

Dr Vesna Đukić<sup>1</sup>

Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet umetnosti u Beogradu,  
Beograd, Srbija

## CVET BEZ KORENA: UTICAJ MEDIJSKIH TEKSTOVA U SRBIJI NA OBLIKOVANJE TRANSNACIONALNOG KULTURNOG IDENTITETA <sup>2</sup>

*Ništa od opštečovečanskih vrednosti nije postalo slučajnim ukrštanjem spolja. Kobna je obmana po sredi. Svima pripada samo ko je korenom duboko prodro u rodno tle. Jer, opštečovečansko u umetnosti koliko je cvetom iznad, toliko je korenom ispod nacionalnog.*

**Momčilo Nastasijević (1894-1938)**

### ***Apstrakt***

*Predmet rada je uticaj medija u Srbiji na kulturu sećanja i formiranje kulturnog identiteta. Rezultati kvantitativne i kvalitativne analize medijskih tekstova objavljenih u rubrikama Kultura, pokazuju nedostatak odnosa prema prošlosti budući da je u istraživanom periodu objavljeno najmanje informacija o kulturnom nasleđu, nešto više o savremenoj neprofitnoj umetničkoj produkciji u Srbiji, a najviše o transkulturalnoj profitno orjentisanoj globalnoj industriji kulture i zabave, što značajno doprinosi formiranju transnacionalnog kulturnog identiteta.*

***KLjučne reči:*** *Srbija, medijski sadržaj, kulturna politika, kultura sećanja, kulturna baština, identitet*

### **Uvod**

Mediji su javna glasila u sistemu javnog informisanja, a prema teoriji Kloda Molara o kulturnim sistemima, oni su članovi porodice posrednika (Molar, 2000: 39) budući da posreduju između stvaralaca, donosilaca odluka i publike. U takvom sistemu, mediji postaju „portparoli porodice stvaralaca i ministra” (Molar, 2000:40), ali ne samo ministra kulture, već i drugih ministara u vladi budući da je kultura međuresorna oblast i da nadležnost za određena pitanja može imati i ministarstvo prosvete (npr. umetničko obrazovanje), inostranih poslova (npr. međunarodna kulturna saradnja), dijaspore (npr. odnosi sa Srbima izvan Srbije), ekonomije (npr. kulturna i kreativna industrija, kulturni i kreativni turizam i sl).

---

<sup>1</sup> djukic.vesna@gmail.com

<sup>2</sup> Ovaj tekst je nastao u okviru rada na projektu br. 178012 *Identitet i sećanja: transkulturalni tekstovi dramskih umetnosti i medija (Srbija 1989-2014)*, Fakulteta dramskih umetnosti (Univerzitet Umetnosti u Beogradu), koji finansira Ministarstvo prosvete i nauke Republike Srbije

S druge strane, u liberalno pluralističkoj teoriji medija – mediji obezbeđuju javni prostor u kome se dele informacije i informiše javnost. Na ovaj način slobodni mediji funkcionišu kao „pas čuvar“ koji budno motri na poteze vlade da bi odlučivanje u javnom interesu bilo transparentno, a informacije od javnog značaja dostupne javnosti. Istovremeno, država i poslovni svet imaju ključni značaj u širenju i suzbijanju informacija (Miler, 2005:113).

Budući da kultura sa stanovišta savremenih kulturnih politika pored umetnosti (prema Molaru – visoke, niske i srednje, što uključuje kulturne industrije) podrazumeva i kulturnu baštinu, kao i međuresorne oblasti kulture (Đukić, 2012: 315-320), to onda znači da mediji moraju istinito i objektivno informisati javnost o širokom spektru kulturnih i umetničkih programa, proizvoda i usluga – bilo stvorenih u prošlosti, bilo u sadašnjosti. U suprotnom, ako svi raznoliki sadržaji i izrazi u oblasti kulture i umetnosti nisu medijski posredovani i preneti do javnosti, domašaji se zatvaraju samo u uzan krug privilegovane kulturne elite koja u njima neposredno učestvuje (Đukić, 2012)<sup>3</sup> ili njima prisustvuje. Za većinu kupaca i korisnika medijskih informacija, to je isto kao da nisu ni postojali. Zato je „etička odgovornost medija ogromna, možda mnogostruko veća od drugih javnih institucija“ i to pre svega zbog toga što oni postojeću realnost najpre „dekonstruišu, a potom ostvarenu sliku reprezentuju na način i u skladu sa nečijim očekivanjima“ (Nikolić, 2010: 35). Ciljna grupa takve medijski posredovane reprezentacije realnosti je uvek postojeća čitalačka publika, međutim, medijska arhiva objavljenih tekstova u prošlosti jedan je od mogućih izvora informisanja budućih generacija. Na taj način arhiva medijskih tekstova predstavlja institucionalizovano pamćenje i sećanje<sup>4</sup> kako pojedinaca, tako i institucija, gradova, pa i država. Za buduće generacije, još i više nego za postojeće, ono što mediji nisu objavili – nije se ni dogodilo, pa ne može ni imati uticaj na odnos prema prošlosti i sadašnjosti.

Dakle, ako mediji informišu selektivno, suzbijajući informacije, uprkos tome što im je misija da to spreče, ako ne informišu o ukupnoj kulturnoj i umetničkoj sceni i nemaju razvijeno istraživačko, interpretativno i analitičko novinarstvo koje ide dalje od najave događaja i dublje istražuje, tumači i komentariše određene teme – medijska arhiva neće sadržati dovoljno dokumentacionog i analitičkog materijala na osnovu kojeg buduće generacije mogu da razvijaju kulturni identitet uspostavljajući dvosmerni odnos – i prema prošlosti, kao i prema sadašnjosti. Ovaj odnos prema prošlosti u informisanju je neophodan budući da novo u kulturi nije „apsolutni novum“, jer se oslanja na selekciju dostignuća iz kulturne tradicije (Golubović, Jarić, 2010:16), pa medijska arhiva treba da sačuva i prenese i do budućih generacija različita dostignuća iz prošlosti, podjednako kao i iz sadašnjosti. Upravo iz tog razloga, medijski tekstovi objavljeni u rubrici „Kultura“ treba da se odnose podjednako prema baštini, kao i prema savremenom umetničkom stvaralaštvu, tj. da obuhvataju široki raspon savremenog značenja pojma kultura, koji pored ova dva konvencionalna oblika kulture, obuhvata i brojne međuresorne oblasti. Stoga je predmet ovog rada uticaj medija u Srbiji na kulturu sećanja i formiranje kulturnog identiteta. Cilj rada je da prouči odnos „psa čuvara“ prema prošlosti: materijalnoj i nematerijalnoj kulturnoj baštini i tradiciji, kao i prema delatnosti ustanova zaštite (npr. arhiva, muzeja, biblioteka, zavoda za zaštitu, instituta za književnost, konzervaciju i dr).

---

<sup>3</sup> Ovo je zaključak teksta *Kocka je bačena: transkulturalni projekat sećanja i identiteta Centra za dramu u edukaciji i umetnosti (CEDEUM)* realizovanog 2011. godine u okviru naučnog projekta *Identitet i sećanje: transkulturalni tekstovi dramskih umetnosti i medija*.

<sup>4</sup> U radu se nećemo baviti distinkcijom sećanja i pamćenja (Asman, Nora, Albvaš, Kuljić, Daković, Nikolić i drugi), budući da medijski tekstovi kroz intervjue i druge novinarske forme mogu da posreduju kako individualni, tako i kolektivni odnos prema prošlosti.

Na taj način se kroz odnos dva institucionalizovana oblika pamćenja i sećanja – medijskog i baštinskog, analizira i njihov uticaj na oblikovanje kulturnog identiteta građana i različitih društvenih grupa – naročito mladih koji su u periodu odrastanja i sazrevanja posebno osetljivi na pitanje identiteta.

Istraživanje sadržaja medijskog pamćenja i sećanja metodom kvantitativne i kvalitativne analize medijskih tekstova objavljenih u Srbiji 2012. godine obuhvatiće sadržaj rubrika „Kultura“ štampanih i internet medija: nedeljnik *NIN*, dnevne novine *Politika*, *Blic*, *Novosti*, internet izdanje *B92* i *Balkaninsight*. U tom smislu posebno je veliki značaj interneta na kome su forumi, komunikacije kroz blogove i komentare čitalaca, praktično promenile oblike društvenog komuniciranja a posebno uticale na proširenje i demokratizaciju „vratara (gatekeepers) i vođa mnjenja (Dragičević Šešić, Stojković, 2011:32). Internet pred štampu stavlja zadatak da se menja, iako će posledice tog procesa biti značajnije i vidljivije u vremenu koje dolazi (Jeftić, 2011:111) budući da do sada uredništva rubrika „Kultura“ nisu bila osetljiva za potrebe i komentare čitalaca zainteresovanih za prošlost i kulturnu baštinu više od samih urednika.

### **Nema mesta za istorijske pouke: umetnost kao transkulturalni komercijalni proizvod**

Prema pravnom okviru u Srbiji, osnovna uloga medija je zadovoljavanje potreba građana za informacijama i sadržajima iz svih oblasti života: privrede, kulture, umetnosti, obrazovanja, razonode i sl. Prema stavu 5 Strategije razvoja informisanja RS<sup>5</sup>, javni interes predstavlja ostvarivanje prava javnosti da bude obavешtena. Slobodan razvoj nezavisnih, profesionalnih medija i medijskog sistema treba da omogući najšire zadovoljavanje potreba građana Republike Srbije, bez diskriminacije, za informacijama i sadržajima iz svih oblasti života: politike, privrede, kulture, umetnosti, obrazovanja, ekologije, sporta, razonode itd. U javnom interesu je da se obezbede raznovrsni i kvalitetni medijski sadržaji za sve pojedince i društvene grupe: profesionalne, starosne, obrazovne, kao i sve manjinske grupe: etničke, religijske, jezičke i seksualne, grupe sa posebnim potrebama i druge. U skladu sa tim, pored opštih i ostalih informativnih sadržaja u Republici Srbiji – u oblasti kulture je u javnom interesu i od posebnog značaja proizvodnja i objavljivanje u javnim glasilima: specijalizovanih medijskih sadržaja iz politike, kulture, obrazovanja, religije, razonode; medijskih sadržaja od značaja za očuvanje kulturne baštine i medijskih sadržaja kojima se promoviše kulturno i umetničko stvaralaštvo i rad ustanova kulture; sadržaja istraživačkog novinarstva i drugih složenih novinarskih formi, kao i originalnih audiovizuelnih i radiofonskih dela na srpskom jeziku i jezicima nacionalnih manjina pod uslovom da je proizvodnja i objavljivane takvih sadržaja od značaja za očuvanje kulturnog identiteta srpskog naroda, nacionalnih manjina i etničkih grupa koje žive u Republici Srbiji, kreativnost i stvaralaštvo u medijima.

Među navedenim oblastima javnog interesa u oblasti informisanja, u ovom radu fokus će biti na medijskim sadržajima od značaja za očuvanje kulturne baštine i medijskim sadržajima kojima se promoviše kulturno i umetničko stvaralaštvo i rad ustanova kulture. Međutim, analiza sadržaja medijskih tekstova pokazuje da se zadovoljavanje potreba

---

<sup>5</sup> Strategija razvoja informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine, doneta od strane Vlade Republike Srbije na osnovu člana 45. stav 1. Zakona o Vladi („Službeni glasnik RS”, br. 55/05, 71/05-ispravka, 101/07, 65/08 i 16/11), str.11,12, <http://www.kultura.gov.rs/strategi-razvo-sistema-avnog-informisa-u-republici-srbi-i-do-2016-godine>

građana za informacijama i sadržajima iz oblasti kulture i umetnosti najviše svodi na prenošenje osnovnih informacija o kulturnim i umetničkim događajima (promocije, dodele nagrada, premijere i sl.). Većina dnevnih listova u Srbiji u rubrici *Kultura* informiše građane o tim događajima u formi kratkih vesti iz zemlje i sveta koje odgovaraju na osnovna novinarska pitanja: „ko“, „gde“, „kad“, „šta“, čime se ne odgovara na proširena novinarska pitanja „kako“ i „zašto“ se nešto dogodilo i šta se još može dogoditi (Udovičić, 2011: 226). Pored toga, u rubrikama „Kultura“ dominiraju vesti iz sveta, dok vesti o događajima u zemlji ima znatno manje čime rubrika „Kultura“ postaje svojevrstni transkulturalni medijski projekat. Međutim, kratka forma vesti ne samo što nije dovoljna da informiše o kulturnim i umetničkim vrednostima ili značaju događaja, već implicira zaključak da su ovi kulturni i umetnički događaji, tj. informacije o njima – samo niz različitih proizvoda tržišta koji se mogu, ali i ne moraju kupiti, tj. posetiti i doživeti ili se o njima informisati, u zavisnosti od strukture potreba i kupovne moći potrošača. Tako kultura i umetnost postaju proizvod kao i svaki drugi proizvod koji se nudi na tržištu. Rezultat toga je da većina stanovništva u Srbiji „misli da se može živeti bez kulture, što najčešći odgovori u istraživanju potvrđuju: 'nemam ni vremena za kulturne događaje, niti novca da kupujem kulturnu robu?'“ (Golubović, Jarić, 2010: 31).

Primeri istraživačkog novinarstva i složenijih novinarskih formi su malobrojni i u posmatranom periodu od 4 meseca (januar-april 2012) čitaocima je ponuđen mali broj interpretativnih, analitičkih i kritičkih tekstova. Analizom sadržaja ovih tekstova objavljenih u tri različita štapana i web medija,<sup>6</sup> može se uočiti da se oni većinom odnose na kulturnu politiku, tj. na odnos države prema umetnosti i posebnim oblicima savremenog umetničkog stvaralaštva (muzika, ples, pozorište, likovne i vizuelne umetnosti). Ovo pitanje odnosa države prema umetnosti se naročito aktualizovalo u vreme predizborne kampanje za sve nivoe državne uprave u Srbiji (od predsedničkih do lokalnih izbora), pa je tako *Politika* u rubrici *Šta da se radi* objavila seriju analitičkih komentara na temu *Zašto (ni)je mladima lepše sa kulturom* koji su pretežno fokusirali međuresorno pitanje položaja i uloge umetnosti u školskom programu. Istovremeno, složenih istraživačkih tekstova o odnosu kulturne politike prema kulturnoj baštini kao i drugih tekstova koji bi mogli biti „od značaja za očuvanje kulturne baštine“, bilo materijalne, bilo nematerijalne – uopšte nije bilo u ovom periodu iako medijska strategija jasno stavlja do znanja da je to javni interes u oblasti informisanja.

Kako se nepovoljna situacija u oblasti medijskog sistema u Srbiji reflektuje na sadržaj rubrika „Kultura“ pokazuju rezultati kvalitativne i kvantitativne analize medijskih sadržaja na slučajnom uzorku na osnovu kojih se može zaključiti da se objavljene informacije najvećim delom odnose na svetsku profitno orjentisanu kulturnu i umetničku produkciju, tj. popularnu kulturu i kulturnu industriju. Tako se, primera radi, oko 80% naslova internet izdanja najtiražnijeg dnevnog lista *Blic* u rubrici *Kultura* objavljenih u periodu 8-13. marta 2012. odnosilo na vesti o: filmu (7), izdavaštvu (3), popularnim muzičkim žanrovima (3), igri i plesu (3), stripu (1), novim medijima, tj. internetu (1), komercijalnom pozorištu (1),

---

<sup>6</sup> Prvi istraživački tekst *Između propisanog i realnog – kultura u pravnom haosu* koji se odnosi na zakone u oblasti kulture napisan je na osnovu istraživanja novinara Balkanske mreže za istraživačko novinarstvo BIRN sprovedeno u 11 gradova u Srbiji i objavljen 25. januara 2012. na web lokaciji <http://www.balkaninsight.com/en/article/izmedu-propisanog-i-realnog-kultura-u-pravnom-haosu> ; drugi tekst *Greška u kodu* koji se odnosi na evropske prestonice kulture i kandidaturu gradova u Srbiji je objavio nedeljni list NIN 15. marta 2012, a treći *Privatna inicijativa u kulturi* na temu savremenih umetničkih manifestacija nastalih kao preduzetnička inicijativa pojedinaca ili grupa umetnika objavio je dnevni list *Politika* 3. aprila 2012. godine u rubrici Tema nedelje.

komercijalnom muzeju (Krivošejev, 2012:41)<sup>7</sup> Madam Tiso (1), performansu (1) i fotografiji (1). U istom periodu objavljeno je samo 7 naslova (oko 20%) koji se odnose na klasične, visoke umetnosti: pozorište (4), balet (1), likovnu umetnost (2) i jedan naslov o jeziku. Od toga, informacije o savremenom stvaralaštvu koje se mogu dovesti u vezu sa kulturnom baštinom, zastupljene su samo sa četiri vesti (13%): o hepeningu Gete instituta u Beogradu posvećenom književnicama koje su menjale svet, statui Ane Frank u Berlinskom muzeju Madam Tiso (koji je podstakao čitaoce da napišu 8 komentara), o pronalasku najstarijeg jednominutnog Dikensovog filma u Velikoj Britaniji i o ukidanju nastave na srpskom jeziku u 8 evropskih zemalja, Kanadi, Americi i Australiji (ova međuresorna tema je podstakla čitaoce da napišu najviše – čak 16 komentara). Broj komentara (koji se kreće od 0 do najviše 16), pokazuje da čitaoce tema kulturne baštine ne ostavlja ravnodušnim, dok vest o filmskom festivalu u Kanu nije uopšte komentarisana (0 komentara). Kvantitativnom analizom objavljenih tekstova<sup>8</sup> videćemo da se, od ukupno 26 naslova u rubrici kultura visokotiražnog dnevnog lista *Blic* objavljenih u periodu od 8. do 12. marta 2013, manje od polovine vesti (11) odnosilo na domaću kulturnu i umetničku produkciju (dodeljivanje nagrada, promocije knjiga, održavanje festivala, informacije o smrti umetnika i sl), dok je više od polovine informacija bilo povezano sa inostranom produkcijom (15).

Međutim, ako uporedimo štampane i internet medije sa radiom i televizijom, kvalitativna analiza programskih sadržaja elektronskih medija daje nepovoljniju sliku kako u pogledu broja informacija, tako i u pogledu njihovog sadržaja. Televizija kao elektronski medij koji najviše utiče na formiranje javnog mnjenja, ima najmanje zastupljenih sadržaja o kulturi i umetnosti. Pošto u vrednosnom smislu, njen uticaj zavisi od stepena obrazovanja građana koji je u Srbiji veoma nizak budući da svaki peti građanin nema završenu osnovnu školu<sup>9</sup>, komercijalni televizijski programi ne emituju sadržaje kulture jer bi se u tom slučaju osetno smanjila gledanost programa (Dragičević Šešić, 2011: 30). Među komercijalnim medijima, možda najpovoljniju sliku daje internet izdanje radija i televizije *B92*, koje u rubrici *Kultura* objavljuje veliki broj vesti, komentara i intervjuua. Ali budući da ova rubrika klasifikuje kulturu na: film i televiziju, likovno i muzičko stvaralaštvo, knjigu i strip, pozorište i ostalo, može se zaključiti da ni ovaj elektronski medij ne prepoznaje kulturnu baštinu kao posebnu oblast od javnog interesa, već je prevashodno usmeren na savremene umetnosti i kulturnu industriju. Ovo je naročito uočljivo u izboru tema intervjuua objavljenih tokom 2011. i 2012. godine<sup>10</sup> koji se isključivo odnose na savremene vizuelne umetnosti (nagrada za likovnu kritiku, razvoj karijera slikara, fotografa, grafičkog dizajnera i likovnog performans umetnika, novi izložbeni prostori savremene umetnosti, urbana ulična umetnost na zidovima i dr). Iako su mnogi od ovih tekstova aktualizovali određene teme iz prošlosti (npr. Titov bunker kod Konjica u BiH kao novi izložbeni prostor u kojem je 50 umetnika stvaralo svoja dela, a Sevet Evrope izložbu proglasio kulturnim događajem 2009/10. godine<sup>11</sup>, Drugi svetski rat kao tema prve samostalne izložbe mladog grafičkog dizajnera u ustanovi kulture Parobrod<sup>12</sup> i dr.) i prošlost je ovde redukovana samo na Drugi svetski rat, a baština samo na inspiraciju savremene umetnosti.

---

<sup>7</sup> Da oni danas nemaju veze sa muzejima svedoči i činjenica da se na sajtovima svih Madam Tiso kuća u svetu više ne može pronaći reč muzej. Tako ovi subjekti postaju deo kulturne industrije usmerene isključivo ka stvaranju profita.

<sup>8</sup> Spisak naslova tekstova nalazi se u prilogu rada

<sup>9</sup> Prema najnovijim podacima, svaki peti građanin u Srbiji nema završenu osnovnu školu, izjava člana Nacionalnog prosvetnog saveta dr Ane Pešikan, *Novosti*, 18. mart 2012.

<sup>10</sup> [http://www.b92.rs/kultura/intervjui.php?nav\\_category=1084](http://www.b92.rs/kultura/intervjui.php?nav_category=1084) pristupljeno 13. marta 2012.

<sup>11</sup> [http://www.b92.rs/kultura/intervjui.php?nav\\_category=1084&nav\\_id=499087](http://www.b92.rs/kultura/intervjui.php?nav_category=1084&nav_id=499087) pristupljeno 13. marta 2012.

<sup>12</sup> [http://www.b92.rs/kultura/intervjui.php?nav\\_category=1084&nav\\_id=589852](http://www.b92.rs/kultura/intervjui.php?nav_category=1084&nav_id=589852) pristupljeno 13. marta 2012.

U medijskom prostoru „nema mesta za istorijske pouke, a sećanje se svelo na nekoliko poslednjih godina, povremeno čak i nedelja, jer su iskušenja, stradanja, ekonomsko iscrpljivanje i svakovrsno trpljenje, predugo trajali”, kaže istoričar i nekadašnji ambasador Republike Srbije u Francuskoj Dušan T. Bataković<sup>13</sup>. Ukazujući da je u moralnoj dimenziji najopasnija „duhovna pokolebanost”, Bataković ističe da je ona u vezi sa nedostatkom sećanja i smanjenim uticajem istorijskih pouka na život savremenog društva opterećenog velikim političkim, socijalnim i ekonomskim problemima. Tako izlazi da mediji u Srbiji, koji najviše utiču na stvaranje vrednosnih sistema građana, praktično samo delimično ostvaruju posredničku ulogu budući da svojim sadržajima ne posreduju između svih aktera kulturnog života i javnosti, uključujući javne ustanove kulture osnovane da ostvaruju javni interes – a posebno ne između ustanova zaštite i javnosti. To znači da medijski tekstovi ne doprinose razvoju kulture sećanja na prošlost, posebno ne na prošlost pre Drugog svetskog rata, te da duhovno i materijalno kulturno nasleđe, bez posredničke uloge medija, samo neposredno komunicira sa malobrojnom publikom koja posećuje baštinske programe.

Time se značajno umanjuje mogućnost uticaja kulturnog nasleđa na formiranje vrednosnih stavova, obrazaca mišljenja i ponašanja i kulturnog identiteta građana, a posebno mladih. Ovo je naročito indikativno pošto je u Strategiji razvoja sistema javnog informisanja precizno navedeno da je „u Republici Srbiji u javnom interesu i od posebnog značaja proizvodnja i objavljivanje u javnim glasilima medijskih sadržaja od značaja za očuvanje kulturne baštine i medijskih sadržaja kojima se promoviše kulturno i umetničko stvaralaštvo i rad ustanova kulture“. Na taj način, i uprkos strateškim ciljevima Vlade RS, raznoliki kulturni i umetnički sadržaji ne dobijaju potreban medijski prostor. Posledica toga je nedostatak znanja na koje sve načine kultura i umetnost utiče na živote građana i društva uopšte, kao i nedovoljno razvijena svest o značaju nasleđa u razvoju samosvesti i promišljanja ličnog i nacionalnog identiteta, kako nacionalnih manjina u Srbiji kojima država jemči posebnu zaštitu „radi ostvarivanja potpune ravnopravnosti i očuvanja njihovog identiteta“<sup>14</sup>, tako i srpskog naroda u većini. Time se u značajnoj meri redukuje i potencijal kulturnog i socijalnog kapitala (Burdije, Kilbi i dr) nasleđenog iz prošlosti, što znatno smanjuje sposobnost generisanja novih proizvoda, usluga i implicitnih vrednosti, a time i šanse za održivi razvoj društva. Često, međutim, ni ovako redukovani kapital ne može da se probije do javnosti, pošto su mediji zaokupljeni političkim temama, o čemu svedoči i komentar novinara nedeljnika NIN o koncentraciji velikog broja značajnih političkih događaja između 11. i 13. marta – godišnjice smrti Slobodana Miloševića i Zorana Đinđića, „zbog kojih se niko u Srbiji nije setio godišnjice smrti Ive Andrića“<sup>15</sup>.

## **Ulaganje u infrastrukturu duše: sećanje na nacističko bombardovanje Narodne biblioteke**

Nepovoljnu sliku o zastupljenosti baštine u medijskim tekstovima u nekoliko menja Dan sećanja na bombardovanje Narodne biblioteke Srbije na Kosančićevom vencu (6. april 1941) kada su *Blic* i *Politika* u rubrici *Društvo*, kao i većina štampanih, elektronskih i internet medija preneli agencijsku vest, ali u širem kontekstu obeležavanja 71. godišnjice aprilskog bombardovanja Beograda. Time je polaganje venaca na nekoliko lokacija u gradu postala udarna vest dana, dok su kulturni i umetnički programi ostali u senci ovih

<sup>13</sup> Intervju Svetlane Palić „Projekat velike Albanije je već daleko odmakao”, *Blic*, 24.10.2012, objavljen je na dan kada je zvanično stupila na snagu odluka o opozivu ambasadora u Rusiji i Francuskoj

<sup>14</sup> Ustav Republike Srbije, Zaštita nacionalnih manjina, član 14.

<sup>15</sup> Batić Bačević, Dva rivala, jedna politika, NIN 15. mart 2012.

događaja. Na sam dan sećanja, informacija o njima je preneti samo u formi najave, a narednih dana su druge teme ispunile medijski prostor.

Najznačajniji spomenik kulture uništen u bombardovanju je zgrada Narodna biblioteka Srbije koja se nalazila na Kosančićevom vencu sa 300.000 knjiga i srednjovekovnih spisa neprocenjive vrednosti. Sećanje na taj događaj je, po tradiciji, obeleženo brojnim programima na različitim lokacijama u gradu. U okviru lokaliteta na Kosančićevom vencu u Beogradu, na kome se do početka Drugog svetskog rata nalazilo zdanje Narodne biblioteke Srbije, održana je centralna manifestacija u prisustvu velikog broja zvaničnika, članova diplomatskog kora, predstavnika Grada Beograda i beogradskih opština, brojnih institucija kulture, prosvete i nauke, kao i građana. Ceremoniju je predvodio tadašnji ministar kulture, informisanja i informacionog društva Predrag Marković.

Sve se to dogodilo u jednom tragičnom danu, kad su knjige nestale. Danas smo svi doneli po jednu knjigu, jer, inače, ulažemo u svakakvu infrastrukturu, ali ne ulažemo mnogo u infrastrukturu duše, rekao je u svojoj besedi književnik Aleksandar Gatalica, na mestu gde je polaganjem knjiga velikog broja građana na ruševine nekadašnje biblioteke započela centralna manifestacija sećanja.

Ovu izjavu je preneo list *Danas*, ali i u toj vesti objavljenoj pod naslovom „Obeleženi Dan sećanja na razaranje Narodne biblioteke Srbije“, mnogi drugi događaji posvećeni sećanju na bombardovanje biblioteke su potisnuti u drugi plan. Među njima je bilo i predavanje dr Irene Špadijer o jedinom sačuvanom, veoma vrednom rukopisu taha monaha Marka „Zbornik srpskih žitija“, nastalog u 14. veku koji nije stradao 6. aprila 1941. godine. U želji da javnosti pruži priliku da vidi ovaj izuzetan spomenik srpske srednjovekovne kulture koji se čuva u trezoru nacionalne biblioteke, rukopis je u specijalnoj komori izložen samo na dan sećanja. Ali, uredništvo najtiražnijih novina *Blic* i drugih internet izdanja visokotiražnih dnevnih listova (osim *Novosti*: „Dan biblioteke: preživela Žitija“, 5. april 2012; *Glas javnosti*: „Sećanja u Narodnoj biblioteci Srbije“, 6. april 2012; *Pressonline*, „Sećanja u Narodnoj biblioteci Srbije“, 6. april 2012) ovim događajima nisu posvetili medijski prostor iako su svi programi bili veoma posećeni. Posećenost ukazuje na potrebu građana da ulažu u „infrastrukturu duše“, dok mediji kao organizovani oblik kolektivnog sećanja sadašnjih i budućih generacija, tu potrebu ne prepoznaju.

### **Zaključak: javno dvorište kulture nema psa čuvara**

U implementaciji strategije privatizacije medija, poslovna (čitaj: finansijska) politika koju vode medijske kompanije ide toliko daleko da ignoriše pravni sistem i javni interes formulisan u Strategiji razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji. Mediji se ponašaju kao portparoli porodice stvaralaca samo kada najavljuju premijere i pojedine umetničke događaje, dodele nagrada i nekrologe umetnicima i stvaralocima. Ovo je razumljivo budući da informativna funkcija medija živi na događaju jer publika medija želi da sazna šta se dogodilo, gde se dogodilo, kada, kako i zašto se dogodilo, šta se još može dogoditi (Udovičić, 2011: 226). U svim ostalim situacijama oni se, zapravo, ponašaju kao trgovci (Bal, 1997) koji prodaju informacije o kulturi i umetnosti kao i svaku drugu robu koja se prodaje na tržištu. Ta roba, klasifikovana sa stanovišta kulturne politike, najvećim delom pripada kategoriji srednjih i nižih umetnosti (Molar, 2000:37), čime i Srbija zapravo prolazi putanju klatna novovekovne zapadne civilizacije koja iz jedne krajnosti (mandarinske) ide u drugu krajnost (trgovačku), iako je uloga medija – kao instrumenta javnosti – upravo u tome da usmeri amplitudu

klatna tako da ono ne završi ni u jednoj od krajnjih tačaka, ali i da se ne zaustavi u mrtvoj tački hiperrealnog društva masovne kulture.<sup>16</sup>

Ako se vratimo na polazne teorije, zaključićemo da se pas čuvar otrgao od bivšeg vlasnika i više ne čuva javno dvorište i političku elitu, jer ga država više ne hrani sredstvima iz javnog budžeta u potpunosti, već samo povremeno i u malim porcijama koje ispred svog atara postavlja savremena visoka umetnost – nagradama, festivalima ili nekrolozima. A po svemu sudeći – zbog globalističke transnacionalne i transkulturalne orijentacije savremenih medija u Srbiji, tako će i ostati sve dok baštinska kulturna politika i baštinske institucije pred „pse čuvar“ ne počnu da bacaju sočne koske. Budući da ne dodeljuju nagrade, niti su baštinski stručnjaci medijski atraktivne ličnosti kao glumci i drugi umetnici, te koske bi morale biti podjednako privlačne kao i one koje baca transkulturalno orijentisano savremeno stvaralaštvo i kulturna industrija. Ovo najviše zavisi od kreativnosti, inovativnosti i sposobnosti zaposlenih u oblasti zaštite baštine da stvore atraktivne proizvode za tržište kulture (politika sećanja), ali i nova tržišta (npr. baštinskog: muzejskog, arheološkog, kulturno-istorijskog i kreativnog turizma), kao i od preduzetničkog potencijala u Srbiji koji u ovom trenutku ne generiše dovoljno atraktivnih sadržaja koje mogu postati vest u medijskim rubrikama „Kultura“. Druga mogućnost, koja ne isključuje prvu, jeste da kulturna javnost i javno mnjenje (Habermas, 1969), kada i samo oseti ovaj nedostatak medijski posredovanog odnosa sa prošlošću preko kulturne baštine, izvrši pritisak da se uspostavi odgovoran odnos prema javnom interesu koji bi obuhvatio i konstruktivan odnos prema kulturnoj baštini i različitim dostignućima iz kulturne tradicije stvorenim u prošlosti. Ovde se, međutim, postavlja i pitanje odgovornosti onih aktera koji reprezentuju kulturnu baštinu imajući u vidu da baštinske ustanove kulture, a naročito muzeji u Srbiji, ne posvećuju dovoljno pažnje posećenosti programa uprkos tome što predstavlja ključni indikator uspeha (Krivošejev, 2012:68). Iako je Evropa fascinirana svojom prošlošću (In from the margins, 1997:195) i milioni ljudi svake godine posećuju evropske istorijske gradove, spomenike i muzeje, čime kulturni turizam postaje deo masovne kulture, a komercijalizacija tradicije i prošlosti – temelj industrije nasleđa u ekspanziji kao savremeni način komodifikacije prošlosti i porekla (In from the margins, 1997:197), kulturna baština u Srbiji je još skrivena u prašnjavim muzejskim vitrinama stalnih postavki često starih i po nekoliko decenija i potpuno neatraktivna kako za publiku, tako i za medije.

I konačno, može se zaključiti da medijsko informisanje kao potencijal za institucionalizovano medijsko pamćenje i sećanje u posttotalitarnoj tranzicionoj Srbiji postaje prostor selekcije i redukcije kulture i umetnosti na popularne i komercijalne transkulturalne sadržaje, sa jasnim ciljem da se ovi sadržaji (zlo)upotrebe u korist transnacionalnih medijskih kompanija i poslovne elite koja njima upravlja. Mediji kao „vratari“ i vođe mnjenja, ne otvaraju vrata savremene neprofitne kulturne i umetničke produkcije u zemlji, a ni kulturne baštine, već eventualno, informišući selektivno i prodajući kulturu i umetnost kao robu, podstiču konzumerizam i potrošnju proizvoda i usluga profitno orijentisane srednje i niske umetničke produkcije koje su primarno i namenjene tržištu. U vreme kada država, društvo i građani Srbije prolaze kroz „veliku krizu identiteta, uzdrmani u temelju negativnim aspektima jugoslavizma i titoizma, vraćanje proverenim vrednostima koje nudi naša baština, prozračenim modernim senzibilitetom, veliki su zadatak naše elite”<sup>17</sup>, ali i čitave porodice posrednika u kojoj se, pored elite, nalaze i mediji.

Takvo odsustvo odnosa aktuelne medijske politike u Srbiji prema visokoj umetnosti, prošlosti i baštini, uz favorizovanje inostrane umetničke produkcije u rubrikama „Kultura“, zapravo predstavlja medijski doprinos globalizaciji i formiranju transnacionalnog kulturnog identiteta (Švob

<sup>16</sup> <http://www.clio.rs/knjige.php?id=301>

<sup>17</sup> Iz intervju sa istoričarem Dušanom T. Batakovićem, „Projekat velike Albanije je već daleko odmakao“, Blic, 24.10.2012.



Đokić, 2001). Na taj način globalizovani mediji danas nisu samo „transportno sredstvo“ kojim se kulture prenose s kraja na kraj sveta, već pre svega instrument kojim mali broj tzv. „globalnih igrača“ – vlasnika medija, pokušava da ostvari kulturnu i informativnu hegemoniju (Aracki, 2011: 326). Njima se, kako tvrdi Aracki, na srpskim prostorima iz najrazličitijih razloga, pridodaje i armija malih ili većih domaćih medijskih vlasnika koji nekritički slede nametnute transkulturalne i transnacionalne obrasce ponašanja i prakse.

S druge strane, umetnost i prošlost omogućavaju da se razume sadašnjost oslobođena ideoloških dogmi, a do kontakta sa njima – bez medijskog posredovanja, vode uska vrata. Kroz ta vrata prođe samo malobrojna publika sa formiranim kulturnim potrebama, navikama i interesovanjima, pa se i do poruke Momčila Nastasijevića može doći jedino ako se poseti legat čuvene srpske umetničke porodice Nastasijević koji se čuva u Muzeju rudničko-takovskog kraja u Gornjem Milanovcu i čita književna zaostavština pesnika.<sup>18</sup>

Poruka da nema cveta bez korena, govori o tome da nema spoljašnjeg bez unutrašnjeg, tj. transnacionalnog identiteta bez nacionalnog identiteta, bilo da se odnosi na nacionalne manjine, bilo na većinu naroda u državi. O tome svedoči i univerzalni princip kulturnog suvereniteta na kojem su zasnovane savremene kulturne politike (Đukić, 2012:65), ali mediji – kao transkulturalni fenomen savremenog globalizovanog sveta – princip suvereniteta ne poštuju. U suprotnom bi značilo da sami zadržavaju informacije iako zadržavanje treba da spreče.

## Literatura

- Aracki, Zoran (2011), „Mediji, globalizacija kulture i očuvanje identiteta“, u: *Savremeni žurnalizam*, Kultura, br.132, Beograd, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, str. 326-339
- Bal, Fransi (1997), *Moć medija*, Beograd, Clio
- Brigs, A, Kobli, P. (2005) *Uvod u studije medija*, Beograd, Clio
- Burdije, Pjer, (1999), *Nacrt za jednu teoriju prakse*, Beograd, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
- Vuksanović, Divna (2007) *Filozofija medija: ontologija, estetika, kritika*, Beograd, Čigoja
- Golubović, Zagorka, Jarić, Isidora (2010), *Kultura i preobražaj Srbije*, Službeni glasnik, Res publica, Beograd
- Daković, Nevena (2012), „Cinema komunisto i post-komunisto: filmski tekst pamćenja, sećanja i nostalgije“, u: *Menadžment kulture i medija u društvu znanja*, Zbornik radova sa međunarodne konferencije, broj 21, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti, str. 363-384
- Dragičević Šešić, Milena, Stojković, Branimir (2011) *Kultura, menadžment, animacija, marketing*, Beograd, Clio
- Đokić, Nada, Švob (2011), “Cultural identities in Southeastern Europe – a post-transitional perspective”, *Cultural Identity Politics in the (Post) – Transitional Societies*, Zagreb: Institute for Internacional Relations
- Đukić Dojčinović, Vesna (2005), *Kulturni turizam, menadžment i razvojne strategije*, Beograd, Clio

---

<sup>18</sup> Dnevni list „Novosti“ je u u periodu od 6-13. oktobra više navrata objavljivao tekstove o pozorišnom komadu inspirisanom životom Momčila Nastasijevića „Angelska sonata“ koji je dramaturg i reditelj iz Gornjeg Milanovca, Zorica Simović, istraživala od rane mladosti; misterija ljubavnog života pesnika rešena je upravo zahvaljujući ovim novinskim tekstovima  
<http://www.novosti.rs/vesti/kultura.71.html:400000-Momcilo-Nastasijevic-najzagonetniji-srpski-pesnik>  
<http://www.novosti.rs/vesti/kultura.71.html:401000-Zivot-Momcila-Nastasijevisa-prepuna-je-tajni>

Đukić Dojčinović, Vesna (2003), *Tranzicione kulturne politike – konfuzije i dileme*, Beograd, Zadužbina Andrejević

Đukić, Vesna (2010) *Država i kultura: studije savremene kulturne politike*, Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti

Đukić, Vesna (2012) „Kocka je bačena: transkulturalni projekat sećanja i identiteta Centra za dramu u edukaciji i umetnosti (CEDEUM)”, u: *Menadžment kulture i medija u društvu znanja*, Zbornik radova sa međunarodne konferencije, broj 21, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti, str.363-384

„Identitet i sećanje: Transkulturalni tekstovi dramskih umetnosti i medija“ (2012), u: *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, broj 21, str.363-551

*In from the margins, a contribution to the debate on Culture and development in Europe* (1997), Strasbourg, Council of Europe Publishing

Jeftić, Milica, (2011), *Žanrovske odlike naslovnih blokova u dnevnoj štampi*,. U: *Savremeni žurnalizam*, Kultura, br.132, Beograd, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, str.111-125.

Klajić, Veselin, (2011), „Uloga i značaj novinskih dokumentarnih formi u štampi – studije slučaja nedeljnika Vreme, NIN i Pečat“, u: *Savremeni žurnalizam*, Kultura, br.132, Beograd, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, str. 53-77.

Krivošejev, Vladimir, (2012), *Muzeji, menadžment, turizam – ka savremenom muzeju, od teorije do prakse*, Valjevo: Narodni muzej Valjevo

Kuljić, Todor (2006) *Kultura sećanja*, Beograd, Čigoja štampa

Miler, Dejvid (2005) „Odnosi s javnošću i novinarstvo, promocija i moć”, u: Brigs, Adam, Kobli, Pol, (2005), *Uvod u studije medija*, Clio, Beograd

Molar, Klod (2000) *Kulturni inženjering*, Beograd, Clio

Nikolić, Mirjana, (2010), „Etika medija – između lične, profesionalne i društvene odgovornosti”, u: *Etika medija*, Kultura, broj 127, Beograd, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, str.35-51

Patric Kilby, Patric, (2002), *Social Capital and Civil Society*, Sidney, National Centre for Development Studies

Pešikan, Ana, Đukić, Vesna (2011), „Kultura i obrazovanje: kako ka efikasnoj međuresornoj saradnji“, u: *Tehnologija, kultura i razvoj*, zbornik radova 18, Beograd, Udruženje Tehnologija i društvo, str.110 – 123

*Savremeni žurnalizam*, (2011), Kultura, br.132, Beograd, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka

Strategija razvoja informisanja u Republici Srbiji do 2016.godine, Vlada Republike Srbije, u: *Službeni glasnik RS*, br. 55/05, 71/05-ispavka, 101/07, 65/08 i 16/11, str.11,12, <http://www.kultura.gov.rs/strategi-razvo-sistema-avnog-informisa-u-republici-srbi-i-do-2016-godine> , pristupljeno 15. maja 2012. godine

Udovičić, Radenko, (2011), „Medijski trendovi i kreiranje svijesti“, u: *Savremeni žurnalizam*, Kultura, br.132, Beograd, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, str.226-249

Habermas, Jirgen (1969), *Javno mnjenje*, Beograd, Kultura

Harvi, Silvija (2005), „Politika, Kreiranje politike medija”, u: Brigs, Adam, Kobli, Pol, *Uvod u studije medija*, Beograd, Clio

## **PRILOG: VESTI U RUBRICI *KULTURA* INTERNET IZDANJA DNEVNOG LISTA *BLIC***

### **8.3.2012.**

- Književnice koje su menjale svet | o hepeningu Gete Instituta o svetskim književnicama
- Kulturni američki bend "Richmond Fontaine" u Beogradu 23. marta, najava za beogradski klubing

### **9. 3. 2012.**

- Statua Ane Frank u muzeju Madam Tiso u Berlinu
- Država kriva što srpski jezik gubi status o ukidanju nastave srpskog jezika u 8 evropskih zemalja, Kanadi, Americi i Australiji
- Bivši frontmen "Blura" izdaje album sa svojom operom
- "Snovi su deo stvarnosti" o dodeli nagrade "Todor Manojlović" za moderan umetnički senzibilitet strip crtaču iz pančeva Saši Rakeziću |
- Promocija knjige u izdanju sajta "Njuz.net" večeras u Biblioteci grada Beograda
- Filmovi Sare Poli, Džuli Delpi na festivalu Trajbeka
- Film Vesa Andersona otvara Kanski festival
- Pronađen jednoglasni najstariji Dikensov film
- Uglješić Šajtinac nagrada "Bora Stanković"
- U Beogradu počinje pozorišni festival „Slavija“
- Posveta Čajkovskom na Kolarcu

### **10.3.2012.**

- Preminula balerina Leonora Miler Hristidis prvakinja baleta Srpskog narodnog pozorišta
- Predrag Ejodus: Čovek postao laka meta
- Eksperimentalni film "Solipsist" istražuje granice ljudskog uma reditelja Endrjua Huanga iz Los Anđelesa
- Ljiljani Blagojević sutra uručenje nagrade "Žanka Stokić"
- Posveta Klodu Debisiju koncert Simfonijskog orkestra Vroclavske filharmonije
- Novo izdanje knjige Zorana Đinđića „Subjektivnost i nasilje“

### **11. 3. 2012.**

- Vlastimir - Đuza Stojiljković, glumac: "Pozorišta su ispod ivice egzistencije"
- Festival studentskog filma od 15. do 18. marta

### **12. 3.2012.**

- Umrle Branka Petrović, supruga reditelja Saše Petrovića
- Specijalna nagrada Milošu Bičanskom za kolekciju fotografija "Nemiri u Grčkoj"
- Srpski plesač drži masterklas u Barseloni
- Trio "Kings of Strings" zakazali još jedan koncert
- Ljiljani Blagojević uručena „Žanka Stokić“

*Dr Vesna Đukić*

Faculty of Dramatic Arts, University of Arts, Belgrade, Serbia

## **FLOWER WITHOUT ROOTS: THE INFLUENCE OF MEDIA ARTICLES IN SERBIA ON THE FORMATION OF TRANSNATIONAL CULTURAL IDENTITY**

### ***Summary***

*This paper analyzes the impact of the media in Serbia, on the culture of memory and cultural identity formation. The aim of this research is to study the relationship of the media to the past: tangible and intangible cultural heritage and tradition, as well as the operation of institutions of care (e.g., archives, museums, libraries, Protection Institute, Institute of Literature, conservation, etc.). In this way, through the relationship between the two forms of institutionalized memory and remembrance - media and heritage, we investigate their impact on the shaping of the cultural identity of citizens. The basic research question is: if cultural policy represents a response to cultural needs and problems of the society and particular social groups in culture and arts, what is the way media mediate in fulfilling of this function? The empirical study of media content memory and remembrance based on method of quantitative and qualitative analysis of media articles published in Serbia in 2012 include the content of widely circulated internet editions of the weekly and daily newspapers: NIN, Politika, Blic and Novosti, as well as the Internet Edition of commercial radio and TV B92 and BalkanInsight published and edited by noncommercial BIRN – Balkan Investigative Reporting Network. Number of published articles on contemporary art production and the cultural heritage indicates that there is no correlation between the goals of the cultural policy and media content in Serbia. Cultural policy favoring non-commercial cultural and artistic content, while media favors commercial. If we add the fact that more than half of the reported news are related with the world artistic production, it can be concluded that the media articles about culture and art are actually media contribution to the formation of transnational cultural identity.*

**Keywords** *Serbia, media content, cultural policy, culture memories, cultural heritage, identity*