

Srbi u hrvatskoj popularnoj kulturi (1)

Serijal tekstova Srbi u hrvatskoj popularnoj kulturi pokušaće da progovori o uticaju pripadnika srpske zajednice u masovnoj kulturi nekad i sad, kao i da odgovori na pitanja mogu li kulturni i estradni sadržaji menjati stereotipe i predrasude.

Od **Nikola Milojević** - сентембар 10, 2021



Pripadnici najbrojnije nacionalne manjine u Hrvatskoj često se pominju ili su akteri sadržaja masovne kulture, ali se na prvi pogled čini da se ta tema u medijima obrađuje površno ili u skladu s dnevno-političkim događajima. S obzirom na ratne događaje devedesetih godina prošlog veka, reč Srbin poprimila je uglavnom negativnu konotaciju, ali nije nestala iz sadržaja popularne ili masovne kulture. Zbog toga će osnovni koncept ovog serijala tekstova, kojeg ćete na našem portalu moći čitati u narednim nedeljama, biti traženje odgovora na pitanje da li popularna kultura u većoj meri briše predrasude ili ih stvara.

No, da bismo se bavili sa tom temom, najpre je neophodno odgovoriti na osnovna pitanja šta je to popularna kultura te u kojoj meri su popularni sadržaji ujedno i kvalitetni, a u kojoj meri utiču na konzumente. Pozabavićemo se i internetom kao fenomenom novog doba i platformom za plasiranje pop-kulturnih sadržaja koji na publike neosporno imaju veliki uticaj.

Šta je popularna kultura?

Jednostavno rečeno, popularna kultura je ono što je široko prihvaćeno, a u suprotnosti je sa onim što smatramo visokom kulturom. Reč je o filmu, muzici, televiziji, sportskim utakmicama, hrani, modi i svemu drugom na šta ljudi u velikoj meri troše svoje vreme i novac.

Neki je nazivaju i „zapadna kultura“, a neki izjednačavaju sa „masovnom kulturom“. Svoju ekspanziju doživljava u drugoj polovini dvadesetog veka, iako korene ima i u ranijim vremenima. Za pomoć u definisanju ovog fenomena obratili smo se doc. dr sc. **Heleni Popović**, koja na prediplomskim studijama novinarstva Fakulteta političkih nauka u Zagrebu predaje upravo predmet Popularna kultura.

– Popularna kultura se, u pojmovnom smislu, pojavljuje u intelektualnim krugovima kasnog 18. veka, kako bi se odredila „narodna ili pučka kultura“, a kasnije se, usled industrijalizacije, urbanizacije i serijalizacije proizvodnje, povezuje uz „masovnu kulturu“. Popularna kultura uglavnom se suprotstavlja elitnoj kulturi te stoga koncept u sebi sadrži i klasnu dimenziju. Ono što karakteriše popularnu kulturu jeste da se, u kvantitativnom smislu, odnosi na veliki broj ljudi ili konzumenata, u materijalno-produkcijskom smislu se povezuje uz komercijalne aspiracije i profitnu logiku, dok se iz perspektive „kvaliteta“ često povezuje sa trivijalnim i intelektualno manje zahtevnim formama. No, od šezdesetih godina 20. veka razvijaju se i teorijski pristupi koji popularnu kulturu određuju kao pluralnu kulturu raznolikih formi, kao kulturu svakodnevice, kao zabavnu i nepretencioznu, te kao polje otpora dominantnoj hegemoniji, čemu su u znatnoj meri doprineli britanski kulturni studiji – kaže Helena Popović.

Zagrebački režiser i pisac **Predrag Ličina** iza sebe ima nekoliko filmova i na desetine reklamnih i muzičkih spotova. Ličina je prilično oštar u oceni onoga šta je danas popularno, a sa velikom dozom skepse govori o uticaju popularne kulture na današnje konzumente.

– Pop kultura je nešto što većina voli. Mogu da dam primer kroz muziku. U krugu u kojem se krećem popularni su bendovi tipa Repetitor, Štutgart onlajn ili Artan Lili, ali kod većine drugih ljudi popularno je nešto drugo, a to su narodnjaci. Zbog toga je teško definisati šta je to popularno. Kad sam bio klinac slušao se rokenrol. Sada je situacija obrnuta jer je treš potisnuo sve drugo što je kvalitetno i što valja. Ono što je nama nekada bilo loše danas je dominantno. Osim muzike tu su i drugi sadržaji, najčešće televizijski. Iz dana u dan sve veći je uticaj takvih programa. To odmara mozak i odvraća od razmišljanja. Kada dođeš kući sa posla gde te je neko iznervirao, uglavnom nećeš čitati knjigu nego ćeš upaliti TV i buljiti u to. Kao da si robot koji tada stavi mozak na „sleep”. Takvi se programi usavršavaju. Što više pratiš taj šund, mozak ti je sve pasivniji i prihvataš informacije bez razmišljanja – ističe Predrag Ličina.

Sve se menja tolikom brzinom da imamo razloga za zabrinutost

Nekada su glavni mediji popularne kulture bile novine, zatim televizija, film i muzika. Danas je dominantan internet, koji na neki način objedinjuje sve druge medije, pa je možda dobar trenutak da progovorimo i o tom fenomenu. Ekspanzija društvenih mreža poslednjih godina dovela je i do toga da relevantne ikone pop kulture nisu samo lica sa televizije, već i naoko obični ljudi koji se u toj džungli zvanog globalna mreža dobro snalaze.

Influenseri su oni koji utiču na mlade i formiranje njihovog mišljenja možda i više nego nekad glumci i pevači. Da se popularna kultura menja brzo kao i svet oko nas, te da bi nas to sve trebalo pomalo i zabrinuti, smatra i docentkinja Popović.

– Menja se tolikom brzinom da je gotovo nemoguće pratiti pojave i promene. Vidljivo je to u neverovatnoj diversifikaciji muzičkih žanrova, poplavi serija i filmova, uz proliferaciju sadržaja koji se pojavio širenjem interneta, a posebno putem društvenih mreža i jutjuba. Permanentna je hiperprodukcija različitih sadržaja, no postavlja se pitanje šta je u svemu tome zapravo novo u odnosu na ono šta smo imali ranije. Ukoliko analiziramo neke savremene trendove, mislim da bismo trebali biti pomalo zabrinuti. Naime, internet je otvorio mogućnost da bivša medijska publika aktivno participira u proizvodnji sadržaja, i to se obično, u kontekstu demokratije i njezinih popratnih vrednosti, tumači kao afirmativno, a reči nešto negativno o principima demokratije, demokratskim praksama, i demosu uopšteno, automatski rezultira optužbama bilo za elitizam ili za zagovaranje nekog oblika autoritarnog režima. Ipak, ako pogledamo količinu budalaština koje ljudi dele na internetu samo da bi privukli pažnju, totalnu degradaciju kvaliteta javne komunikacije, dominantnu vidljivost onih društvenih aktera i događaja koji su ekscesni, influenseri koji zbog same činjenice da ih iz različitih razloga prati veliki broj ljudi postaju društveno relevantni te opštu komercijalizaciju interneta i praksu samih korisnika – imamo razloga za negodovanje – smatra Helena Popović i dodaje da je razvijanje kritičkog mišljenja jedna od osnovnih karakteristika koje bi čovek novog doba trebao imati.

– Mislim da bismo se, u navigiranju kroz tu poplavu sadržaja, pre pristajanja uz određene aktere i procese trebali zapitati: koje su šire implikacije delovanja određenih osoba, institucija ili praksi za zajednicu ili društvo u celini? Kakve su reperkusije takvog individualizma i biologizma za društvo u celini? Za to je, naravno, potrebno razvijanje kritičkog mišljenja kod ljudi, koje bi bilo utemeljeno u znanju i argumentaciji. Nažalost, u savremenom društvu se sva mišljenja vrednuju jednako – argumentovana i neargumentovana, zasnovana na činjenicama i na „alternativnim činjenicama” dakle nebulozama, fašistička i humanistička i tako dalje – zabrinuto nabraja Helena Popović.

Nakon što smo u ovom uvodnom tekstu definisali popularnu kulturu i uticaj koji ona ima na konzumente, u narednim nastavcima pozabavićemo se na ovom mestu o uticaju srpske nacionalne manjine u sferi popularne kulture Hrvatske, od samog nastanka tog fenomena u 20. veku do danas.

Ovaj tekst je napisan uz finansijsku potporu Agencije za elektroničke medije temeljem Programa ugovaranja novinarskih radova u elektroničkim publikacijama.