

ture i omogućava da se na adekvatan način odrede motivi otpora prema njenim izvesnim pojavama i svojstvima. Teškoća je međutim u tome što se neke pojave masovne kulture ne mogu smestiti u kategoriju simboličkih realizacionih ponašanja, već zalaze u oblast simboličke instrumentalne kulture, kao što je masovna informacija i popularna nauka, ili u oblast neposredne realizacione kulture, kao što je sport i različite vrste pokretnih zabavnih aktivnosti.

Ovaj problem ne rešava ni upotreba pojma duhovne kulture. Masovna kultura, slično mnogim drugim kompleksima kulturnih pojava, kao što je, na primer, tehnika, jednostavno se ne da u potpunosti smestiti u jednu klasifikacionu kategoriju. Masovna kultura se, uostalom, može definisati šire ili uže. U njenom najuobičajenijem shvatanju, koje će biti osnova za analizu u ovom radu, masovna kultura u principu ostaje u okvirima simboličke realizacione kulture.

II

DRUŠTVENI OKVIRI MASOVNE KULTURE

Definicija masovne kulture

Masovna kultura nije pojava novijeg datuma. Mada je tokom posleratnih godina doživela posebnu intenzifikaciju, postepeno se razvijala najmanje dva veka. Nastala je kao sporedni proizvod industrijske revolucije, uporedo sa industrijalizacijom i urbanizacijom, i gotovo od početka svog postojanja bila je predmet kritičkih refleksija i nemira intelektualnih sfera. Pitanja kritike masovne kulture biće izneta u daljem toku rada.

U bogatoj i stalno rastućoj literaturi o ovom predmetu retko se susreće definicija masovne kulture. Ovaj pojam je postao toliko popularan, da većina autora koji se njime koriste ne oseća potrebu za njegovim preciznijim određenjem. I pored toga što se obim razmatranog predmeta u većini slučajeva stvarno poklapa s tim pojmom, nedostatak preciznih definicija ipak predstavlja izvor nejasnoća i nesporazuma. Do toga dolazi naročito zato što koncepcije masovne kulture često prejudiciraju njenu ocenu. Masovna kultura se identifikuje s vulgarnom kulturom, kulturom najnižeg nivoa. Uvođenjem karakteristike sadržaja u samu definiciju razmatrane pojave i razrešavanjem u samom ishodištu pitanja njene ocene ograničava se primena pojma masovne kulture i smanjuje njegova upotrebljivost kao oruđa uporednih istraživanja.

Pojam masovne kulture treba u osnovi da bude neutralan i dovoljno širok, da obuhvati pojave koje se

WAF
gaf

danas javljaju u različitim društvenim sistemima i etničkim tradicijama; a ipak toliko selektivan, da omogućujući izdvajanje kompleksa kulturnih pojava, sagledivog i jedinstvenog u formalnom pogledu. Koristeći potpunu slobodu, svojstvenu definicijama koje se projektuju, masovna kultura se može odrediti kao kompleks normi i tipova ponašanja veoma široke primene. U tom smislu svaki običaj ili navika (na primer, običaj spavanja na krevetu, pušenja, pozdravljanja klimanjem glave), rasprostranjen među stotinama hiljada ili među milionima ljudi, predstavljao bi elemenat masovne kulture. Tako široka definicija bila bi ipak od male koristi s obzirom na amorfni karakter kompleksa pojava koje ispunjavaju njen delokrug; takođe ne bi uopšte računala s već znatno ustaljenim, zatečenim smislom tog termina.

U skladu s najopštije prihvaćenim značenjem, pojam masovne kulture odnosi se na pojave savremenog prenošenja identičnih ili analognih sadržaja koji teku iz malobrojnih izvora ka velikim masama primalaca kao i na jednoobrazne forme zabavne, zabavilačke delatnosti velikih masa ljudi. Kad bi predmet tako definisanog pojma bio u potpunosti iscrpljen, razmatranja koja se odnose na masovnu kulturu trebalo bi, između ostalog, da obuhvate pitanja školstva i prosvete, sve oblasti umetnosti koje privlače širu publiku, organizaciju verskog života, a s druge strane sport, ples, turistički promet itd. Nikada kao dosad teorija masovne kulture i istraživanja masovne kulture nisu obuhvatila tako širok krug pitanja. I mada se obim proučavanja širi, naročito tamo gde se ona — kao u novijim radovima francuskih sociologa — povezuju sa opštom problematikom slobodnog vremena, tipična problematika masovne kulture se zatvara u uže granice.

Dosadašnja istraživanja i teorija masovne kulture koncentrišu se na pojave intelektualne, estetske i ludičko-rekreativne (ili zabavno-rekreativne) čovekove delatnosti, koje su posebno povezane s delovanjem takozvanih sredstava masovnog komuniciranja, dakle, na sadržaje širene pomoću tih sredstava. Te pojave se u celini nalaze u okvirima simboličke kulture, a u znatnoj meri i u okvirima realizacione kulture. Među istraživa-

čima masovne kulture možemo naići na upozorenja protiv potpunog identifikovanja njene problematike s problemima sredstava masovnog komuniciranja.¹ Ne treba ipak izgubiti iz vida da primena masovnih sredstava predstavlja faktor koji diferencira određeni specifični tip kulture različit od ostalih istorijskih oblika njenog ispoljavanja. Zahvaljujući sredstvima masovnog komuniciranja najpotpunije se ostvaruju dva osnovna kriterija koji karakterišu masovnu kulturu: kriterijum kvantiteta i kriterijum standardizacije.

Oba ova kriterija su međusobno čvrsto povezana, jer masovno prenošenje sadrži jedinstvo, standardizaciju predmeta. Kriterijum kvantiteta nije lako izraziti u brojkama. Nemoguće je utvrditi precizne pokazatelje koji označavaju granicu masovne recepcije kulture nezavisno od načina stvaranja i širenja sadržaja i društvenog karaktera skupine primalaca. Kvalifikaciju pojava masovne kulture olakšava analiza osobina tih primalaca, odnosno publike.

Početkom XX veka (G. Tard) je definisao publiku kao rezultat duhovnog uticaja koji dovodi do psihičkog sjedinjavanja ljudi bez fizičkog zbližavanja, kakvo se javlja kod gomile.² U savremenim definicijama publika se određuje kao labavo grupisanje koje se odlikuje određenim zajedničkim interesovanjem, znanjem, potrebom i ocenom.³ Ukoliko više raste masa publike, utoliko ona više postaje heterogena, izdiferencirana. Publiku masovne kulture najčešće karakteriše prostorna razućenost; to je posredna publika koja se formira usled delovanja širokog kruga podsticaja, kao što su štampa, radio i televizija, a ne usled fizičkog zbližavanja, što je karakteristično za publiku neposredno grupisanu na jednom mestu i u isto vreme, koja iste sadržaje prima ne samo kolektivno nego i zajednički, a istovremeno podleže uticajima uzajamnog kontakta.

¹ P. F. Lazarsfeld, *Mass Culture Today*, u knjizi *Culture for the Millions?*, N. Jacobs, ed., Princeton 1959.

² G. Tarde, *Opinia i tłum*, Warszawa 1903. Suprotne pojmove publike i mase analizirao je R. Park u ranoj raspravi *Masse und Publikum: eine methodologische und soziologische Untersuchung* (Heidelberg 1904), pisanoj pod uticajem koncepcija Le Bona.

³ R. K. Merton, *Social Theory and Social Structure*, Glencoe 1957, str. 482.

Definicija masovne kulture ne obuhvata samo brojnost primalaca nego i karakteristična svojstva koja omogućavaju nastanak sekundarne publike sa navedenim osobinama. I ranije, u epohama koje su prethodile eri masovne kulture, nastajale su mnoge skupine neposredne publike. Stvarali su ih pozorište, igre i religiozne svečanosti antičkih i srednjovekovnih kultura. Nastanak posredne masovne publike, međutim, uslovljen je tehničkim sredstvima koja predstavljaju elemenat novijeg vremena. Simbolični sadržaji, koji se danas prezentiraju brojnoj i prostorno razućenoj publici, moraju biti na odgovarajući način umnoženi. Umnožavanje se postiže na dva načina: ili putem mnogih otisaka, kopija jednog istog predmeta, ili pomoću mnogih prijemnih uređaja koji omogućavaju istovremenu recepciju istog zvuka, slike, znaka na mnogim punktovima, mada su poslati iz jednog izvora. Prvi tip širenja standardizovanih sadržaja obavlja se pomoću štampe, fotografskih i filmskih kopija, reprodukcija i ploča; drugi se javlja kad su u pitanju radio i televizija.

Sva nabrojena tehnička sredstva karakterišu masovno komuniciranje i širenje. Njihovo funkcionisanje neraskidivo je povezano s nastankom masovne kulture. Pružajući standardizovane, umnožene kopije, ona obebeđuju široki domet sadržajima te kulture. Ona takođe omogućavaju istovremenost, a u najmanju ruku i savremenost recepcije. Periodika i knjige, film, radio i televizijske emisije javljaju se kao kristalizacioni centri velike, često milionske publike koja istovremeno doživljava identične simboličke sadržaje emitovane iz jednog izvora.

Realizacija kriterija kvantiteta i standardizacije koji označavaju masovnu kulturu zahteva ispunjenje osnovnog uslova brze komunikacije širokog obima. Taj uslov ispunjavaju i tehnička sredstva komunikacije, u uobičajenom značenju tog pojma, koja ulaze u sastav neposredne kulture: železnica, automobil, avion i uređaji koji specijalno služe simboličkoj komunikaciji: štampa, radio, televizija. Zahvaljujući njima sadržaji se prenose na hiljade kilometara, a publika geografski može da se prostire od Moskve do Pariza, od Vašingtona do Londona.

Iz načina komuniciranja sadržaja masovne kulture proističu svojstva koja predstavljaju dalje kriterije za njeno definisanje. Masovnu kulturu naročito karakteriše formalizovanje i opredmećenje puteva prenošenja. Klasični ep, viteška srednjovekovna poema, narodna priča — izgovoreni od strane pevača ili pripovedača — dopevali su neposredno do slušalaca. Neposredni, lični kontakt stvaraoca ili realizatora sa auditorijem predstavljao je uslov kulturnog doživljaja. Osim tog kontakta nisu bila potrebna nikakva tehnička sredstva i nikakva ili gotovo nikakva organizacija. Zamena neposrednog auditorija masovnom publikom zahteva primenu komplikovane i složene organizacije. I jedno i drugo utiče na promenu karaktera društvene veze koja se javlja između stvaralaca i primalaca kulture.

U epohama koje prethode masovnoj kulturi umetnik se obraćao užim i jedinstvenijim krugovima i nije gubio kontakt s primaocima; čak ako i nije bio oči u oči sa auditorijem, mogao se lako sresti s tipičnim predstavnicima svoje publike i živo je osećao njene reakcije. Masovna publika isključuje mogućnost takve veze, ne samo svojom masovnošću nego i heterogenošću i razbijenošću. Reakcije primalaca mogu u tim uslovima ići drugim putevima: korespondencijom, a često i specijalnim ispitivanjem javnog mnjenja koje podseća na sondažu ekonomskog tržišta.

Analogija s tržištem u ekonomskom smislu često se nameće primaocu kad je reč o karakteristikama organizacije masovne kulture. Termin „produkcija“, koji je takođe uzet iz ekonomske oblasti, koristi se u odnosu na organizaciju proizvodnje i širenja kulturnih sadržaja. Stepen komercijalizacije masovne kulture nije svuda isti; on zavisi od društvenog uređenja i tradicije zemlje koja razvija masovnu kulturu. U izvesnoj meri, ipak, ova kultura svuda postaje roba koju stvaraju specijalizovane institucije i koju isporučuje specijalizovani sistem distribucije. Ova osobina sistema organizacije takođe spada u kriterije koji određuju masovnu kulturu.

Nastanak kulturnih pojava, za koje su karakteristični pomenuti kriterijumi kvantiteta, standardizacije, komunikacije, formalizacije i organizovanja, moguć je samo u određenim uslovima razvoja drugih grana kul-

ture, koje spadaju u oblast neposredne i simboličke kulture, samo u društvima određenog tipa. Mnogobrojne, višehiljadite skupine publike mogu nastajati samo na bazi velikih društava, pri čemu broj ovde ne igra odlučujuću ulogu prilikom određivanja pravih razmera jednog društva. Norveška sa tri i po miliona stanovnika poseduje danas masovnu kulturu čije su forme bile strane Engleskoj u XVI veku sa pet miliona stanovnika.

Društvo koje stvara uslove za nastanak masovne kulture odlikuje se specifičnim svojstvima društvene veze, koja su, opet, funkcija njegovog ekonomskog i tehničkog razvoja. Masovna kultura kao dominantna forma organizacije simboličke kulture nastala je u industrijalizovanim i urbanizovanim društvima, ali to ne znači da se u savremenoj eposi pojava masovne kulture ograničava isključivo na društva tog tipa. Naprotiv, karakteristična svojstva ove kulture, koja pogoduju širokoj difuziji, omogućavaju prodor njenih različitih formi u takozvane slabo razvijene zemlje. Već u razdoblju između dva rata radio je prodro na Bliski istok i u zemlje Latinske Amerike, zaostale u tehničko-ekonomskom pogledu. Danas se masovna kultura širi na zemlje crne Afrike.⁴ Radio i televizija kao proizvod uvoza mogu dopreti do poluprimitivnih plemenskih naselja pre nego industrija, pa čak i železnica i škola, jer njihova recepcija ima pasivan karakter. Međutim, očigledno je da nastanak i spontani razvoj masovne kulture pretpostavljaju drugačiji tip društva nego što je onaj koji vlada u ekonomski slabo razvijenim zemljama, razbijenim na niz tradicionalnih lokalno-rodovskih društava i ogrezlim u analfabetizam. Još uvek se u pojedinim zemljama zapaža visok stepen korelacije između umeća čitanja i pisanja, i stepena radiofonizacije i razvoja televizije.

Joc
g. p. 2
Društva u kojima nastaje masovna kultura često se nazivaju masovnim društvima. Međutim, taj pojam izaziva mnoge nedoumice i kontroverze, pa stoga iziskuje da bude posebno, kritički razmotren. U ovom delu karakteristike, međutim, reč je o društvenim uslovima razvoja masovne kulture, koji se mogu prihvatiti kao

⁴ J. Chałasiński, *Komunikaty i materiały, Przegląd Socjologiczny*, tom XV/2.

neosporni. Jedan od tih uslova je urbanizacija društva, shvaćena ne kao izraz apsolutne brojčane prevage gradskog stanovništva nad seoskim, već kao društveno-ekonomska dominacija velikih gradskih centara u životu cele zemlje uz njihov neposredni uticaj na najveći deo zemlje. U toj situaciji izolacija malih lokalnih društava je probijena i ne predstavlja prepreku zračenju kulture svojstvene velikim gradovima.

U zemljama najrazvijenijim u ekonomskom smislu urbanizacija može prezentovati različite modele. Englesku, najurbanizovaniju zemlju na svetu (80% gradskog stanovništva), karakteriše koncentracija stanovništva neposredno u velikim gradskim centrima. U gradovima s više od sto hiljada stanovnika u novije vreme je koncentrisano 45% stanovništva. U SAD je i stepen urbanizacije nešto manji (60% gradskog stanovništva u 1950. godini), ali je i vid te urbanizacije nešto drugačiji. Dvedeset i dva grada sa više od sto hiljada stanovnika obuhvataju samo 29% stanovništva. Urbanizacija i pored toga predstavlja bitan činilac koji određuje kulturu te zemlje, s obzirom na koncentraciju stanovništva u metropolitiskim regionima koji se grupišu oko velikih gradova. Godine 1940. u 44 takva regiona živela je gotovo polovina stanovnika SAD.⁵

Urbanizaciju, uistinu, ne treba sasvim poistovećivati s industrijalizacijom. Veliki gradovi koji dostižu milion stanovnika javljali su se sporadično i u istorijskim razdobljima koja prethode eposi mehanizovane industrije. U bazenu Sredozemlja takvi gradovi bili su u starom veku Rim i Aleksandrija; a u Aziji Peking i Nanking. Višemilionski „metropolitiski regioni“, uključivanje još širih teritorijalnih površina u orbitu pod neposrednim uticajem „gradskog načina života“ i, na kraju, brojčana prevaga gradskog stanovništva — pojave su isključivo karakteristične za industrijalizovana društva.

Industrijalizacija uslovljava brojčani porast društva, zajedno s modernim vidom urbanizacije, te je preduslov rađanja masovne kulture. Razvitak tehnike igra pri tom neposredniju ulogu u procesu nastajanja tog

⁵ P. M. Hauser, *The Changing Population Pattern of the Modern City*, u knjizi: P. K. Hatt, A. J. Reiss, *Cities and Society*, Glencoe 1957.

vida kulture. O značaju tehničkih sredstava već je bilo govora u vezi sa određenjem masovne kulture pomoću kriterija kvantiteta, standardizacije i komuniciranja. Komplikovana tehnička sredstva nisu potrebna samo radiju, filmu i televiziji nego i masovnoj proizvodnji i distribuciji knjiga i časopisa. Do omasovljenja štampane reči došlo je tek posle uvođenja mehanizacije u proces štampanja. Tako je uvođenje mehaničke štampe početkom XIX veka (1810) omogućilo da se broj tabaka štampanih za jedan sat poveća na hiljadu i sto, što znači gotovo četvorostruko u odnosu na produktivnost ručne štampe. Rotaciona štampa, pronađena 1848. godine, povećala je tu količinu na dvadeset četiri hiljade tabaka.⁶ Ovo usavršavanje tehnike bilo je od posebnog značaja za razvoj velikotiražne dnevne štampe, koja zahteva brzu proizvodnju.

Tehničke uslove za razvoj masovne kulture ne treba, međutim, razmatrati izolovano od društvenih okolnosti. Usavršavanje tipografije bilo bi bespredmetno kad evolucija društvenih uslova ne bi stvarala potrebu za masovnom proizvodnjom dobara simboličke kulture. Kakav bi smisao mogao imati dnevni list milionskog tiraža u društvu analfabeta? Masovna simbolička kultura razvijala se prvobitno kao kultura štampane reči. Uslov za taj razvoj bilo je širenje prosvete na elementarnom nivou, a ono je napredovalo s procesom relativne demokratizacije društava. Standardizacija sadržaja kulture nije iziskivala samo stvaranje određenih tehničkih uslova, nego i formiranje tipa „masovnog primaoca“, čije su kvalifikacije bile u izvesnom smislu standardizovane. Tom primaocu se ponekad pripisuje i standardizacija ukusa. Međutim, to je poseban i sporan problem i zahteva posebno razmatranje. Nastanak „masovnog tržišta“ primalaca kulture trebalo je da omogućí širokim masama primalaca slobodno vreme (od proizvodnog rada), koje bi moglo biti posvećeno slobodnom korišćenju dobara simboličke kulture. Tehnički i društveno-ekonomski progres, koji omogućava redukcija vremena rada, doprineo je stvaranju masovnog pritiska na kulturu.

⁶ S. H. Steinberg, *Five Hundred Years of Printing*, Edinburg 1955, str. 192.

Svi navedeni uslovi nastanka i razvoja masovne kulture ostvareni su u određenoj istorijskoj episi, koja u zemljama Zapadne Evrope i Severne Amerike pripada razdoblju nastalom posle industrijske revolucije XVIII i početka XIX veka. Masovna kultura, nadalje, predstavlja pojavu sa označenim istorijskim granicama, a u najmanju ruku sa izrazito naznačenim početkom. Vremensko-prostorno lokalizovanje ove pojave ne ometa traženje njenih veza sa selekcionisanim svojstvima društava koja predstavljaju njene okvire i ispoljavanje tih veza u kategorijama opštijih pravila.

Kao što je rečeno, literatura posvećena masovnoj kulturi nije bogata pokušajima njenog definisanja. Jedan od malobrojnih pokušaja jeste definicija francuskog sociologa Ž. Fridmana: „Pod kulturom masa podrazumevam ukupnost kulturnih konsumpcionih dobara, stavljenih na raspolaganje javnosti u najširem značenju te reči... pomoću masovnog komuniciranja u okvirima tehničke civilizacije“.⁷ Ova definicija uzima u obzir mnogobrojne elemente masovne kulture koji su ovde prihvaćeni.

U jednom od prethodnih delova ovoga rada bilo je govora o tendencijama dezintegracije, koje se javljaju u velikim savremenim društvima, ali i o novim integracionim procesima koji su svojstveni ovim društvima. Masovna kultura, nezavisno od svog karaktera i nivoa, jeste jedno od oruđa nove društvene integracije. Ona reprezentuje tip kulture stvoren u određenoj episi. Bez obzira na to da li će njena vrednosna ocena na kraju biti pozitivna ili negativna, u njoj treba videti istorijsku pojavu od velikog značaja.

Značaj te pojave rastao je uporedo s njenim obimom. Masovnost masovne kulture, međutim, stalno raste. U procesu demokratizacije kulture na prelazu iz XVIII u XIX vek pojavili su se izvesni zameci i oblici izraza veoma podesni za masovno širenje, koji su postali posebno karakteristični za kasniju, u kvantitativnom smislu sve masovniju kulturu. Ti zameci i oblici rano su skrenuli pažnju kritičara, što objašnjava prividno para-

⁷ G. Friedmann, *Enseignement et culture de masse*, Communications, Centre d'Etudes de Communications de masse de l'Ecole Pratique des Hautes Etudes, Paris 1962, str. 3.

ja pored istorijske etikete imaju tu vrlinu da nisu opterećena autorskim pravima. Međutim, oni su mnogo uzdržljiviji prema novom stvaralaštvu koje kida sa tradicionalnim konvencijama. Među intelektualnim i umetničkim delima „više kulture“ nesumnjivo vrše selekciju, diktiranu svojevrsnim kategorijama ocene, i iskorišćuju ih na poseban način. Ni u kakvim okolnostima ne postoji apsolutna podela na masovnu kulturu, shvaćenu u navedenom smislu, i na kulturu višeg nivoa.

Samo pristrasna kritika masovne kulture imputira njenim organizatorima i producentima kao opšti motiv ponašanja skrivene intencije korupcije ukusa publike. U kapitalističkim zemljama dominantni motiv ima komercijalni karakter, mada težnja za profitom upućuje na elastičnu akciju. Pored standardizovane proizvodnje, u skladu sa stereotipnim uzorima menadžeri kulture koriste i princip raznovrsnosti i bogatstva sadržaja. Efikasnost ovog principa ocenjivana je još u doba Getea koji je Direktor pozorišta iz *Fausta* stavio u usta već citiranu maksimu. Praktičnu realizaciju analognog principa predstavljaju programi savremenih revija, varijeteta i muzičkih serija, pod parolom: „Za svakoga nešto lepo“, ali, takođe, i korišćenje sadržaja crpenih iz rezervi takozvane više kulture preko sredstava masovnog komuniciranja.

Masovna kultura se ni pod kojim okolnostima ne može odreći specijalne proizvodnje namenjene masovnom širenju. O tome odlučuje obim njene kvantitativne rasprostranjenosti i specifičnost sadržajnih zahteva, neizbežnih u određenoj oblasti. Ona se nigde ne ograničava na iskorišćavanje jedne vrste proizvodnje, organizovane u skladu sa ranije prikazanim tipovima formi i sadržaja. Takođe ne bi bilo ispravno izjednačavati je sa jednim tipom simboličkih poruka. Osim prihvatanja principa zajedničkog imenitelja, masovna kultura je eklektična s obzirom na predmete i nivoe. Jednu od njenih najkarakterističnijih osobina čini homogenizacija. Razmatranje ovog svojstva ima bitno značenje za poznavanje i ocenu masovne kulture.

Homogenizacija masovne kulture i nivoi kulture

U bukvalnom smislu, homogenizacija znači ujednačavanje. Pišući o homogenizaciji masovne kulture, D. Makdonald je upoređivao njen proces sa postupcima koji se primenjuju kod pripreme mleka za potrošnju: da bi se izbegla pojava sloja masla, mešaju se čestice masti sa čitavom supstancom. Homogenizacija u oblasti kulture treba da se zasniva na istom postupku dobrog mešanja elemenata različitog nivoa i njihovog pretvaranja u jedinstvenu masu, čija je svaka porcija podjednako svarljiva i hranljiva.

Očigledan cilj Makdonaldove metafore je da kod čitaoca izazove osećaj trivijalnosti kulturnih procesa, koji se mogu porediti sa postupcima prerade mleka. Makdonald, međutim, nije bio pronalazač homogenizacije kulture; nije on uveo ovaj termin za opis pojava simboličke kulture. R. H. Tauner strahovao je dvadesetih godina od homogenizacije kulture, shvatajući pod tim terminom opšte ujednačavanje kulture. Takvo izjednačavanje, čak kad bi se izvršilo i na najvišem nivou, vodilo bi, po njegovom mišljenju, stagnaciji kulture.⁶⁹

Karl Manhajm je šire shvatao koncepciju homogenizacije i drugačije je ocenio svojstvo ove pojave. On je homogenizaciju posmatrao kao pojavu gubljenja distance (dedistancijacija), do koje najpotpunije dolazi u savremenim društvima, ali koja se takođe javljala na međi srednjeg veka i renesanse i u eposi baroka. Manhajm je pisao: „Naša suvremena kultura obilježava korjenito odbacivanje ‚razdaljine‘, kako u društvenim odnosima, tako i u području kulture. Naše doživljajno područje sve se više ujednačuje i nestaju nekadašnja stupnjevanja i podjela na ‚visoko‘ i ‚nisko‘, ‚sveto‘ i ‚svjetovno‘. U svim prethodnim razdobljima takve su podjele bile od presudnog značenja... Ujednačavanje doživljajnog područja nije jedino pitanje naučnog pristupa. Možemo ga posmatrati i u svakodnevnom živo-

⁶⁹ A. Górski, *Niepokój naszych czasów*, Warszawa 1938. Górski se poziva na francuski prevod: R. H. Towner, *La philosophie de la civilisation*, Paris 1928.

tu... Isti tok javlja se u umetnosti i filozofiji... svet predstavljenih predmeta je ujednačen".⁷⁰

Prema Manhajmu, hijerarhija zasnovana na distanci, koja je prožimala sistem društvene organizacije u prošlim vekovima, odražavala se u svim oblastima kulture. Poezija je u starom veku stavljana iznad likovnih umetnosti, koje su omalovažavane zbog njihove veze sa fizičkim radom; fakulteti srednjovekovnih univerziteta delili su se na više i niže prema predmetu izlaganih nauka; formalna struktura akademskog slikarstva odražavala je hijerarhiju predstavljenih predmeta.

Ilustrovanje pojave koju je Manhajm okarakterisao pruža odnos prema primenjenoj umetnosti. U raspravi o umetničkoj industriji, objavljenj 1908. godine, Sombart je pisao o poretku utvrđenom u oblasti vrednovanja ciljeva i kulturnih predmeta, konstatujući da se u životu više poštuju predmeti koji služe višim ciljevima, nego oni koji pomažu ostvarenje nižih.⁷¹ Ovakvom stanovištu suprotstavlja se princip dedistancijacije, prema kome ni cilj ni predstavljeni predmet ne vrše uticaj na umetnički nivo stvaralaštva. U skladu sa primerom koji je dao Manhajm, mrtva priroda koja predstavlja povrće nije ništa manje delo umetnosti od slike Madone.

Manhajmova razmišljanja o homogenizaciji omogućavaju da se oceni istorijska perspektiva ove pojave, na čijoj se pozadini izrazito oortava njena veza sa tokom društvenih preobražaja i specifičnost njenog manifestovanja u savremenoj eposi. Masovna kultura u širokom, ovde prihvaćenom shvatanju, krenula je nesumnjivo korak dalje u procesu homogenizacije u odnosu na stanje koje je opisivao Manhajm. On je naglašavao da je hijerarhija predstavljenih predmeta prestala da igra ulogu u savremenoj umetnosti; međutim, u skladu sa nestankom diferencijacije onoga što je bilo predstavljanje, veći značaj su dobijale razlike u načinu predstavljanja, umetnički oblici dela. Princip homogenizacije u masovnoj kulturi ide ka uklanjanju i ove

⁷⁰ K. Mannheim: *Essays on the Sociology of Culture*, London 1956, str. 227—228 (skice pisane početkom tridesetih godina). Cit. prev. prema: K. Mannheim, *Eseji o sociologiji kulture*, Zagreb 1980, str. 236—237.

⁷¹ W. Sombart, *Kunstgewerbe und Kultur*, Berlin 1908.

distance, vodi poređenju, ako ne i faktičnom izjednačavanju, proizvoda veoma neujednačene formalne vrednosti, različitog umetničkog nivoa.

Pojava homogenizacije ne može se razmatrati odvojeno od problema nivoa simboličke kulture. Ova tačka sociološke analize masovne kulture stvara velike teškoće; sociolog obično nije nadležan za ocenu vrednosti intelektualnih i umetničkih dela. Ako i izriče tu ocenu, izlaže se riziku arbitralnih sudova; ako zadržava odgovarajuću skromnost i ako se odriče samostalnih ocena, tražeći oslonac u sudovima poznavalaca, nailazi na otpore javnog mnjenja koji sprečavaju da se nađe jedinstven, izrazit kriterij. Teškoće se uvek javljaju naročito u oblasti estetskih sudova, do čije je jasnoće proučavaocu masovne kulture naročito stalo.

Šilsova rasprava o masovnom društvu i njegovoj kulturi primer je kako sociolog pokušava da okarakterise diferenciranje nivoa kulture. Šils je istakao tri nivoa kulture, koje je označio kao nivo više kulture (rafinirane, istinske), obične ili prosečne kulture i niske ili brutalne kulture. Do određenja svakog od navedenih nivoa dolazio je sa stanovišta izrazitih, formalnih kriterija, takvih kao što su specifičnost umetničkih vrsta ili trajnost istorijskog dostignuća. Međutim, morao je konstatovati da ni jedno ni drugo određenje nije zadovoljavajuće; pored vrsta svojstvenih samo jednom nivou, kao što je opereta koja je svojstvena običnoj kulturi, postoji dosta takvih vrsta, kao što su roman ili komedija, koje se javljaju na svim nivoima. Neki od proizvoda nižeg nivoa kulture takođe se odlikuju velikom istorijskom trajnošću. Šils je morao da stavi glavni naglasak na svojstvo kulture pojedinačnih nivoa, pri čemu je nužno prekoračio kompetencije sociologa, upuštajući se u samostalno određivanje kriterija sudova estetske prirode.⁷²

U krugu američkih humanista izazvala je dosta rasprava Grinbergova kritika; on je formulisao trodelnu klasifikaciju dela umetničke kulture, s namerom da je

⁷² E. Shils, *Mass Society and Its Culture*, u knjizi *Culture for the Millions?*; upor. takođe: *Kultura społeczeństwa masowego i Społeczeństwo mas a trzy poziomy kultury*, *Przegląd Kulturalny*, 1959, br. 42, 46.

svede na krajnju dihotomiju. Po Grinbergu je jedino avangardna umetnost, nastala kao revolucionarni protest protiv buržoaskog sveta, predstavljala u XX veku kulturu umetničkih vrednosti; međutim, jedino je ona u suštini bila društveno neangažovana. To je umetnost skoncentrisana oko problema stvaralačkog rada, koja neprestano traži nove forme izraza, ispunjena neposrednošću, autentičnošću i svežinom.

Ovoj jedino autentičnoj umetnosti suprotstavlja se na višem nivou akademizam, u užim društvenim krugovima, a na nivou masovne recepcije najširih slojeva — *kič*, koji je po Grinbergu sinonim masovne kulture. I jedan i drugi odlikuje se podređenošću, ustaljenim pravilima i receptima, kontinuitetom prihvaćenog manira. Akademizam predstavlja formu nekadašnje više kulture, ogrezlu u vizantinizmu-aleksandrizmu, a *kič* podražava često vulgarizovane uzore akademizma. Otuda Grinberg smatra akademizam za *kič* višeg nivoa.⁷³ Ovakvom shvatanju akademizma približno odgovara Šilsova opšta kultura označena u američkoj terminologiji kao kultura *Middel brow* ili — prema shvatanju D. Makdonalda — *Midcult*.

Koncepciju tri nivoa primalaca kulture, kao osnovu za podelu kulture, uveo je u literaturu Van Vik Bruks u knjizi *Amerika's Coming of Age* (1915), poznatoj u ono doba. Kasnije ju je razvio Rasel Lajnes; formulacije tri nivoa kao kulture *Highbrow*, *Middelbrow* i *Lowbrow* ušle su u svakodnevni jezik u Americi.

Među različitim popularnim, pretežno kritičkim formulacijama odrednice *Highbrow*, Lajnes navodi doskočicu prema kojoj „*Highbrow* predstavlja vrstu čoveka koji gleda kobasicu, a misli na Pikasa”.⁷⁴ U njegovoj interpretaciji ovu formulaciju valja shvatiti kao kon-

⁷³ G. Greenberg, *Avant-Gard and Kitch*, u knjizi *Mass Culture*; članak je prvi put štampan u *Partisan Review*, 1947.

⁷⁴ R. Lynes, *The Taste Makers*, New York 1954. Lajnes skreće pažnju na promenljivost lokalizacije pojedinih umetničkih dela na različitim nivoima kulturne recepcije, ilustrujući svoju tezu, između ostalog, primerom Vistlerove slike čije su se reprodukcije naizmenično pojavile u izdanjima višeg, srednjeg i niskog nivoa u decenijama: 1870—1890, 1910—1920, 1940—1950; Lajnes je notirao i suprotan pravac: Grifitov film, koji je u drugom razdoblju pripadao kulturi *Lowbrow*, u trećem je napredovao do nivoa zainteresovanosti *Highbrow*.

stataciju stalnog apsorbovanja problema kulture i njihovog povezivanja sa svim, čak i najsvakodnevnijim aspektima života. *Highbrows* žive u traganju za lepim i dubokim, kako u okolnim predmetima svakodnevnog života, tako i u velikim umetničkim delima. Sami, po pravilu, nisu stvaraoci i navlače na sebe odijum koji obično postaje predmet učešća neplodnih kritičara i diletanata, međutim, predstavljaju kategoriju primalaca elitne, avangardne umetnosti i nauke, stvaraju atmosferu oko stvaralaca i intelektualaca, oživljavaju institucije koje su oslonac više kulture.

Highbrows nisu neraspoloženi prema ograničenim primaocima popularne kulture. Pripisuju im primitivan, ali ne iskvaren ukus, i smatraju ih potencijalnim korisnicima viših vrednosti. Spremni su da priznaju vrednosti izvesnim elementima popularne kulture, na primer džezu i nekim stripovima, smatranim prirodnim proizvodom narodnog stvaralaštva. Međutim, čitava njihova pasija okreće se protiv kulture *Middelbrow* — umetnosti privida, surogata i *kiča*, korumpirane i demoralisane mase komercijalne imitatorske kulture.

Ovo stanovište je snažno ukorenjeno i veoma rašireno u intelektualnim krugovima evropsko-američke civilizacije sfere. U Americi ga je izrazila Virdžinija Vulf. U Poljskoj je dvadesetih godina Leon Hvistek konstatovao postojanje velikog jaza između srednjeg i višeg nivoa kulture. Ondašnji Hvistekovi pogledi predstavljaju isti onaj intelektualno-estetski tok koji je dao avangardno evropsko slikarstvo i uticao na formiranje kruga američkih pisaca, umetnika i kritičara dvadesetih godina, okupljenih oko časopisa *The Seven Arts*, *The Studio*, *The Dial*, *Freeman*, o čemu je pisao Bruks. Savremeni intelektualci kritičari masovne kulture žive u tradiciji ondašnje sredine, pa je lako utvrditi sličnost između Hvistekovih pogleda i stanovišta Grinberga i Makdonalda.

U referatu posvećenom posleratnoj kulturi (1929), Hvistek je zaključio: „Pre svega moramo razlikovati razne stepene duhovne kulture. Zanimajući najniži stepen, koji odgovara nivou čoveka koji fizički radi, ističem srednji nivo, koji se zasniva na usvajanju goto-

vih kulturnih vrednosti, i viši nivo, koji odgovara sferi borbe za nove kulturne vrednosti".⁷⁵

Još ranije, u raspravi *Pluralizam stvarnosti*, Hvište je izrazio uverenje da postoje neposredni kriterijumi koji omogućavaju da se umetnička dela razlikuju od drugih predmeta. U skladu sa njegovim opštim stavom, istovetnim sa formističkim pogledima St. I. Vitkjeviča, navedeni kriterijumi se odnose na formu i odgovaraju principima ocene velike umetnosti mnogih savremenih kritičara, između ostalog Grinbergovom navedenom mišljenju.

Primena ovih kriterija dovodi do relativno podudarnih estetskih ocena, na osnovu kojih nastaje posebna kategorija dela i stvaralaca najvišeg nivoa. Nju sačinjavaju elementi koji obuhvataju izabrane položaje intelektualne i umetničke tradicije i savremenosti: vizantijska umetnost, Bah, Kjerkegor, Rilke, V. B. Jelts, T. S. Eliot, Džojls, Kafka, Pikaso, Mondrijan, Kle, Bartok, Stravinski, Šenberg. U principu nema nikakve sumnje kad je reč o pravu građanstva ove kategorije stvaralaca, koja čini sam centar sveta više kulture. Na periferiji ovog centra, međutim, javljaju se sumnje i razlike u ocenama.

Izvan granične linije, zajedno sa P. Buržom, Moroom, Bernanosom i Golsvortijem relegirani su i Vels, Štajnbek, Rjepin, Matejko i Čajkovski. Međutim, graniči između više i prosečne umetnosti pridaje se suštinsko značenje; potiskivanje pojedinih stvaralaca izvan okvira više kulture povod je mnogih sporova. Hvište je bio sklon da u srednji nivo stavi ne samo Bernanosa, koga je R. Ingarden smatrao umetnikom visokog ranga, nego i Šilera, jer mu je smetalo moralizatorstvo i „metafizički kvaliteti” onih pisaca koje je napadao, nazivajući ih, slično kao i Vitkjevič, „bebastima”. Muzika Čajkovskog smatra se previše melodij-skom, pa je zajedno sa Bramsovim stvaralaštvom, a od novih kompozitora sa K. Orfovim, relegirana u prosečnu umetnost. Grinberg je zamerao Rjepinu i realističkom reproduktivnom slikarstvu uopšte da hrani gleda-

⁷⁵ L. Chwistek, *Pisma filozoficne i logiczne*, tom I, Warszawa 1961, str. 152.

oca prežvakanoj kašom, umesto da ga nagoni na razmišljanje i samostalno reagovanje na likovne vrednosti dela.

Prema teorijama nekih savremenih estetičara, neizbežno svojstvo velikog umetničkog dela je njegova funkcija buđenja veoma uopštenih asocijacija.⁷⁶ Formalistička umetnost vrši podjednako ovu funkciju kao i reproduktivna.

Avangardno slikarstvo, poezija, nova muzika, smatraju se izvorom dubljih doživljaja, jer nagone primaoca na lični napor i delimičnu participaciju u tvorevini umetnika. U vezi s ovim gledištem postavlja se pitanje, imaju li šanse da snažno utiču na mnogobrojne primaoce krajnje apstraktni vidovi umetnosti, ili oblasti koje predstavljaju novu i izuzetno teško prihvatljivu umetničku konvenciju?

Prema drugim estetskim koncepcijama, kriterijum umetničkog dela predstavlja njena funkcija intuicije (Kroče) i sposobnost da pruža uživanje (Kasirer), ili, uopštenije rečeno, sposobnost da podstiče snažna uzbuđenja.

Kod akceptacije sličnih kriterija subjektivnog karaktera javlja se osnovna teškoća kao posledica raznovrsnosti i relativnosti ocena. I svakodnevna posmatranja i sistematizovana istraživanja upućuju nas na zaključak da su kulturni proizvodi za neke kategorije primalaca izvor snažnih uzbuđenja, dok su za druge bezvredni i svedeni na najniži umetnički nivo. Iskrene suze gledališta često su izazvane običnim melodramama; najbanalnija romansa izvor je snažnih emocionalnih reakcija neiskusnih čitalaca — dovoljno je setiti se primera Mnjiškovne; a „sladunjave opere” predmet su identifikacije i izvor psihičkog zadovoljstva miliona američkih žena. U svetlu mnogih psihosocijalnih istraživanja nesumnjiva je katarzna uloga naivnih porodičnih radio-serija. Međutim, po mišljenju najvatrenijih pristalica masovne kulture, nijedan od pomenutih elemenata ne predstavlja kulturu višeg nivoa.

Analizirajući estetske vrednosti, S. Osovski je pokazao koliko je teško odrediti karakter estetskih doživlja-

⁷⁶ B. Jessup, *What is Great Art?*, The British Journal of Esthetics, 1962, tom 2, str. 34.

ja uopšte. Međutim, priznavao je mogućnost iznalaženja kriterija veličine, koje je video u ukupnosti stvaralačkog napora umetnika i u trajnosti dela.

I po ovom shvatanju određenje višeg nivoa kulture mora se uglavnom oslanjati na objektivne kriterije. Ipak, kakva god da je motivacija ove vrste kriterija, sociolog nije taj koji će ih samostalno primenjivati. Nije njegovo da reši problem autentičnosti, svežine i originalnosti umetničkih dela, ili značaja umetničkih radova. On treba da traži rešenje problema ne prelazeći granice sopstvene problematike i svojih kompetencija. Dužan je da se poziva na merodavne i društveno priznate sudove — pri čemu njegov zadatak nije da vrši izbor između pojedinih ocena poznavalaca u slučaju kada su te ocene sporne, nego da traži oslonac u institucionalizovanim formama koje u određenom društvenom sistemu obeležavaju hijerarhijsku poziciju tvorčina kulture na praktičan i utvrđen način.

Prihvatanje ovakvog principa primorava na odustajanje od previše podrobnih klasifikacija koje ublažuju oštrinu podele. Kada, na primer, R. Lajnes upotpunjava svoju trodelnu klasifikaciju nivoa kulture dodatnim posrednim kategorijama, kao što je kategorija *Upper-middelbrow*, otklanjanje sumnji i sporova postaje gotovo nemoguće kad je reč o određivanju pozicije konkretnih kulturnih pojava.

Smatram da je za analizu pojava homogenizacije u masovnoj kulturi dovoljna podela kulture na viši i niži nivo i da imanentna sociološka metoda ove podele treba da se poziva na institucionalne forme organizacije kulture u razmatranim društvima i epohama. U svakom složenijem društvu postoje institucije i društvene kategorije koje, po sopstvenom uverenju i po uverenju javnog mnjenja, treba da kultivišu, neguju, iniciraju i kontrolišu delatnosti i proizvode koji spadaju u domen intelektualne i umetničke kulture na najvišem nivou određenog društva. Takve institucije su akademije, univerziteti, naučna društva, dramska pozorišta, filharmonije i konzervatorijumi, muzeji i specijalni naučni i umetnički časopisi i malotiražne publikacije koje su izraz delatnosti i mišljenja formalnih ili neformalnih grupa i kritičkih i stvaralačkih sredina. Analizu funk-

cija jedne od takvih sredina izvršio je nedavno u Poljskoj Aleksandar Valis.

U produkciji i ocenama ovih institucija imanentna sociološka analiza treba da traži kriterije onoga što u određenom društvu i vremenu predstavlja višu kulturu. Ne treba pri tom ove kriterije sagledavati sa formalne strane; da bi se utvrdila homogenizacija masovne kulture može se jednostavno istraživati — da li su, u kojoj meri i u kom vidu elementi nauke i umetnosti, koji imaju sopstveni izvor u navedenim institucijama, reprodukovani sredstvima masovnog komuniciranja u korist velikih i raznovrsnih auditorija; da li se i koliko na različitim nivoima koriste usluge ovih stvaralaca. A ako se prilikom poređenja oba nivoa kulture neminovno poziva na standarde i ocene svojstvene višoj kulturi, institucionalni pristup daje upoređenjima sigurniji oslonac od primene apstraktnih kriterija više kulture, a pogotovo u onom slučaju kad te kriterije koristi sociolog, a ne estetičar ili profesionalni kritičar.

Primena institucionalnog pristupa u analizi homogenizacije očigledno podrazumeva postojanje izrazito izdvojenih institucija više kulture u razmatranim kulturnim celinama. Kada bi *Twórczość** štampala fragmente romana Barbare Gordon i reportaže Braće Rojek, kada bi dramska pozorišta iz Varšave prikazivala skečeve iz emisije „Veče kraj mikrofona”, a Narodna filharmonija pozvala pobednike Sopotskog festivala na koncerte koje održava petkom, to bi značilo da su institucionalne granice više kulture srušene, a homogenizacija zavlada u oblasti rezervisanoj za čisti vid ove kulture. Institucionalni pristup nivoima kulture moguć je očigledno samo uz pretpostavku da takve granice postoje i da se homogenizacija u principu vrši jedino na nižim nivoima putem procesa pozajmljivanja i uticaja, u kome preovlađuje pravac odozgo prema dole, mada izvestan uticaj odozdo prema gore nije isključen.

Očigledno, treba upozoriti da je prihvatanje institucionalnog kriterija moguće samo da bi se razlikovao viši nivo. Principu po kome elemenat prenošen od stra-

* *Twórczość* (Stvaralaštvo), poljski vodeći časopis za književnost (prim. prev.).

ne institucija višeg nivoa predstavlja elemenat više kulture, kad je reč o nižim nivoima kulture, ne odgovara istovetan princip. Kulturna ostvarenja koja prenose najpopularnija sredstva masovnog komuniciranja mogu predstavljati različite nivoe kulture, a ne samo nižu ili vulgarnu kulturu. Na tome se upravo zasniva pojava homogenizacije. Primena institucionalnog kriterija zasniva se na razmatranju elemenata masovne kulture s obzirom na njihovu sličnost ili razlike od elemenata istih oblasti višeg nivoa.

Prilikom izbora institucionalnih kriterija višeg nivoa kulture, prirodno, valja voditi računa o njihovoj izrazitosti; treba izbeći institucije mešovitog i neodređenog karaktera. Na primer, ako je reč o izdavačkoj delatnosti kao kriterijumu umetničke kulture, treba pre birati publikacije kao što su *Twórszość*, *Dialog*, *Przegląd Artystyczny*, *Ruch Muzyczny*, nego nedeljnike koji ponekad pokušavaju da vrše homogenizaciju; u Francuskoj treba pre birati *La Nouvelle Revue Française*, *Critique*, *Les Temps Modernes*, nego *L'Express*, u Sjedinjenim Američkim Državama pre „male magazine” tipa *Partisan Review*, *Sewanee Review* ili *Dissent*, nego *The Atlantic Magazine* ili *Harper's Bazaar*.

Izdavačke kuće, institucije i umetničke sredine, posmatrane u smislu kriterija-pokazatelja višeg nivoa kulture, tesno su povezane u pogledu mesta i vremena, što može biti njihov nedostatak, a i vrlina. Upravo ova veza na najkonkretniji način omogućava da se označi distanca između različitih nivoa kulture, da se učvrsti granica koja nije rezultat deklaracija i teorijskih pretpostavki, nego faktičke organizacije kulturnog života *hic et nunc* u određenom trenutku istorije jednog društva. Institucionalna metoda određivanja nivoa kulture i izdvajanja višeg nivoa očigledno nije jedina i nije bez nedostatka. Može se strahovati da isuviše favorizuje tradicionalne vrednosti, jer u mnogim društvima organizacija kulture više pogoduje prihvatanju priznatih elemenata, koji su u skladu sa tradicijom, od strane institucija višeg nivoa. Sa Grinbergovog stanovišta, koji svaki akademizam izjednačava sa kičom, ovakav kriterijum sigurno ne bi bio u potpunosti prihvatljiv. Budući da avangarda stvara sopstvene institucije, čija je

pripadnost višem nivou kulture nesumnjiva, njenim kriterijima ocene ipak ne preti ignorisanje.

Primena institucionalne metode izdvajanja višeg nivoa vodi eklektizmu. Međutim, ovaj eklektizam je odraz faktičke pojave različitih vrednosti u domašaju svake složene kulture. Na višem nivou savremene evropske likovne umetnosti ostvaruje se faktična i praktično priznavana koegzistencija Matejka i Stšeminjskog, Rjepina i Kandinskog, Pivija de Savana i Braka i Miroa. Ista ovakva situacija je u književnosti, u muzici. Metoda institucionalnog određenja višeg nivoa kulture ima u vidu ovo faktično stanje i poziva se na kriterijume specifičnog društvenog karaktera, te otuda izgleda najkorisnija za sociološka razmatranja. Njena primena je pri tom ograničena na ovde formulisani problem.

Institucionalni kriterij ne bi bio odgovarajući za ocenu individualnih vrednosti umetnika i dela u različitim trenucima istorijskog procesa njihove recepcije. Međutim, izgleda da to ne ograničava njegovu primenljivost u proučavanju masovne kulture. Naime, kada se novatorske umetničke sredine ne bi mogle uopšte formirati u izvesnoj situaciji, kad bi se dezintegrisale usled dugotrajnog nedostatka društvene podrške, koja se izražava u institucionalnim formama, njihovo stvaralaštvo bi imalo minimalne šanse da dopre do masovne kulture i praktično se ne bi javio problem izdvajanja i formiranja njenog nivoa u okvirima ove kulture. A ako novatorski pravac pronade izvestan put uticaja na masovnu kulturu, i pored nedostatka potpune zvanične podrške, to se ne dešava bez izvesnih formi institucionalizovanosti i tolerantnosti, koje omogućavaju da se ovaj uticaj vrši makar i sporednim kanalima. Na ovaj način formalistička likovna umetnost ponekad utiče preko arhitekture i primenjene umetnosti, a najnovije muzičke konvencije koriste se kao ilustracija na filmu, radiju i televiziji.

U svrhu ove analize, dakle, viši nivo kulture označen je pomoću sadržaja i formi kulturnih dela koja su stvarale, kultivisale i akceptirale specifične institucije i intelektualne i umetničke sredine. Pod homogenizacijom masovne kulture podrazumevaćemo uključivanje elemenata višeg kulturnog nivoa u oblast ove kulture

i njihovo povezivanje, mešanje ili spajanje sa elementima nižeg nivoa. Homogenizacija se u najdoslovnijem smislu povezuje sa gubljenjem distance između elemenata kulture raznih nivoa; ona formalno ruši hijerarhiju vrednosti u oblastima simboličke kulture, u koje zakoračuje. Postoje, međutim, različiti vidovi homogenizacije, koje valja posebno razmotriti pre donošenja suda o njihovom uticaju na strukturu kulturne stvarnosti.

Homogenizaciju pre svega možemo posmatrati sa dva aspekta: objektivnog i subjektivnog. Prvi tip analize bavi se sadržajem poruka širenih tehničkim sredstvima omasovljenja kulture, bez obzira na njihovu recepciju. Ograničavajući se samo na ovaj aspekt, možemo razlikovati tri tipa homogenizacije: uprošćavajuću, imanentnu i homogenizaciju spajanjem ili mehaničku.

Prvi od ova tri tipa zasniva se na izvesnoj preradi elemenata višeg nivoa kulture, koji se uvode u masovnu kulturu, što doprinosi njihovoj pristupačnosti ali vodi simplifikaciji. Povodom ovog tipa homogenizacije treba imati izvesnu rezervu, koja se delimično odnosi i na problem homogenizacije uopšte. Postoji veoma bitna razlika između homogenizacije u estetskoj kulturi i u intelektualnoj kulturi. Razlikovanje nivoa u jednoj i u drugoj oblasti može se izvršiti na bazi istih institucionalnih kriterija. Elementi višeg nivoa intelektualne kulture ili nauke obično ne dopiru do masovne kulture drugačije nego u uprošćenoj formi.

Samo u malom broju slučajeva humanističke nauke stvaraju mogućnost prenošenja fragmenata ili celine dela iz višeg nivoa u masovnu kulturu, a da ne dođe ni do kakve simplifikacije. Druge oblasti nauke dobile su tako specijalni, gotovo se može reći ezoterični karakter, jer su postale nekomunikativne za primaoce bez stručne spreme. Ako se problemi iz svih oblasti znanja uvode u masovnu kulturu, princip zajedničkog imenitelja zahteva njihovo uprošćavanje. Karakteristično je da se ovom postupku, koji se naziva popularizacijom, bitno ne protive kritičari masovne kulture. Istovetna procedura u odnosu na estetsku kulturu označavana je kao vulgarizacija i žestoko se negira.

U ovim razmatranjima pojava homogenizacije razmatrana je poglavito u odnosu na estetsku kulturu koja u kvantitativnom pogledu dominira u masovnoj kulturi s obzirom na zabavne funkcije ove kulture. Uprošćavajuću homogenizaciju duhovito karakteriše scena u drami J. Šanjavskog *Klavir*, u kojoj je dat razgovor između Tila, trgovca masovnom kulturom, proizvođača gramofonskih ploča, izdavača popularnih pesama, i kompozitora Valevjaka:

„... Potrebni su mi profesionalci. Na primer, za kafanske orkestre treba preraditi, instrumentalizovati razna muzička remekdela čija su autorska prava istekla... Na primer, spojiti tri Šopenova valcera u jednu celinu i razložiti je na pet instrumenata. Ili, na primer, iz Betovenove Treće simfonije izabrati najlepše delove...

— Valevjak: Najlepše delove...?

— Til: Da, gospodine, što lepše delove, načiniti od toga kratku, laganu celinu, prijatan odmor. No, ... mogli bismo nešto reći i o demokratizaciji umetnosti — kada bih konačno tako hteo...”⁷

Upravo na takav način vrše homogenizaciju muzičke kulture popularni američki pijanista Liberace i dirigent A. Kostelanec, uprošćavajući u svojoj interpretaciji klasične kompozicije. Istovetan primer iz oblasti književnosti predstavlja stripovana *Ana Karenjina*, ili mnoge filmske verzije književnih dela, ukoliko ne dostignu nivo samostalne umetničke kreacije nego ostanu na nivou prerade književnog ostvarenja svedenog na lakšu, vizuelnu formu. Posebno raširen vid uprošćavajuće homogenizacije predstavlja skraćena označavana karakterističnim nazivom *daj džest* (*digest*).

Američki mesečni časopis *The Reader's Digest* spada u časopise sa najvišim tiražom na svetu. Izlazi u 13,5 miliona primeraka namenjenih SAD, a zajedno sa inostranim verzijama njegov tiraž dostiže 23 miliona. „Daj džest” sadrži izbore, sažetke i skraćena aktuelnih publikacija, koje svodi na razmere i forme najlakše da ih usvoji široki krug primalaca. Po svojoj etimologiji ovaj naziv asocira na proces varenja, a u suštini predstavlja vrstu proizvoda masovne kulture koju kritičari nazivaju

⁷ J. Szaniawski, *Fortepian*, čin II, *Dramaty zebrane*, tom II, Kraków 1958.

kašom za ljude nesposobne da se samostalno hrane prirodnim proizvodima. Pored pristupačnosti, jedan od razloga ponašanja izdavača tipa dajdžesta je njihova funkcija pružanja brze, opšte informacije o masi izdanja i kulturnih događaja, čije bi precizno poznavanje zahtevalo mnogo vremena i intelektualnog napora. U Poljskoj karakter dajdžesta ima *Magazyn Polski*.

Uprošćavajuća homogenizacija javlja se ponekad u formi plagijata ili travestije. Do slične situacije dolazi i kod prerade Bahove fuge u džez kompoziciju ili *Pigmaliona* u mjuzikl. U izvesnim slučajevima rezultat sličnih homogenizacionih postupaka može biti nastanak tvorevina koje nisu lišene estetskih vrednosti, iako pripadaju umetničkoj vrsti različitoj od originala. Neki kritičari ne postavljaju pitanje vrednosti koje publika može da izvuče iz koncerata orkestra Beni Gudmena ili spektakla *My Fair Lady* i *West Side Story*, pod uslovom da su se gledaoci i slušaoci, zahvaljujući ovim koncertima, upoznali sa stvaralaštvom Baha, Šoa i Šekspira.

Čest motiv osude uprošćavajuće homogenizacije jeste zamerka koja se odnosi na falsifikat. Trgovci masovne kulture, pod vidom demokratizacije i približavanja masovnog gledaoca velikim umetničkim delima, falsifikuju umetnost i dozvoljavaju sebi da prevare primaoca koji smatra da je melodijska kratka lagana kompozicija, koju prezentiraju gospodin Til i Liberas, — Betoven, da je ekranizovana romansa Pjera i Nataše, u ambijentu kavalrije i artiljerijske kanonade — Tolstojevo epsko delo o ratu i miru. Masovna kultura, u skladu sa svojom imperativnom ideologijom zabave, ponekad nastoji da svojim klijentima pokaže „carski put” ka delu velike umetnosti, a rezultat svega je imitacija umetnosti *ad usum delphini*.

Konačna ocena uprošćavajuće homogenizacije, koja u potpunosti uzima u obzir njene društvene posledice, zahtevala bi da se svede bilans uticaja, koji se s jedne strane zasnivaju na blokadi interesovanja za umetnost višeg nivoa, tako što ih prividno zadovoljavaju proizvodi vulgarizacije, a s druge strane — na stvaranju podsticaja za kontakte sa autentičnim delima. Poznato je da svaka ekranizacija poznatih književnih dela usmerava deo gledalaca na upoznavanje književnog izvora filma; na taj su način Tolstoj, Stendal, Šolohov, He-

mingvej, Fokner dobili dosta čitalaca. Sociološka istraživanja recepcije kulture često otkrivaju slične uticaje uprošćavajuće homogenizacije, a sociolozi su uzdržljiviji u oceni ovog tipa homogenizacije od umetničkih kritičara koji u njoj jedino vide profanost i falsifikovanje umetničkih dela.

Drugi tip homogenizacije sasvim je suprotan prvome. Ovde ga nazivamo imanentnom homogenizacijom, podrazumevajući pod tim uključivanje u delo kulture višeg nivoa elemenata sposobnih da privuku široku i popularnu publiku, uključivanje koje vrše sami autori. Reč je o delima one vrste koja, u skladu sa institucionalnim kriterijima, bez sumnje, pripadaju višem nivou, ali su, s obzirom na izvesna svojstva sadržaja i forme, namenjena masovnoj recepciji. Ten je u *Istoriji engleske književnosti* govorio o Šekspirovim dramama da su pisane sa intencijom da izazovu ganuće i zabavu ne samo kod publike u ložama, nego i kod ostalih koji ispunjavaju gledalište, na primer, mornara sa palube brodova Drejka. Samo je njima bio prihvatljiv grubi humor grobara iz Elzinora, brbljanje dadilje Julije, peripetije Spota, ali i drama ljubomore i strasti Otela. Brehtova *Opera za tri groša* namerno je iznutra homogenizovana, kao i priče J. Šanjavskog, u čijoj se unutrašnjoj jednostavnosti skriva dvostruko dno.

Imanentna homogenizacija može se ipak prihvatiti kao *contraedictio in adjecto*, jer dela koja su u delokrugu ove kategorije predstavljaju u principu jedinstvene kompozicione elemente višeg nivoa i nemaju ničeg zajedničkog sa mehaničkim spajanjem sadržaja i forme različitog karaktera; njihova sposobnost da apeluju na zainteresovanost i ukuse široke skale primalaca posledica je talenta, veštine izražavanja bogatstva stvarnosti i složenosti pojava. Unutarnja homogenizacija — ukoliko upotreba ovog pojma uopšte ima smisla — pružila bi idealno rešenje problema zajedničkog imenitelja, kad dela koja predstavljaju povezanost velikog talenta i popularnosti ne bi bila retka pojava. Upravo na osnovu unutarnje homogenizacije mogu se ponekad posmatrati pojave suprotne pravcu procesa homogenizacije, koje se u krugovima više kulture zasnivaju na institucionalnoj akceptaciji dela i umetnika koji proizilaze iz specifične sfere stvaralaštva masovne kulture. Ilustra-

cija ovog procesa može se naći u oblasti filmske proizvodnje, na primer, u likovima Čaplinovih, Ejzenštejnovih, Renoarovih filmova i u oblasti džeza. I u ovoj verziji imanentna homogenizacija predstavlja retku pojavu.

Najtipičnija forma homogenizacije je mehanička homogenizacija koja, s obzirom na svoju rasprostranjenost, igra naročito važnu ulogu u masovnoj kulturi. Od uprošćavajuće homogenizacije ona se razlikuje po tome što se ne zasniva na unošenju bilo kakvih promena u unutarnje sadržaje dela višeg nivoa, već na njihovom prenošenju u netaknutom vidu u masovna sredstva komuniciranja. Jednu od posledica masovnosti kulture u doslovnom, kvantitativnom značenju predstavlja velika i neprestana potreba za proizvodnjom iz oblasti simboličke kulture, koju svakodnevno gutaju dnevni, magazini, izdavačke kuće, radio i televizijski programi, filmski studiji u celom svetu. Pored procesa koncentracije koja redukuje diferencijaciju prenošenih sadržaja, tržište ovih proizvoda zahteva ogromnu masu sve novije „robe”. Kvantitativna skala potreba, kao i uverenje da veliki broj i raznovrsnost sadržaja privlači najbrojnije primaoce, usmerava organizatore i proizvođače masovne kulture ka sve većem iskorišćavanju svih dostupnih dela i proizvoda koji su u prilici da dopru do publike. Ovakvi proizvodi traže se i u ostvarenjima više kulture; između višeg nivoa i masovne kulture dolazi do stalnog protoka sadržaja, mada je ovaj podvrgnut određenoj selekciji. Procesi selekcije u velikoj meri zavise od principa kulturne politike i komercijalne organizacije. Ali u izvesnim oblastima moraju se rukovoditi sličnim pretpostavkama, u koje pre svega spada odnos prema sposobnostima primalaca.

U uslovima dominacije komercijalnog sistema, motivi delovanja organizatora masovne kulture promenljiviji su nego u uslovima supremacije vaspitnog principa, ali izvesni rezultati homogenizacionih intervencija mogu biti tu i tamo slični. I u jednom i u drugom slučaju dolazi do mešanja elemenata popularne kulture, posebno namenjenih sredstvima masovnog komuniciranja, sa delima kulture višeg nivoa čiji je izvor u stvaralaštvu onih krugova čija je umetnička pozicija priznata.

Iz homogenizacije putem spajanja, koja je rezultat mešanja nivoa masovne kulture, proizilazi da se ovoj kulturi ne može jednostavno suprotstavljati kultura višeg nivoa, nezavisnog u pogledu karaktera kulturne vrste. Prihvatajući institucionalne kriterije određivanja nivoa kulture, masovnu kulturu tretiranu *en bloc* možemo suprotstaviti kulturi posebnih i uskih interesovanja, a ne višoj kulturi. Princip zajedničkog imenitelja, i sama činjenica masovne potrebe, utiče na određivanje sadržaja i forme masovne kulture u izvesnoj oblasti, ali ne u celini. Prethodno poglavlje sadrži karakteristiku najčešćih, najtipičnijih motiva i oblika masovne kulturne produkcije, posebno namenjene masovnoj kulturi u komercijalnom sistemu. Ova produkcija, međutim, ne popunjava u celini tomome masovnih izdanja, radio i televizijske programe. Pored njih, u različitim razmerama, zavisno od zemalja i sistema, nalazi se mesto za popularizaciju elemenata kulture višeg nivoa.

Čak i u uslovima ekstremne komercijalizacije i izrazite kvantitativne nadmoći vulgarnih i trivijalnih sadržaja masovne kulture ne postoji apsolutna granica između sistema masovnog komuniciranja i kulture višeg nivoa. Međutim, problem sačinjavaju konteksti i razmere u kojima se elementi više kulture javljaju u sredstvima masovnog komuniciranja. Ova dva odnosa utiču na razlike koje dele proces širenja elemenata kulture višeg nivoa u komercijalnom sistemu homogenizacije od širenja više kulture, koje se ostvaruje kao vaspitni zadatak kulturne politike koja pristaje uz devizu unošenja najviših kulturnih vrednosti u široke mase.

Homogenizacija putem spajanja pre svega nameće pitanje proporcije i selekcije prenošenja elemenata više kulture. Ova pojava se posebno izražava kada postoji dominacija komercijalnog sistema, karakteristična za američku masovnu kulturu, iako se ne ograničava samo na nju. Već je bilo govora o sklonosti proizvođača i menadžera masovne kulture ka iskorišćavanju klasičnih dela čija je vrlina, sa njihovog stanovišta, što su oslobođena autorskih tantijema, što imaju veliki prestiž koji može da privuče izvesnu kategoriju

publike, što često poseduju sadržajne motive univerzalne ljudske vrednosti i poznate umetničke konvencije.

Jevtine, masovne brošure, širene pod nazivom „Paperbacks” ili „Livres de poche”, primeri su popularizacije kulture višeg nivoa. Ovu vrstu izdanja pokrenula je engleska edicija „Pingvin” 1935. godine. Britanski primer počele su da slede američke firme za vreme drugog svetskog rata, između ostalog i zbog čitalačkih potreba armije. Slična inicijativa francuskih izdavača bila je ovenčana uspehom 1953. godine. U sve tri zemlje ova vrsta izdanja ima homogenizovani karakter, iako forme homogenizacije u pojedinim slučajevima nisu istovetne. Engleski „Pingvin” pored izrazite serije senzacionalističke literature izdaje i dramski ciklus, a ponosi se i sopstvenim kompletnim izdanjem Šekspira, Šoa, vodeći računa o nivou svoje glavne serije. Tako se i francuski „Livres de poche” ne spušta ispod srednjeg nivoa. Gornjim nivoom njihove izdavačke produkcije obuhvaćeni su Žid, Sartr, Malro, Kami, Kafka, Prust, Džojls, a u seriji klasika Homer, Didro, Dostojevski, Flober.⁷⁸

Raznovrsne američke izdavačke serije pored primera krajnje vulgarne i drastične književnosti, predstavljaju i klasike i dela najpoznatijih američkih i stranih pisaca kao i naučne i filozofske radove: Platona, Plutarha, A. N. Vajtheda, B. Rasela, T. Veblena, V. Milisa, T. S. Eliota, H. Rida, M. Mid i R. Benedikt. Postojeća statistika ne omogućava da se precizno utvrdi literatura višeg nivoa u tim izdanjima. Njihovo globalno učešće u izdavačkom prometu veoma je bitno, a njihova cena, koja ne prevazilazi vrednost nagrade za dva sata rada industrijskog radnika, nekoliko puta niža od bibliotečkih izdanja, čini ih važnim sredstvom širenja književnosti. U Americi je tiraž izdatih brošura 1954. godine bio 50% viši od svih ostalih izdanja književnih dela za odrasle. Među ovim izdanjima bili su višemilionski tiraži Hemingveja, Foknera, Štajnbeka, Koldvela; međutim, bez sumnje, dominirala je masa dela nižeg nivoa.

⁷⁸ R. Escarpit, *Sociologie de la littérature*, PUF, Paris 1958. J. Cartu, *La Culture de poche*, France Observateur 24. IV 1958; A. Payn-Hackett, *Sixty Years of Best-Sellers*, New York 1956.

Mehanička homogenizacija predstavlja tipičnu pojavu za sredstva komuniciranja koja se odlikuju raznovršnošću prenošenih sadržaja, dakle, za časopise, radio, televiziju. Postaje neizbežna u onim slučajevima kada disponenti sredstava masovnih komunikacija raspolažu, na primer, samo jednim radio programom za čitavu zemlju, jednim televizijskim kanalom čiji se programi ne mogu vidljivije specijalizovati s obzirom na raznovrsnost publike.

Homogenizaciju putem spajanja ne treba isključivo smatrati nužnim zlom, izazvanim tehničkim uslovima organizacije komuniciranja. Uklanjanje mehaničke homogenizacije iz masovne kulture ne bi značilo automatsko podizanje čitave ove kulture na viši nivo, nego obrnuto — odsecanje njenih primalaca od stalnog, iako fragmentarnog kontakta sa izvorima više kulture. Čak i najradikalniji savremeni kritičari masovne kulture, i kod nas i na Zapadu, ne ističu zahtev trenutnog radikalnog preobražaja sadržaja i formi masovne kulture, zasnovanog na njenom ispunjavanju sadržajima višeg nivoa kulture. Bili su to utopijski projekti koji nisu potcenjivali samo razliku intelektualnih kvalifikacija raznih društvenih grupa, nego i diferenciranje potreba i interesovanja istih onih primalaca koji u odnosu na različite oblasti intelektualne i umetničke kulture i u različitim životnim situacijama ispoljavaju jednake potrebe.

Neki kritičari masovne kulture u Americi, protivnici svih vidova homogenizacije, preporučavali su izrazitu specijalizaciju sredstava za popularizaciju kulture koja bi zadovoljavala posebna i uska interesovanja, interesovanja srednjeg nivoa i interesovanja najšire publike. Kada bi ovakva specijalizacija trebalo da znači uklanjanje elemenata kulture višeg nivoa iz sredstava delovanja najširih razmera i stvaranje jednoobrazno popularnih, elementarno lakih programa radija, televizije i slično, to ne bi bio uspeh nego poraz kulture više vrste. Slične koncepcije valja tretirati kao predloge za povratak društvenom elitizmu kulturnih podela.

Homogenizacija koja se zasniva na uvođenju elemenata kulture višeg nivoa u sredstima masovnog komuniciranja sredstvo je stvarne demokratizacije umet-

ničkih i intelektualnih vrednosti koje su najdragocene u jednom društvu, nezavisno od motiva kojima se rukovode menadžeri u komercijalnom sistemu organizacije kulture. Kritika ostvarenja principa homogenizacije i nejednake proporcije kulture višeg nivoa u odnosu na niži nivo, izgleda opravdanija od kritike samog principa.

Ova proporcija je znatno korisnija za kulturu višeg nivoa tamo gde javni činioци kontrolišu celinu ili makar deo sredstava masovnog komuniciranja. Takva je situacija u socijalističkim zemljama, a i u onim kapitalističkim zemljama koje su — kao Engleska i Francuska — uvele delimičan javni monopol nad sredstvima komuniciranja najširih razmera. I američki čisto komercijalni sistem takođe je pod izvesnim pritiskom javnih institucija koje imaju za cilj da višoj kulturi obezbede širi uticaj putem sredstava masovnog komuniciranja. Ovom cilju služi Federalna komisija za komunikacije, osnovana 1934. godine. Njen uticaj ima malo uspeha; ali zahvaljujući njemu postignuto je ipak da se izvesni delovi programa radija i televizije, u pauzama emisija koje su zakupljivali reklamni pokrovitelji, ispune koncertima klasične muzike, dobrim pozorišnim predstavama i obrazovnim emisijama. Finansijski pokrovitelj jedne od najpopularnijih obrazovnih serija u Americi, pod nazivom „Omnibus”, jeste Fordova fondacija.

U Engleskoj je dobro poznata uloga Trećeg programa BBC, odnosno uloga državne televizije koja konkuriše komercijalnoj televiziji. Akciju sublimacije masovne kulture u Francuskoj sprovodi Ministarstvo prosvete i mnogobrojne društveno-političke organizacije, između ostalih KP Francuske, sindikati i episkopat. U Americi univerziteti i naučne fondacije organizuju izdavačku delatnost i osnivaju sopstvene radio i televizijske stanice obrazovnog karaktera.⁷⁹ Već smo skretali pažnju na malu korist njihove konkurencije u odnosu na dominantni komercijalni sistem komuniciranja.

Tamo gde u organizaciji masovne kulture bitnu ulogu igraju komercijalni razlozi, homogenizacija

⁷⁹ W. Schramm ed., *The Impact of Educational Television*, Urbana 1960.

se vrši tako što se sadržaj više kulture tretira ravnopravno sa drugim sadržajima, bez posebne privilegije, i pomoću isticanja tačno naznačenih granica kvantitativnog učešća elemenata višeg nivoa. Strah da se zbog konkurentskog sistema komuniciranja ne izgube klijenti uvek će nagoniti komercijalne menadžere masovne kulture na ograničenje sadržaja teže dostupnih širokoj publici, koji će redukovati obim recepcije.

Prema podacima iz istraživanja Dž. Viba, psihologa u kompaniji „Columbia Broadcasting System”, emisije tipa vesterna i revijalnih komedija angažovale su prosečno više od polovine televizijskih gledalaca, dok je u pauzama, posvećenim naučnim diskusijama, auditorij opadao do 25% vlasnika televizijskih aparata.⁸⁰ Slične reakcije gledališta veoma su ozbiljna kočnica povećanju učešća kulture višeg nivoa u masovnoj kulturi. Velike američke televizijske mreže smatraju da su zabavne emisije, koje u proseku ne privlače više od dvadeset miliona gledalaca, neekonomične. Ima više vrednih televizijskih serija koje su skinute sa ekrana zato što nisu dostigle ovu granicu.

Američka masovna kultura, koja je u ovoj analizi posmatrana kao specifičan i ekstreman slučaj komercijalnog sistema, ipak treba da zahvali principu homogenizacije za široko rasprostiranje sadržaja više kulture. Već je bilo govora o tekstovima koje su štampali izdavači brošura; njihovoj listi mogli bi se priključiti naslovi nekih izdanja klubova koji svoje čitaoce okupljaju na principu homogenizacije. Za vreme diskusije koju je organizovala Američka akademija nauka i umetnosti, predstavnici televizijskih sistema S. Stanton i R. Saudek pomenuli su da se među tačkama programa njihovih stanica nalaze klasične drame Eshila, Sofokla i Euripida, simfonijska muzika u izvođenju najboljih orkestara, Šekspir, Šo, poezija i proza Eliota, Odena, Bosfela, H. Džemsa.

Međutim, nema sumnje da su emisije ovog tipa sačinjavale beznačajni deo programa i da su dopirale

⁸⁰ G. D. Wiebe, *Mass Communications*, u knjizi: E. L. Hartley — R. E. Hartley, *Fundamentals of Social Psychology*, New York 1961.

do manjeg dela čitalaca.⁸¹ Zapravo je iznenađujuća nesrazmera učešća elemenata kulture višeg nivoa u masovnoj kulturi podstakla D. Makdonalda da formuliše tezu o Grehamovom zakonu u masovnoj kulturi. Kada bi ovaj zakon bio interpretiran kao apsolutno kvantitativno potiskivanje viših kulturnih vrednosti nižim, zahtevao bi pažljivije razmatranje.

„Manjinski” auditoriji u okviru masovne kulture još uvek su ogroman skup publike. R. Saudek je publiku elitnih audicija procenjivao na prosečno dvadeset miliona. Radio auditorijum za *Hamleta* na Trećem programu BBC procenjen je na 400 hiljada osoba. To je malo u poređenju sa slušaocima popularnih zabavnih programa. Koliko bi, međutim, bilo potrebno meseci za pozorišne spektakle da Šekspirova živa reč dopre do toliko slušalaca?

U podrobnoj analizi intelektualnog života predrevolucionarne Francuske XVIII veka, Danijel Morne je pisao o buđenju intelektualnih interesovanja čitave Francuske, međutim, dodao je da u suštini ima u vidu Francusku srednje klase; priznavao je da istoričar nema mogućnosti da pronikne u srž seljačke i radničke Francuske koja je u ovoj eposi previše bila pritisnuta teretom života, da bi filozofirala, ili bar čitala.⁸² Francuski narod — u pravom značenju ove reči, kako je formuliše de Žokur u *Enciklopediji* — nije formirao svoju revolucionarnu ideologiju čitanjem radikalnih mislilaca prosvetiteljstva, od čijih ga je dela delila barijera analfabetizma, običaja, konačno, cene knjiga.

Homogenizacija masovne kulture doprinosi da makar deo kulturnih dostignuća viših nivoa u svakom društvu postane potencijalno dostupan tako širokom krugu primalaca, kakav od vremena atinske republike starog veka nije bio pozvan da učestvuje u zajednici sublimiranih kulturnih doživljaja. Milionski tiraži čuvenih književnih dela, milionska publika radio i tele-

⁸¹ F. Stanton, predsednik kompanije „Columbia Broadcasting System”, tumačio je informaciju o četiri simfonijska koncerta, koje je izveo C.B.S. tokom pet meseci, kao primer aktivnog učešća u popularizaciji više muzičke kulture (upor. *Culture for the Millions?* nav. izd., str. 88).

⁸² D. Mornet, *Les origines intellectuelles de la Révolution Française (1715—1787)*, Paris 1947, str. 475.

vizijskih emisija, posvećenih dramskim i muzičkim remek-delima, milionski primerci gramofonskih ploča sa vrednim kompozicijama, uoči industrijske revolucije dovedeni su u vezu sa delima više kulture, te govore o znatnom razvoju uticaja više kulture čak kad se uzmu u obzir i demografske promene u svetu tokom poslednja dva stoleća. Posmatrana sa stanovišta ovih činjenica, Makdonaldova teza o delovanju Grehamovog zakona u savremenoj kulturi je pogrešna.

Međutim, pitanje se drugačije postavlja pri razmatranju odnosa kulture višeg nivoa u celokupnosti masovne kulture, kao i uslova njenog prenošenja i recepcije.

Celokupnost organizacije masovne kulture, karakter društva, njegova kulturna politika ili nedostatak ove politike, u mnogim slučajevima ograničavaju uspešan uticaj kanala masovnog prenošenja kulturnih sadržaja kao sredstava popularizacije više kulture.

Povećanje proporcije sadržaja kulture višeg nivoa u sredstvima masovnog komuniciranja ne predstavlja teorijski nikakve teškoće u sistemu kulturne politike koja ima vaspitne ciljeve. Ali u praksi ova politika takođe mora računati sa receptivnim sposobnostima širokih slojeva publike, te ne odričući se manipulativnih tendencija u principu ne odustaje da se brine za zadovoljenje ukusa. Od najranijeg vremena razvoja masovne kulture u njenim okvirima postoje dva specifična toka, od kojih se prvi zasnivao na spontanosti, nep-lanskoj komercijalnoj delatnosti, okrenutoj zadovoljenju rastućih potreba za proizvodima simboličke kulture, a drugi je bio rezultat organizovanih mera društvenih institucija, rukovodjenih vaspitnim ciljevima. Već je ranije skretana pažnja na ove dve tendencije koje su se manifestovale u Engleskoj krajem XVIII veka razvojem akviziterske popularne literature i patronažnih izdanja za nedeljne škole.

Slična podela — *mutatis mutandis* — može se primeniti prilikom analize homogenizacije putem spajanja. U komercijalnom sistemu mehanička homogenizacija pre svega služi principu zadovoljenja tržišta, a sadržaji više kulture, uključeni u tok masovne proizvodnje i distribucije, tretirani su na sličan način kao i drugi proizvodi simboličke ili nesimboličke kulture, ko-

ji imaju funkciju robe. Između ostalog, na njih se primenjuju isti metodi reklame. Povezuju se u jedan zajednički kontekst sredstava zabave, otklanja se svaka distanca između elemenata sadržaja crpenih bez selekcije iz različitih istorijskih tradicija, koji predstavljaju veoma različite institucionalne nivoe kulture.

Pošto menadžeri masovne kulture formiraju programe svoje proizvodnje na principu raznovrsnosti i obilja (*Wer vieles bringt, wird manchem etwas bringen*, ili za svakoga ponešto lepo), izmešanost i neposredno spajanje sadržaja veoma različitog karaktera u ovim sredstvima masovnog komuniciranja opšte je pravilo, a u programima radija i televizije inscenacija Eshilove *Orestije* nalazi se u neposrednoj blizini serija *rock and roll* i *big beat*, a *Pasija po Mateju* obrađena je u vidu revije i kviza.

Ako je emisija ozbiljnog sadržaja prikazana u interesu komercijalnog pokrovitelja, u opasnosti je da bude prekidana reklamnim pasažima, a u najmanju ruku da se ispred nje i posle nje nađe pohvala sredstava za pranje, žileta ili vrste cigareta. U ilustrovanim magazinima tekst se po pravilu gubi u poplavi reklame koja mu konkuriše u pogledu atraktivnosti i koja ne zatiže da iskoristi dela velikih majstora kao sredstva privlačenja pažnje. U jednom od brojeva magazina *Time* iz 1962. godine, Brojgelova slika *Seoska svadba* figurira kao reklama kuhinje avionske kompanije Sabena. U sličnim slučajevima homogenizacija vodi stvaranju instrumentalnih funkcija kod kulturnih proizvoda koji su u evropskoj tradiciji snažno srasli sa sferom simboličke realizacije kulture. Osnovno delovanje homogenizacije ne zasniva se na promeni funkcija, nego, prema Manhajmovoformulaciji, na dedistanciranju, na otklanjanju distance između elemenata kulture različitih nivoa.

Iznoseći ovu funkciju homogenizacije, Makdonald je navodio primer magazina *Life*, u kome je bilo nekoliko stranica reprodukcija Renoara u boji pored ništa manje kolorističke fotografije cirkuskog konja na točkovima. Ovaj aspekt mehaničke homogenizacije dobro ilustruje primer masovnih proširanih izdanja.

Publikacije ovog tipa odlikuju se ekstremnom homogenizacijom. Takve publikacije američki čitalac mo-

že lako naći u kiosku ili u dragstoru. Cene svih knjiga kreću se u granicama nekoliko desetina centi, a karakter opreme može običnom kupcu da izgleda međusobno veoma sličan, ako ne obrati pažnju na formalne razlike i na imena autora. U četiri slučaja koje smo odabrali, izdavač je prilikom komponovanja korica pribegao slikama koje sugerišu erotsku problematiku; poslužio se, dakle, jednim od univerzalnih sredstava apeala, o kojima smo govorili u prethodnom poglavlju.

Četiri mehanički sučeljene bibliografske jedinice suštinski se veoma razlikuju. Prva je naučni rad poznate predstavnice kulturne antropologije Margaret Mid, Boasove učenice, istraživača kulture prvobitnih naroda. Druga knjižica sadrži *Azil* i *Rekvijem za kaludericu* V. Foknera u kompletnom i neskrćenom obliku, a treća je zbirka pripovedaka iz literature „štampana srca”. Četvrta knjižica reprezentuje kriminalistički roman. Mesto shematičnog i konvencionalnog Stenlija Gardnera moglo bi tu da zauzme krvaviji Majk Spilen; slika ovog panaa ne bi se suštinski izmenila.

Proces mehaničke homogenizacije često stavlja primaoca masovne kulture pred slične raznovrsnosti sadržaja, nivoa i vrednosti kulturnih elemenata. Mehanička homogenizacija pruža i mogućnost izbora, ali ne vrši uticaj s namerom da ga usmeri u pravcu koji je u skladu sa prihvaćenim sistemom vrednosti; eliminiše uopšte princip hijerarhije, ne samo u odnosu na predmet naučnog i umetničkog dela, nego i u odnosu na njegovu formu. U poređenju sa uprošćavajućom homogenizacijom, mehanička ima svojstvo da ne deformiše umetničko delo uplitanjem u njegov sadržaj. Može se pretpostaviti da Foknerov autentični tekst neće ništa izgubiti zbog trivijalne vinjete na koricama i što je u blizini kriminalnih romana na štandovima dragstora. Međutim, valja uzeti u obzir uticaj koji situacioni kontekst i spoljašnja oprema mogu da izvrše na primaoca, stvarajući u njegovoj svesti određena očekivanja koja nisu bez značenja za recepciju dela.

Čitalac koji je odabrao Foknerovu knjigu, rukovođen jedino vinjetom na koricama, naći će iznutra ispred teksta informaciju koja predstavlja uvod za čitanje: „*Azil* savremenog klasika Vilijama Foknera, rasprodat u više od milion primeraka u našem izdanju,

sadrži priču o otmici Temple od poludelog izopačenog gangstera i priču o neverovatnim stravičnim nedelja-
ma koje je s njim provela. To je snažna i čudna vizi-
ja košmarnog sveta u kome žene i muškarci odbacuju
principe po kojima se vladaju prosečni ljudi. *Rekvijem
za kaluđericu* je dalji tok, majstorski i košmarni —
patos udaje Temple Drejk posle deset godina, kada
je pod uticajem opsesije svojih nekadašnjih grešaka
izazvala tragediju koja ju je konačno oslobodila kri-
vice”.⁸³

Mehanička homogenizacija često je povezana sa in-
terpretacijom umetničkog dela, sličnoj onoj u citira-
noj uvodnoj napomeni izdavača. U analizi kriminalis-
tičkog romana Dž. H. Šasa *Nema orhideje za mis Blendi*
Džordž Orvel je konstatovao sličnost fabule ove izu-
zetno brutalne i dramatične knjige sa motivom fokne-
rovskog *Azila*. Može se pretpostaviti da će autentično
Foknerovo delo, koje je jedan deo čitalaca pročitao u
skladu sa formulom broširanog izdanja ovog dela, biti
asimilovano na sličan način kao tipičan roman. Slič-
ne pretpostavke mogu se naći u shvatanjima mnogih
kritičara principa mehaničke homogenizacije. Međutim,
ovo stanovište ne valja prihvatati nekritički.

Dosad se malo zna o procesima recepcije različi-
tih sadržaja kulture i kvalitativnih posebnosti prijema
dela različitog umetničkog nivoa. Reprezentativna ame-
rička istraživanja uglavnom se odnose na spoljašnje
kvantitativne aspekte participacije u različitim oblici-
ma kulture. Istraživanja koja poniru dublje u karak-
ter reakcija primalaca, između ostalog poljska istra-
živanja čitalačke publike, obično imaju fragmentarni
karakter i ne omogućavaju generalizaciju zaključaka.⁸⁴
Bez dubljih, a istovremeno dovoljno širokih istraživa-
nja uticaja sadržaja na svest primalaca, ne može se
postići merodavna ocena mehaničke homogenizacije.

⁸³ W. Faulkner, *Sanctuary and Requiem for a Nun*, A. Signet
Giant, New York 1954.

⁸⁴ Upor. članke u kolektivnim izdanjima: B. Rosenberg—D.
M. White, *Mass Culture*; B. Berelson—M. Janowitz, *Reader in
Public Opinion and Communication*, Glencoe 1950; W. Schramm,
The Process and Effects of Mass Communication, Urbana 1955;
W. Schramm, *Mass Communications*, Urbana 1960. Od zapadno-
evropskih istraživanja: Hoggart, *The Uses of Literacy*, London
1956; R. Escarpit, op. cit., J. Dumazeider, *Vers une civilisation*

Upravo se na tome zasniva sagledavanje subjektivnog
aspekta homogenizacije.

Kategorički negatorski sudovi kritičara poput Mak-
donalda, koji se zasnivaju na uverenju da je nemoguće
spajanje dela različitih nivoa, ne mogu biti dovoljan
argumenat. Oni su odjek elitnog stanovišta koje je pod-
staklo Ničea da popularne knjige koje čita ceo svet
smatra rđavim, smrdljivim knjigama. Međutim, s dru-
ge strane, ne treba omalovažavati kontekst i uslove
popularisanja dela višeg nivoa putem sredstava masov-
ne kulture. Bilo bi neverovatno da čak i najtrivijalniji
komentar može da dovede recepciju *Otela* na nivo pri-
jema bulevarske melodrame, a recepciju *Azila* na nivo
prijema prosečnog kriminalističkog romana. Pravilo de-
distance stvoriće izvesne težnje uprošćene recepcije, pri
čemu način reklame, primenjivan u komercijalnom si-
stemu masovne kulture, nije jedini problem povezan
sa ovim oblikom širenja više kulture.

Masovna kultura, posmatrana sa sociološkog sta-
novišta, nije samo skup raznovrsnih, masovno umno-
ženih sadržaja, nego i izvestan društveni okvir njiho-
vog uticaja. Ovaj okvir je drugačiji kod tradicionalnih
oblika više kulture, okruženih prestižom čiji se izvori
nalaze u visokom društvenom položaju njihovih pri-
malaca, a drugačiji u uslovima demokratizacije kultu-
re. Drugačiji je on i u odnosu na skupu knjigu, kup-
ljenu za sopstvenu biblioteku, i u odnosu na knjigu
kupljenu na stanici zajedno sa novinama i kutijom ci-
gareta i često bačenom zajedno sa pročitanim dnev-
nim listom i opušcima. Slična razlika postoji između
slušanja koncerta u filharmoniji i muzike na radiju,
koja prati domaće poslove, ili između gledanja pozo-
rišnog komada i televizijske emisije za vreme prija-
teljske sedeljke. Sama dostupnost različitih formi kul-
turne recepcije, postignuta zahvaljujući savremenim teh-
ničkim sredstvima, utiče na mogućnost promene odno-
sa prema kulturi i stvara probleme koji su u izvesnom

du loisir?, poglavlje *Loisir et culture*, cit. izd.; istraživanja I.
F.O.P., prikazana u *Sondages*. Od poljskih istraživanja: radovi
Instituta za knjigu i čitaoca pri Narodnoj biblioteci; neki radovi
krakovskog Centra za istraživanja u novinarstvu; knjige A.
Pšeslavske (Przesławska), J. Lepalčik (Lepalczyk).

smislu nezavisni od oblika društvenog uređenja, sistema popularizacije kulture i kulturne politike.

Stupanje tehnike u oblast simboličke kulture neopoziv je proces. Bila bi utopija svako uverenje da se njegove posledice mogu otkloniti vraćanjem na sistem širenja kulture isključivo putem neposrednih međuljudskih kontakata, što je isticao Platon. Masovno umnožavanje i širenje kulturnih sadržaja predstavlja mehanizam toliko prirodan i neminovan za savremenu epohu, da bi ga samo neka kataklizma mogla uništiti — zajedno sa civilizacijom čiji je elemenat.

Pojava homogenizacije predstavlja srž kulture označavane ovim mehanizmom. S obzirom na njega pogrešno je svodenje masovne kulture isključivo i potpuno na uprošćene sadržajne motive, specijalno fabrikovane za njenu upotrebu u skladu sa principom zajedničkog imenitelja. Kategorično razgraničenje procesa širenja „dobre“ književnosti, muzike, dramske i filmske umetnosti, od procesa omasovljenja „rđave“ ili bar slabije umetnosti, koja se zasniva na tim istim sredstvima masovnog komuniciranja, potire suštinu pojava karakterističnih za prostranu oblast savremene kulture.

Sadašnje stanje kulture ne zasniva se na apsolutnom istiskivanju više kulture iz društvenog toka. Ti elementi u suštini nikad nisu imali široke razmere, ali nikada nisu bili ni tako efikasno izmešani s elementima nižeg nivoa. Usled toga procesa masovna kultura je lišena jedinstva stila i predstavljena je na način koji je uticao na kolebanje hijerarhije vrednosti. Problem ovih posledica homogenizacije dosad nije rešen ni u kakvim uslovima i izgleda nerešiv u samoj masovnoj kulturi.

Opravađavanje masovne kulture

Kritika masovne kulture, izneta u dva prethodna poglavlja ovog dela rada, mogla bi se nazvati školskom kritikom, jer uglavnom potiče iz krugova intelektualaca, profesionalnih naučnika i estetičara-teoretičara. Pri likom analize ove kritike više puta je ukazivano da je ona izraz raznovrsnih ideoloških orijentacija, da ni-

je uvek bila povezana sa antidemokratskim društvenim stavovima i da se gotovo redovno pretvarala u neku formu intelektualnog i estetskog elitizma koji je doprinosio da se razmatrani kulturni problemi zatvaraju u sferu specijalizovanog dostignuća više nacionalne kulture. Upravo sa stanovišta ove kulture teza o kulturnom ekvivalentu Grehamovog zakona mogla bi se smatrati pogrešnom, jer se ni društvena baza iz koje se regrutuju stvaraoci, a koja istovremeno čini delokrug uticaja više kulture, za poslednjih dvesta godina nije sužavala u poređenju sa feudalnim društvom, nego se širila.

Veći značaj za diskusiju o masovnoj kulturi imaju argumenti najradikalnijih kritičara koji su — poput V. Morisa — proizvodima tehničke civilizacije suprotstavljali vrednosti narodne kulture. U eposi koja je prethodila razvoju masovne kulture, mesto koje ona danas zauzima u životu masa nije bilo prazno. Ispunjavala ga je narodna kultura i njenu vrednost treba uzeti u obzir za kompletni bilans dobitaka i gubitaka, koji su rezultat razvoja novih formi organizacije i novog vida kulture.

U Evropi je romantizam otkrio estetske, moralne i saznavne vrednosti narodne kulture. Savremena kritika priznaje narodnoj umetnosti svojstva originalnosti, spontanosti, svežine, autentičnosti, dakle sve one osobine koje prema relativno podudarnim ocenama karakterišu umetnost višeg nivoa. Originalnost narodne umetnosti ne znači da je ona nekada, čak u davnim vremenima, bila delo hermetički zatvorenih društava, potpuno izolovanih od spoljnih uticaja. Čarnovski je u uporednim studijama utvrdio široke vremensko-prostorne genetske veze motiva koji su smatrani tipičnim temama narodne kulture. Uvek se u okviru čitavog društva vršilo uzajamno prožimanje opštenarodnog doprinosa i narodnih lokalnih kultura. Kod nas je J. S. Bistronj pripisivao isuviše veliku ulogu uticaju feudalne kulture na formiranje narodne kulture. Ovakvu vrstu pozajmica konstatovao je Kazimjež Dobrovolski. Juljan Kšižanovski je utvrdio paralelan tok ova dva sloja kulture u književnim motivima. Posebne studije i sinteze koje se odnose na razvoj likovnih umetnosti takođe uočavaju uticaj uzora opštenarodne umetnosti,