич може бити видљив на многим местима у човековом окружењу – у архитектури, намештају, уређењу станова, кућа или пословног простора; у музици, филму, телевизијским програмима итд. Дакле кича може бити у свему што подлеже критеријуму укуса. А појмом шунд, најчешће се означавају појаве у литератури ("литература за народ"), које особито утичу на потхрањивање илузија, развијају разноврсних осећања и жеља, као и потреба за баналностима свакојаких врста. Кич и шунд своју снагу црпе из традиционалне и елитне културе, испиришући се њоме и уподобљавајући њене вредности и продукте савременим потребама, најчешће имитацијом, копирањем дела познатих и признатих уметника итд. То се чини по устаљеном шаблону и зато је кичу и шунду својствена лењост духа која лежи у комерцијализму и пласирању лажних вредности. Кич и шунд су тако темпирани за потрошача да буду лако схватљиви, "занимљиви", па и сензационалистички. "Тако рецимо, скандал постаје привлачнији од неке умерене и солидне научне теорије, еротика од љубави, језиви роман страве од уметничког романа".³ Кич и шунд не траже активност субјекта у процесу културног или уметничког доживљаја, већ само његово комплетно препуштање садржајима и продуктима који му се непрестано нуде.

Кич означава, истовремено, однос и став, јер се јавља у облику човековог доживљаја (на релацији кич-субјекат) или човековог става према предмету (на релацији кич-објекат). У односима које човек успоставља према стварима и предметима, кич се може испољити на неколико начина (хедонистички, набављачки, агресиван итд), а за његово идентификовање и класификацију, према А. Молу, основна полазишта су: неадекватност, нагомилавање, осредњост, комфор и тежња ка истовременом естетском доживљају помоћу више чула, при чему се губи мера. У облику човековог доживљаја, кич се најчешће јавља у виду емоционалних искушења кад неодољиво тежи тривијалном, привидно интересантном и украсном сфером псеудоживота. Отуда се елементи кича и шунда налазе и у понашању човека у различитим животним манифестацијама. Поред кича и шунда, као изразите појаве у масовној култури присутни су и: потрошачки менталитет, снобизам, малограђанштина и потрага за новим стилима живота (мода, "стил живота скоројевића", "досада као испразни стил живота", "насиље као стил живота").⁴

Производи масовне културе, као и други производи масовног друштва, нису намењени да постану трајне тековине, већ углавном умиру чим су употребљени или

¹ Исто, стр. 340.

² Исто, стр. 388.

³ М. Илић, *Социологија културе и уметности*, Београд 1991, стр. 65.

⁴ Видети шире: Д. Коковић, *Исто*, стр. 425-489.

вегетирају за неко време. Као позитивно својство масовне културе, нарочито се види у томе што она приближава културу свим друштвеним слојевима и смањује културне разлике између њих, а као негативно, што снижава културне стандарде.

43. Субкултуре

Као незаобилазни чинилац у сваком од изложених типова културе јављају се субкултуре које се разликују по својим културним обрасцима од културе преосталог дела друштва.⁵ Друштвене групе које су носиоци субкултуре могу бити веома различите - од етничких, језичких, социјалних и професионалних група из једног ширег друштвеног оквира до навијача једног фудбалског клуба, хипика или натуралиста. Неки људи могу себе јасно идентификовати са одређеном субкултуром, а неки се могу налазити у више различитих субкултура (човек може истовремено да буде ватрени навијач *Црвене звезде* и љубитељ хип хоп музике). Субкултуре се испољавају у своја два основна вида - као поткултура која не доводи у питање основне вредности доминантног, владајућег, типа културе или као контракултура које је у супротности са тим вредностима.

Поткултура. - Она се одликује посебним стилем и ставовима; обухвата, у оквиру целине, посебан начин живота, вредносни систем, идеје, норме и правила понашања. Поткултуре се увек јављају са одређеним друштвеним групама (спортисти, естрадни уметници, панкери итд) и изражавају специфичности на нивоу правила понашања, одевања, укуса, забаве, разоноде, музике и спорта. Поред одређених друштвених слојева, оне најчешће узимају у обзир узраст, пол, разноврсне професије и слободна занимања, па се зато често говори о култури младих и старих, града и села итд. Основу за обликовање поткултуре представља заједнички начин живота, нарочито животни стил, судбина групе и разни интереси. Поткултуре су организоване око одређених вредности које су углавном друштвено прихваћене, али се тим вредностима на нивоу поткултуре придаје већи значај. Зато се ствара низ поткултура које нису у супротности са глобалним системом и вредностима културе, јер се задовољавају симболичким облицима отпора и ритуалом као ознаком стила (беџеви, речник, одевање, мода итд). Поткултуре се оцењују као покушај обнављања активнијег учешћа у култури, њима се означава слом сагласности и најављује симболичко кршење друштвеног реда. То је отпор путем стила.⁶ А нови стилови су, због покушаја да одступе од устаљених образаца, увек привлачили пажњу а понекад изазивали и жестоко неодобравање.

Контракултура. - Она се јавља када од владајуће културе одступе неке друштвене групе или појединци до те мере да се отворено супротстављају њеним вредностима и институцијама.⁷ То одступање може ићи чак до својеврсне патологије изражене у различитим облицима, као што су алкохолизам, наркоманија, проституција, криминал итд. Појава контракултуре повезана је са општом радикализацијом и политизацијом неких слојева омладине, нарочито из средње класе. Креатори контракултуре успостављају

⁵ Е. Гиденс, *Исто*, стр. 27.

⁶ Видети: Д. Хебдиц, *Поткултура - значење стила*, Београд 1980, стр. 28-29.

⁷ "То значи да се социјалне групе које носе ту контракултуру супротстављају владајућој класи друштва и доминантном облику друштвене производње живота опћенито. Услед тога се контракултуре редовито јављају у облику социјалног покрета" (С. Дракулић, "Култура и контракултура", *Култура*, 68-69/1985, стр. 165).

културну сцену на маргинама друштва и изражавају "подређену" позицију новог индивидуализма који желе да уобличи насупрот владајућим обрасцима. Тако су се, на пример, најизраженије идеје контракултуре у развијеним друштвима Европе и Америке, нарочито од друге половине XX века, односиле на алтернативне животне стилове који су означавали слободну љубав, одсуство контроле и забрана, живот у комунама, употребу халуциногених дрога, упознавање мистичних и егзотичних искустава, стварање алтернативних религија и верских секти, достизање дубљих стања свести, слободно образовање, индивидуализам, андерграунд литературу, прогресивну рок музику итд. Тиме се, истовремено, изражавао контракултурни отпор рационалним и технократским основама друштва. Из овог се може запазити да контракултура успева да арикулише свој став против одређеног начина живота и да понуди алтернативу која може да доведе у кризу доминантну културу, а тиме и друштвени поредак. Међутим такве кризе до сада су завршаване делимичним реорганизацијама вредносних система који се односе на свакодневни живот (образовање, рад, становање, комуникације и уопште културни живот). Испољавање контракултуре у различитим патолошким облицима (алкохолизам, наркоманија, проституција, криминал исл), колико год да је то алармантно испољено у неком друштву, углавном, не доводи до реорганизације вредносних система доминантне културе. На то се указује као на друштвени проблем који се најчешће решава репресивним мерама државе.

44. Језик и симболичка комуникација

Језик и симболичка комуникација су изузетно важни садржаји културе и културне творевине, који су настали као продукт заједничког живота људи. Зато неки теоретичари, попут Е. Касирера, целокупну културу схватају као комуникацију, или Јасна Јанићијевић: "Комуникација и култура су две стране истог новчића који се зове људски живот".⁸ Симболичка комуникација је преношење садржаја свести између људи, она их уједињује, одваја од животиња и чини могућим за деловање. А језик је темељ сваке културе који битно утиче на све остале њене елементе.⁹ Језик је главно и најсавршеније средство споразумевања међу људима. Он је изграђен на друштвеним правилима која изражавају став заједнице према објективном свету и техничким правилима која су граматичко - синтаксичке природе. Начин споразумевања језиком јесте употреба различитих знакова и симбола, где се кроз њихове системе повезивања остварује најпрецизније и најверније изражавање мисли. Међутим, језик није једино средство споразумевања међу људима, јер мимо језика, постоји мноштво других облика и канала комуникације, било свесних или несвесних, који су присутни нарочито приликом изражавања емоција или других ирационалних стања. Ту су често изразитији и прецизнији други системи знакова који се скупа обично означавају као невербална комуникација или *неми језик*, како то назива Е. Хол.¹⁰

Симболичка комуникација у потпуности прожима друштво. Да би се комуникација остварила, основни је услов да људи који су у комуникационој ситуацији имају заједнички симболички систем, да могу да кодују и декодују тај систем. Основни елементи

⁸ Ј. Јанићијевић, *Комуникација и култура*, Сремски Карловци - Нови Сад 2000, стр. 9.

⁹ Р. Д. Лукић, *Основи социологије*, Београд 1994, стр. 265.

¹⁰ Е. Хол, *Неми језик*, Београд 1975.

комуникације су: 1) пошљалац; 2) прималац; 3) начин или средство преко кога се преноси; 4) порука; и 5) ефекат поруке на оног који је прима. Процес комуникације започиње слањем поруке која се преводи у неки сигнал или код, преноси путем посебног медија или канала до примаоца који потом декодира поруку, тумачи је, дешифрује и враћа сигнал до пошљалаца, да порука јесте или није прихваћена. Комуникација је врло сложен процес и сваки процес комуникације се одвија, како Умберто Еко указује, према следећој схеми: постоји најпре *извор* информације, из којег се преко неког *емитора* одашиље *сигнал* који га преображава у *поруку*, што долази до *примаоца*. А да би примаоц могао правилно разумети сигнал, потребно је да у тренутку емитовања и у тренутку примања важи исти *код*, схваћен као систем правила која одређеним сигнаlima додељују одређену вредност.¹¹

У основи језика и симболичке комуникације стоји човекова способност служења симболима. Као израз опште моћи служења симболима, способност стварања и употребе знакова је једна од битних особина човека. Према Касиреру, основу и заједничко језгро функционисања људског духа, представља способност произвођења симбола или симболичке комуникације, која се састоји из два чиниоца: *симбола*, као чулно опажљивог предмета, и оног што је симболизовано, тј. *значења*. Симбол има информативну и комуникативну функцију, јер обавештава о ономе на шта се односи, снабдева информацијама које су неопходне за деловање, односно служи општењу које се може артикулисано водити једино преко знака. Он је средство комуникације и тражи повезивање са другим знацима, јер сам не може да врши ни једну функцију, већ искључиво као систем знакова. Знак може бити различитог изражаја, као што су мимика, гест, покрет, звучни сигнал, ликовна експресија, цртеж, графичка стилизација, итд. Најсавршенији систем знакова је језик. Он је, према Сапиру, симболички водич ка култури и од свих видова културе први достиже високо развијену форму.¹² А за Касирера, језик, мит и наука су основни облици симболичке репрезентације.¹³

Језик је симболичка кристализација историјског и духовног наслеђа, продукт дуготрајне друштвене употребе, стално мерило за културно стање било које друштвене заједнице. У језику се одређена друштвена заједница среће са својим идентитетом. Улога језика у формирању мисли и идеја је веома велика, јер је језик подлога и носилац мисли. Али се мисао и језик не поклапају увек. Када дођу у међусобни контакт језик увек присиљава мисао да узме онај облик који је могућ. Зато је мисао, у облику у коме се изражава, увек до извесне мере ускраћена и деформисана, зависно од природе, развијености и диференцираности језика на коме се изражава. Што је језик грубљи, то ће и мисао која се на њему исказује бити грубља, а и даље од оног што се хтело изразити. Промена језика, усвајање нових, афирмација заборављених, старих, речи, преузимање туђих израза, показатељи су промена унутар једне заједнице или културе.

У социологији се нарочито указује на улогу језика у друштвеном животу која се испољава његовом употребом као средства комуникације у некој друштвеној групи или говорној заједници. Друштвени аспект језика је и у функцији задовољавања потребе за дружењем, јер је свако принуђен да тражи друштво других људи, свако има потребу да нешто каже, да разговара са неким, а ту је језик од највеће помоћи. Неки антрополози истичу да језик није само у функцији артикулисања и изражавања мисли, већ даје одушка

¹¹ У. Еко, *Естетика и теорија информације*, Београд 1977, стр. 10-11.

¹² Е. Сапир, *Огледи из културне антропологије*, Београд 1984, стр. 23.

¹³ Е. Касирер, *Језик и мит*, Нови Сад 1972.

осећањима и подстиче друге на акцију.¹⁴ Језик се тешко може разматрати изван свога социјалног, културног и антрополошког контекста, као што се ови без језика не могу ни разумети. Језици као целине одражавају језичке заједнице које их употребљавају. Али свака језичка заједница садржи неколико варијетета језика који су међусобно функционално издиференцирани (економске, образовне, етничке, регионалне, професионалне и друге разлике). Језичко раслојавање и језички варијетети имају различите узроке, облике и појавне манифестације: од географско-територијалних преко друштвено-културних до индивидуалних. Тако се стварају специфични дијалекти "подјезици", као што су: говорни језик, језик јавног саобраћаја, политичко-идеолошки језик, језици појединих струка и наука, поетски језик, улични жаргон и сл. Због тога у сваком друштву важну улогу има стандардни или књижевни језик, као стручно нормиран и друштвено прихваћен облик језика, коме његове значајне функције у образовању, јавном животу, књижевности и култури обезбеђују друштвени статус какав имају поједини дијалекти.¹⁵

Као и све друге друштвене појаве и језик се непрекидно мења пратећи и изражавајући одговарајућа друштвена и културна збивања и промене. Радикалне и бурне промене до којих је дошло у савременим друштвима индустријске цивилизације, са читавим низом пратећих друштвено-културних промена, изазвале су велике промене у области језика и симболичке комуникације уопште.

Споразумевање је превасходно друштвена активност. Историја људског друштва и настанак човека као бића праксе не могу се ни замислити без развоја језика и других облика симболичке комуникације. Комуникација је у средишту културе као особене човекове средине. Људска интеракција, социјализација, учење, интеграција, стварање вредности, и тд., немогући су без језика и других облика комуникације као своје основе. Усавршеност језика је предуслов за развој културе као целине.¹⁶ Од свих система порука језик има највише техничког у себи и користи се као модел за анализирање других облика комуникације људи.

Језик и симболичка комуникација имају велики значај за људско друштво, јер без њих друштво не би могло ни постојати. Комуникацијом се омогућава повезано деловање људи, а та повезаност је у основи свих друштвених појава, јер оне и настају, између осталог, баш путем повезаности у деловању људи. Без повезаности људи не би могли усклађивати своје делатности у јединствен друштвени ред. За савремено сложено, техничко и развијено друштво комуникације имају много шири значај и смисао. Оне су не само средство друштвености већ и услов опстанка и сталног напретка друштва и човека.

¹⁴ О. Јесперсен, *Човјечанство, народ, појединац*, Сарајево 1978, стр. 17.

¹⁵ Р. Бугарски, *Језик и лингвистика*, Београд 1984, стр. 411.

¹⁶ Е. Сапир, *Огледи из културне антропологије*, Београд 1984, стр. 23.