

Бојан Жикић

*Одељење за етнологију и антропологију
Филозофски факултет Универзитета у Београду
bzikic@f.bg.ac.rs*

Популарна култура: надкултурна комуникација*

Апстракт: Основна питања која произлазе из теоријског бављења популарном културом јесу: *чија је то култура и на који начин јој треба приступити*. Прво питање конотира људске групе у оквиру којих и за које се производе, односно конзумирају форме популарне културе, а одговор на друго питање тиче се дисциплина које претендују на проучавање популарне културе, односно на изграђивање теоријских позиција и методолошких поступака. У тексту разматрам помаљање и артикулисање антрополошког интереса за популарну културу, а нарочито у односу на разматрања популарне културе из перспектива студија културе. Као основни домен антрополошког проучавања популарне културе формулишем културну комуникацију која се остварује формама потоње.

Кључне речи: популарна култура, антропологија, студије културе, културна комуникација

Увод

Антрополошко занимање за популарну културу новијег је датума, условно речено. Могло би се рећи, чак, да произлази из својеврсног предметног и референтног заокрета који се догодио у нашој дисциплини током последњих деценија прошлог века, а чија последица јесте усмеравање истраживачких интересовања ка интелектуалним дешавањима у савременим урбаним културама. Део је антрополошког занимања за уметност, свакако (упор. Жикић 2010, 19-24), али тешко да би се могло описати као део некакве антропологије уметности, иако с њом дели незаинтересованост за естетику онога што се проучава. Додирне тачке постоје, наравно, иако антропологију уметности више занимају уметничко-занатски производи локалних култура, али и то на начин који о таквим производима говори као о материјалним предметима који на симболичком нивоу служе као посредници комуницирања не само индивидуалних, већ и

* Резултат рада на пројекту 177018, финансираном у потпуности од стране Министарства просвете и науке Републике Србије.

политичких и уопште културних порука (Myers 2004, 204). Произлази да се антрополошко интересовање за уметност описује слично ономе што сам изнео раније (Жикић 2010) као идеју антрополошког проучавања популарне културе, у смислу интерконтекстуалног циркулисања одговарајућих културних производа, те контекстуално условљених промена у њиховим вредностима и значењима (упор. O'Connor 2006, 253).

Нагласак у свему томе јесте на *стваралаштву* и његовој симболичкој, односно културно-комуникативној употреби. Производи који се помињу нису ништа друго него резултати нечије интелектуалне делатности, обликовани на различите начине (као вид књижевности, музике, визуелне уметности итд.), који имају свој живот међу конзументима, дужи или краћи, а чије конзумирање је могуће, уопште, на основу културне рецепције и аскрипције културних значења. Популарна култура не мора се посматрати на такав начин, разумљиво, и као што повест њеног проучавања показује, начин на који је бивала одређена, условљавао је начин на који се разматрала – било као феномен, било кроз њене појединачне форме. У свему томе постојале су – а, постоје и данас – две основне тенденције: тумачити популарну културу у кључу политике и тумачити је културно контекстуално. Прва је везана за тзв. студије културе, док је социокултурно контекстуално проучавање било којег феномена иманентно антропологији. Истина је, међутим, да те две тенденције, као и саме студије културе и антрополошка интересовања за популарну културу, нису увек одељене тако одрешиито, као што то изгледа.

Обе тенденције укључују у себе покушаје одређења тога ко производи и ко конзумира популарну културу и обе су настале, као што је то већ речено, на основу схватања тога шта треба сматрати популарном културом. Због тога ћу у даљем тексту приказати основне начине одређења популарне културе – и то више у студијама културе неголи у антропологији, размотрити однос између те две дисциплине, али и указати на могуће изворе дуготрајног академског игнорисања популарне културе као легитимног истраживачког поља, те дати сопствено виђење антрополошког проучавања популарне културе, а на основу неких од досадашњих истраживања.

Начини одређивања

Сам израз "популарна култура", односно реч "популарна" у њему, упућује на суштину свих одређења његових конотација. Од везивања за тзв. народну културу западних друштава, посматрану историјски, преко усмеравања на нешто што је масовни феномен произашао из стваралаштва у друштвима модерне, до рокенрола или научне фантастике данашњице, те без обзира на интелектуални дискурс у којем настаје то одређење (в. Жи-

кић 2010, 24-25), "популарна култура" одређује се релационо, тачније захтева појам у односу на којег се одређује. Тај појам конотира културу елите, уобичајено – без обзира на историјски контекст: у том смислу, популарна култура узима се као оно што *није* култура елите, била она означена као дворска, академска, државно-идеолошка итд, али као западна културна творевина по свом пореклу, рекао бих. Озбиљни истраживачки напори, учињени у покушају лоцирања корена савремене популарне културе уочавали су наводне сличности њених културних форми и њихових садржаја, те односа људи према свему томе, са средњевековним фестивалима, видећи их пре свега у установи карневала, идентификујући их као сублиматоре и носиоце политичких порука које долазе "одоздо", те упоређујући данашње понашање конзумента популарне културе са суштински религијским ритуалима и искуствима (упор. Burke 1978, 200-204; Riley 2005, 302).

Такви ставови указују, можда, на снагу утиска који на појединце остављају форме популарне културе, што и представља могући разлог њихове прихваћености и изван оригиналних контекста настанка, тј. њихове репродукције и продукције изван САД и Велике Британије, али не може се рећи да у њима постоји назнака *differentia specifica-e*, која би раздвојила прецизно популарну културу од оног стваралаштва које сматрамо производом тзв. високе уметности, на пример: дворско сликарство преносило је политичке поруке, свакако, а тешко је оспорити могућност постојања тзв. религијског доживљаја и искуства приликом извођења, рецимо, Бритновог "Реквијема". Ту разлику не чини не покушај тематског инвентарисања онога чиме би требало да се баве антрополошка истраживања популарне културе, пошто, рецимо, водвиљи, забавни паркови, коњске трке, или романтична љубав (в. Moeran 2003, 265) не представљају ексклузивне садржаје нити форме популарне културе, нити оних које бисмо означили као "високу" уметност.

Разлика би могла да се назре у критеријуму *бројности* конзумента једног или другог скупа стваралачких форми, али *популарност*, као мерило тога до колико људи допире одређена културна порука, па чак ни у смислу тога, колико људи има приступ медијима који је преносе (књизи, носачу звука и/или слике, интернету итд.) (Mohan 2004, 51) не мора да представља кључ за одређење нечега као дела популарне културе у смислу деелитизације: број конзумента Новогодишњег концерта Бечке филхармоније свакако је већи од броја поклоника Дејвида Силвијена, рецимо, иако мислим да не бих погрешно када бих рекао да је разлика између стваралаштва припадника Штраусове музичке породичне задруге и њега у томе што је музика првих кудикамо комуникативнија, како у погледу једноставности мелодијских решења, тако и у погледу тема које су их инспирисале¹.

¹ Свакодневни живот Беча и Хабзбуршке монархије наспрам интроспекције и езотерије, на пример.

Популарна култура није ни искључиво култура света у којем живе млади данас без обзира на то, што се слажем, у основи, с аргументацијом која поткрепљује такву тврдњу, а која сматра да форме популарне културе говоре о ономе што млади проживљавају и на начин који им је разумљив, користећи било директан језик, било метафоре, које саопштене кроз дела елитне културе могу да им делују неразумљиво и отуђено (Fain 2004). Узрасна група конзумента није оно што би могло да одреди популарну културу, иако је непорециво то да млади чине велики број корисника производа популарне културе. Карактеристику културне комуникације која се остварају формама популарне културе као једноставније за разумевање – да то назовем неком врстом сведене културне компетенције за сопствено социокултурно окружење – не би требало узимати без резерве, такође, као што је то речено малопре.

Дефиниција популарне културе коју је формулисао универзитет Боулинг Грин у једном огласу за наставнички посао у тој области, а види је као свакодневну изражајност и перформативност, посматрану у историјским, традиционалним или савременим културама, укључујући ту масовне медије и фолклор (Moeran 2003, 272), представља бољу основу за заокруживање одређења датог појма. Дода ли се томе Фискова дистинкција између "званичне" и "поткултурне" културне економије – у неком друштву, али захваљујући медијском посредовању и глобално – односно између начина на који се размењују културно конструисана значења одређених сегмената приватног и јавног живота, пре свега у доменима као што су забава, задовољство, социокултурни идентитет и томе слично (Fiske 1992), а за коју бисмо могли рећи да популарну културу постулира јасно као стваралаштво које је сасвим ослобођено од било каквих формалних захтева осим настојања ствараоца да се изрази онако како сам мисли да треба, те евентуалних захтева тржишта², наравно, може се рећи да имамо оквир у којем се може извршити одређење тога на шта се мисли кад се каже "популарна култура".

Тај оквир укључује и елементе покушаја претходних одређења, попут тога да популарна култура *јесте* део уметности, да представља скуп феномена које можемо посматрати као наспрамне тзв. високој уметности, да је експлицитна у формулисању културне поруке, често али да то нипошто не треба узимати као правило, да *јесте* укорењена међу млађом популацијом, те да то треба посматрати као средство њеног перпетуирања и мењања, пре неголи фиксирано својство³, да *јесте* тржишно оријентисана, често,

² Тржиште је увек флексибилно и не мари за друге норме, осим сопствених.

³ Сумњам у то да неко чита дела научнофантастичне литературе до своје тридесете године живота, а да се онда окреће роману тока свести, на пример, не вративши се научној фантастици више никад. Ко није прочитао ниједан роман

пошто углавном није предмет тзв. буџетског финансирања, али да то не значи је мотивација економске исплативости у корену њеног постојања, те да не постоје формална ограничења у погледу тога ко може постати аутор било које форме популарне културе. Томе се могу додати и тврдње о њеној субверзивности, пошто потиче "одоздо", фолклористичким терминима речено, о културној и политичкој антихегемонији и томе слично, али о томе ће бити речи у делу текста посвећеном антрополошкој критици студија културе.

Стори је уочио да одређења појма "популарна култура" покушавају упорно да заобиђу комплексност његових конотација, а која се огледа у разноврсности и разноликости форми популарне културе, њихових садржаја, али и културних порука које се комуницирају њима, те да сведу популарну културу, у основи, на линеарни феномен који је могуће промислити, одредити и разматрати на основу само једне његове карактеристике – без обзира на њену потенцијалну обухватност, била то квантификација, естетика, политика, културна евалуација итд (в. Storey 2006, 4-7). Посебно раширено виђење, у основи одређења популарне културе, а које се везује за област студија културе, јесте оно које види популарну културу као место политичке борбе између друштвених елита и друштвено подређених, депривираних или обесправљених група.

То гледиште дугује доста Грамшијевом схватању културе, односно стваралаштва, као нечега што је ствар свакодневице и самим тим свих друштвених класа и слојева, а не само формалне естетике и квалитета који произлазе одатле, па самим тим и вредности, постулираних од стране друштвених елита. Стори га је надградио, рецимо, у том смислу да као активне ствараоце културе треба посматрати све припаднике друштва у којем она настаје – а не само уметнике или интелектуалце – с обзиром на то да сви људи учествују, практично, у одабиру или одбацивању онога што служи за конструисање културних значења, формулисање културних вредности, као и манипулисање тиме у различите сврхе у зависности од припадности некој интересној групи итд (Storey 2006, 171).

Посматрана из те перспективе, популарна култура се не идентификује са културним производима самима по себи – попут телевизије, филма, часописа и томе слично – већ се медији сматрају неком врстом културне основе коју људи користе за креирање популарне културе. Наречена перспектива наглашава активност и процесуалност, на рачун пасивности и статичности, те имплицира критичност са којом људи (очигледно схваћени као припадници "већинског" друштва, они који не спадају у друштвену елиту) приступају прилагођавању производа културне индустрије својим

тока свести у прве три деценије свог живота тешко да ће то учинити након тога, или ме вара моје антрополошко и животно искуство.

потребама, супротстављајући се на тај начин друштвеној и културној хегемонији елите, која се не огледа више, очито, у креирању социокултурне стварности путем "званичних" дискурса – какви би били образовни дискурс или дискурс академске уметности – већ и путем контролисања културног промета који се одвија у току слободног времена, покушајима његовог устројавања (и самим тим, контролисања) кроз индустрију забаве (упор. Storey 1999; Sandlin 2007; Wright and Sandlin 2009).

Не сматрам, међутим, да такво, у суштини постмодернистичко-грамшијевско, одређење представља путоказ ка схватању популарне културе као комплексног феномена, с обзиром на то да и поред указивања на ширину потенцијалне стваралачке базе, те импликацију тога да лоцирање дате базе не мора да буде везано ни за једну друштвену групу саму по себи – "хегемоније" настају и нестају, људске групе мењају своје место у друштвеној структури, баш као што се и она мења кроз време, вертикална и хоризонтална друштвена покретљивост одражавају се и на стваралаштво итд. – нагласак истраживачког интересовања остаје на политици (и на тексту, наравно, о чему ће бити речи касније у раду), а она је само једно од поља којој је посвећена културна комуникација која се остварује формама популарне културе. Чињеница је да политика – и као *politics* и као *policy* – занима антропологију, баш као и економија, односно производња и потрошња сваке врсте добара, укључујући ту и стваралаштво, а да културни идентитети, који се стварају, комуницирају и тумаче различитим видовима културне комуникације, баш као и евентуалне специфичности појединих група за које је могуће везати одређене видове стваралаштва, представљају непресушно поље њених истраживања.

Антрополошко проучавање популарне културе може да обухвати све то – односно, да узме у обзир дистинктивне елементе свих раније наведених врста одређења популарне културе, па самим тим и начина интересовања за њу – али сматрам да треба да почива на ономе што антропологију занима, у основи, онда када разматра било коју културну творевину: на који начин отелотворује културна значења и вредности људских група које учествују у стварању, промету и коришћењу тих добара, да ли и како се то мења с променом локалности социокултурних контекста у које доспевају та добра и у којима доживљавају оно креирање и ре-креирање, о којем је писао још Фајн⁴ (в. нпр. Fine 1979, 1985), при чему евентуалне специфичности локалности (укључујући ту и "традиционалне" или "фолклорне" елементе) или на други начин дефинисане људске групе у којој се то посматра (узрасно, класно, итд.), постојање отпора ауторитету или елити,

⁴ Фајн је сматрао то одликом стваралаштва које настаје у малим групама. Усудио бих се да проширим тај његов став мишљењем да се ради о одлици стваралаштва уопште.

конзумеризам, идентитет, или било шта друго, практично, могу да се посматрају праћењем културне комуникације, односно формулисање културних порука кроз тумачење видова производа популарне културе – самих по себи и њиховог социокултурног пријема.

Четири ствари, на којима мислим да би требало инсистирати у погледу разумевања постојања скупа феномена који називамо популарном културом, јесу те да се ради о стваралаштву које је настало у урбаним срединама, те – без обзира на евентуалну софистицираност или дубину поруке, сложеност израза и томе слично – с наменом посредовања испуњавању слободног времена⁵, што га све чини доменом наше свакодневице, животне рутине, пре неголи делом некаквог социокултурно изузетног, празничног, ритуалног, фестивалског, каквог год времена. Напокон, разноврсност форми популарне културе омогућава велику слободу у реализацији индивидуалних културних преференција, одакле тешко да се може говорити о постојању категорије "конзумент популарне културе": неко воли филм, сам по себи, а неко филм и стрип; неко гледа филмове одређеног жанра, а неко сматра да филм треба посматрати као уметност, па тзв. жанровске филмове не узима у обзир као "филмове", док неко други сматра да су "уметнички" филмови некомуникативни и негледљиви итд.

Популарна култура може се сагледати као култура слободног времена, дакле, па у вези с тим тврдити да се ради о култури забаве, на пример, можемо је лоцирати у свакодневицу савремених друштава, усредсредити се на посебне конзументске групе и томе слично, али заправо, произлази да је немогуће конципирати формалну одредницу популарне културе у којој би дефиниенс и дефиниендум били повезани на логичан, узрочно-последичан начин. Оно што заиста можемо да чинимо у том правцу, јесте да кажемо шта смо проблематизовали у културној комуникацији која се одвија неком формом популарне културе, одакле сматрам корисним набројати оно што се сматра таквим формама, попут филма, стрипа⁶, музике (укључујући ту и музичке видео-спотове, који се могу третирали као посебан

⁵ Што би идентификовало популарну културу којом се баве антрополози, социолози, филозофи, теоретичари медија и уметности итд. као својство индустријске и постиндустријске цивилизације.

⁶ Саме те форме представљају сложене феномене за себе: рецимо, кад кажемо "стрип", имамо на уму, обично, комбинацију мање или више разрађеног цртежа – тематиком, колоритом, представљањем ликова итд – и релативно сведеног текстуалног израза, било да помислимо на "каиш" у дневној штампи, или на публикацију од неколико десетина страница. За предане конзументе те форме популарне културе, као и за истраживаче, међутим, "стрип" значи више: магацине, књиге (тзв. графичке новеле), конвенције, продавнице, форуме, веб-сајтове итд, в. Lopes 2006, 388. Слично важи и за неке друге форме популарне културе.

медиј из формалних разлога, али представљају део музичког стваралаштва и музичке индустрије), спорт, различите облике визуелног стваралаштва (плакати, графити, видео-радови), инсталације, јутјуб-клипове (производи који се не могу наћи ни у једном другом медијском облику, а не представљају записе личног доживљаја, већ комуникативно-стваралачку форму, попут клипова Ремија Гајара, на пример)⁷.

Оно што представља заједничку особину свих тих форми јесте њихова културна комуникативност, па сматрам да одређење популарне културе може да има квалитативни карактер, отуда, пре неголи каузални, у том смислу да укаже на оно што је заједничко културним порукама које се одашиљу различитим медијима који посредују разноврсним формама популарне културе, те ћу поновити оно што сам већ изнео, на другом месту, а то је да "популарна култура јесте својство већине савремених друштава, барем оних која су превасходно урбанизована и технологизована и представља активну интеракцију између оних категорија које означавамо, обично, као "ствараоце" и "конзументе", али и између онога што означавамо као стваралачке, односно уметничке форме и жанрове. Њена основна особина јесте да врши стваралачку демократизацију јавног културно-преференцијалног простора, нуђењем идиосинкратичних облика, често еклектичког стваралаштва, који су намеравани да постану јавно конкурентни, у тржишном, културно-преференцијалном и медијском смислу" (Жикић 2010, 27).

Ниподаштавање

Релативно касно показивање антрополошког занимања за проучавање популарне културе (у односу на историју дисциплине) представља последицу, вероватно, извесне скрајнутости популарне културе у односу на оно што се сматрало "пристојним" подручјима истраживања друштвених наука током већег дела двадесетог века; уосталом, студије културе настале су као покушај проналажења академског простора за бављење везом између одређеног стваралаштва као дела начина живота и начина живота популација у Великој Британији које су сматране социокултурно подређеним, доминираним и томе слично. Академски дискурс показивао је одбојност према популарној култури, која би се могла описати било као занемаривање, било као ниподаштавање, па можда и као стигматизација, чак. Такав однос према популарној култури имао је три курса: усмереност ка њеном наводном недостатку естетских квалитета и немогућност третирања емо-

⁷ Сигурно је да се списак не исцрпљује тиме, набрајање има сврху предлога, пре неголи констатације.

тивно или интелектуално продубљених тема; затим, усмереност ка њеној наводној неаутентичности – било у односу на елитну, било у односу на претпостављену народну културу; напokon, усмереност ка њеном неприпадању датом социокултурном контексту и самим тим непотребности њеног постојања унутар њега, услед наводне немогућности њеног културног разумевања од стране припадника тог контекста.

У дисциплинама које се баве језиком и књижевношћу, на пример, проучавање жанровске литературе било је засновано на дистинкцији између озбиљне и тривијалне књижевности, где се прва описивала као академска, канонска и елитистичка, а друга као намењена тзв. широким (конзументским) масама. У том кључу, популарна књижевност схватала се као збрда-здола мешавина оних естетских и моралних вредности које су садржане у озбиљној књижевности. Посебно је "на удару" академске критике био бриколажни карактер жанровске књижевности, који је доприносио њеној наводној немогућности отелотворавања моралних и естетских стандарда (в. нпр. Herrero-Olaizola 1998, 1).

На страну могући антрополошки коментар на концепцију стваралаштва који претпоставља постојање, у суштини, различитих врста људи – једних који су способни да "схвате" или "осете" "праве" или "истинске" вредности – такви ставови потицали су од сасвим другачијих концепата културе од онога, како рецимо, антропологија или социологија гледају на *културу* или *друштво*. То, пропеедуктичко схватање културе, у којем она служи као предтекст нормативног формирања чланова друштва и сама по себи почива на највишим, најтананијим и томе слично моралним и вредносним начелима, одакле је у пуном обиму недоступна свим члановима друштва, заправо, има корене у викторијанским културним дискурсима, али се може рећи да је радо прихватано у различитим друштвима до данашњег дана (в. нпр. Beals 2002, 212; Wright and Sandlin 2009, 118), с последицом отклона од могућности тога да је свакодневица у стању да генерише (такву) *културу* (упор. Mohan 2004, 40).

Дато схватање може се сматрати одговорним само делимично, међутим, за дуготрајну "непопуларност" популарне културе као легитимног предмета не само антрополошких интересовања, већ друштвених наука уопште. У погледу тога значајније су биле идеје развијене о тзв. масовној култури, тачније о њеном дехуманизујућем, али и десоцијализујућем и стриктно потрошачком карактеру, а које у крајњој линији потичу од неомарксистичких теоретичара (Франкфуртске школе) и које су претходиле класном лоцирању популарне културе у студијама културе, те на тај начин њеном легитимисању као предмета академских интересовања. Адорнова мисао о томе да "конзумирање стандардизованог звука води ка поремећају свакодневице попут цигарета и кафе" (нав. према Janković 2009, 25) свакако је илустративна у погледу тога.

У датом кључу, популарна култура виђена је као политичко оруђе произвођења ступора, међу припадницима радничке класе пре свега, као индустријализована забава чији је циљ да скрене пажњу грађанства са друштвених проблема и политике уопште, односно као начин хегемонског одржавања друштвеног ауторитета и друштвене повлашћености путем манипулација од стране тзв. културне индустрије која фаворизује антиинтелектуализам и ескапизам, "јефтину забаву", на рачун друштвене свесности (упор. нпр. Janković 2009, 24, 182; Storey 2006, 49). Слично мишљење, ослобођено политичких конотација, формулисано је у правцу идентификације популарне културе с интелектуално и уметнички "нижим" критеријумима и порукама у односу на "праву" уметност, где је означавање проширено са форми популарне културе и на њихове конзументе.

На страну, рецимо, прве критике цеза које су имале културнорасистички призвук, пошто су тврдиле да се ради о "неамеричкој", више "афричкој" музици, том музичком жанру одрицане су музичке вредности по себи, а његовој публици и моралне, на сличан начин као што је то чињено са рокенролом, поготово у време његовог помаљања 1950их и у време друштвених превирања у САД крајем 1960их, када се тврдило да је превише путен, прво, а затим и да промовише коришћење дроге и промискуитетно понашање, док је љубитељима стрипа, још од 1930их, приписивана интелектуална инфериорност, недостатак естетског осећаја, вулгарност и томе слично (упор. Lopes 2006, 392, 387-388)⁸. Поред свега тога, неки од водећих интелектуалаца друге половине двадесетог века идентификовали су појам уметности са високом уметношћу западне цивилизације. Едвард Саид био је један од таквих и за њега, не само популарна култура, већ и електронски медији уопште, представљали су "културни вишак" савременог друштва (в. Jolly 2008, 268-269).

Идеја о постојању "више" и "ниже" културе, односно "више" и "ниже" уметности ("виших" и "нижих" људи?) компатибилна је с идејом о томе да елите покушавају да контролишу, образују, софистицирају тзв. народне масе дефинисањем њиховог слободног времена, у суштини. Може се рећи да је покушај одређења популарне културе као нечега што представља опозицију деловању друштвених елита на било који начин производ те компатибилности. Оно што приликом таквог начина конципирања теоријских мисли о популарној култури није узето у обзир, међутим, јесте чињеница да њене форме није увек једноставно разграничити од оних стваралачких форми које се сматрају високом уметношћу, односно да постоје извесна преклапања између њих. Као један такав пример, у којем се види како стваралаштво из домена популарне културе користи форму високе

⁸ У наведеном чланку може се пронаћи списак радова на тему стигматизације различитих видова и форми популарне културе.

уметности, али јој мења садржај, вредносну оријентацију, поенту итд, анализирана је зарзуела, која представља пародију на оперу, у суштини, а поред ње, сатиризује и књижевна дела и западну митологију, поставши забава припадника свих класа у Буенос Аиресу, у релативно кратком временском року од свог појављивања (McCleary 2002, 1, 7, 9 и даље).

Могуће је да је управо таква "бриколажност" популарне културе⁹, као једно од најбитнијих својстава стваралаштва из тог домена, представљала тешкоћу у погледу адекватног класификовања њених видова, форми у којима се манифестују, те садржаја којима су испуњене, одакле је посматрачки и истраживачки нагласак стављан на то, а не рецимо на формулисање културних порука по себи, што је довело до сведеног посматрања популарне културе као феномена чији су елементи истоврсни по томе што нису у стању да самостално произведу или репродукују социокултурне вредности, укључујући ту моралне и естетске.

Схватање тога да је популарна култура "нестабилна", на одређен начин (в. нпр. Shevchenko and Nadkarni 2007, 555) – тачније, да се садржине њених форми мењају брзо – није је поставило наспрамно само у односу на високу уметност, већ и односу на појмове "традиција", "народна култура" и "народна уметност". Не треба трошити речи на то да се конотације тих појмова доживљавају као статичне, односно једном дате и непроменљиве у знатном делу не само етнолошке и антрополошке литературе на сличне теме, где бих истакао да њихово доживљавање на тај начин представља предуслов конципирања њихове "аутентичности" (тачније, самог тог појма), пошто делује логично да се оно што је аутентично не може променити, а популарна култура потенцира промену, не само у форми, већ и у садржини: упоредите само мелодије, текстове и продукцију песама рокен-рол звезда из 1950их са песмама из времена раног панка, на пример.

Како год да било, популарна култура, као "страна", односно "неаутентична" народном духу, стваралаштву и чему већ, представљала је нешто чега су се ужасавали не само источноевропски етнологзи. За француску антропологију последњих деценија прошлог века, на пример, популарна култура је такозвана, и тај израз може се односити само на савремену културу сељака или на културу радничке класе (мисли се на мануелне раднике, пре свега) (Gaboriau and Gaboriau 1991, 177)¹⁰. У источноевропским етнологијама (некад; да-

⁹ Може се рећи и савремене уметности уопште.

¹⁰ Последица тога била су истраживања која су резултовала статистичким информацијама о структури домаћинства или обављању свакодневних послова у кући, на пољу итд, или показивање трансформације културе села и радничких четврти у складу са друштвеним и економским променама од краја Другог светског рата до средине 1970-их, када је Француска била на врхунцу свог економског развоја у двадесетом веку – за шта бих рекао да је било слично односу југословенских етколога

нас: антропологијама), у другој половини прошлог века, проучавање популарне културе – у смислу савремених културних форми – представљало је скандалозно скрнављење идеала о аутентичној (и самим тим, непроменљивој) народној, тачније националној култури, или се сматрало неком врстом дисидентства, пошто се придавала пажња производима западне, буржоаске културе. Графити, рокенрол и амерички филм сматрани су неакадемским, неестетским, морално и уметнички ниским (в. Ditchев 2007)¹¹.

Слична ситуација у погледу односа према популарној култури постојала је и у етнологији и антропологији Србије, а свакако и других бивших југословенских академских средина у којима је постојала та дисциплина у прошлом веку. Не да популарна култура није улазила у истраживачки фокус српске етнологије, већ се с презиrom и "ишчуђавањем" гледало и на могућност истраживања таквих појава у савременој култури села, које се нису уклапале у технолошку страну њеног конципирања (в. Ковачевић 2011, 367). Технолошке промене имплицирају процесуалност, а она је страна погледу на ствари који озбиљно узима у обзир појмове попут "аутентичности".

Популарна култура проналазила је место, ипак, у етнолошким и антрополошким истраживањима у Србији, почев од осамдесетих година прошлог века, прво у виду разматрања новоустановљеног социокултурног понашања у некадашњој самоуправној социјалистичкој домовини, тачније коришћења одговарајућих образаца преузетих из тадашњих капиталистичких друштава – почев од облачења (Ковачевић 1980¹²), преко успостављања индустрије сувенира, феномена из домена туризма, медија итд. (Ковачевић 1984а, б) – а потом кроз проучавање тзв. нових обичаја (Малешевић 1984, Петровић 1984, Братић 1984), односно нерелигијске ритуализације свакодневног живота, све до писања о научној фантастици (Гавриловић 1986) или популарној музици (односно оној, која се тада озадавала као

према савременој сеоској култури друге половине прошлог века, в. Gaboriau and Gaboriau 1991, 178.

¹¹ И данас постоји тенденција да се популарна култура деконтекстуализује, на изврстан начин, у односу на место њеног актуелног произвођења, односно да се сагледа као инхерентно непрелазни феномен, који је настао на Западу и који (треба да?) остаје тамо, који се производи изван оригиналног контекста само као нека врста социокултурног бастарда, тренутне социополитичке реакције на друштвену/ културну/ економску промену и само у тренутку "системског вакуума" (тј. онога што се назива "транзицијом" и "постсоцијализмом"), односно до успостављања нове социоекономске формације, а где би културне вредности те нове формације требало да одговарају локалном културном контексту, одакле је место форми популарне културе у том контексту само привремено, а заправо је излишно в. Shevchenko and Nadkarni 2007, 556.

¹² Наведени су само они радови који су били први у именованим областима истраживања.

"новокомпонована народна музика", Стојановић 1988). Њена "легитимизација", од тада па надаље, извршена је тихо, упоредо са променама курикулума које су се дешавале на Одељењу за етнологију (и од 1989 – антропологију) Филозофског факултета у Београду, постепеном променом предметног, теоријског и методолошког инвентара наше дисциплине.

Антропологија и студије културе

Не може се и не треба порицати да је тренутно најсвеобухватнији истраживачки приступ популарној култури – барем предметно посматрано, те у погледу релативне теоријске кохерентности – развијен у оквиру студија културе. Антрополози немају, међутим, добро мишљење о студијама културе, а њихове критике усмерене су на њихову идеолошку заснованост и склоност ка текстуализацији као основном облику третирања материјала за интерпретацију, пре свега. Студије културе означавање су од стране неких антрополога као "антидисциплина" – па су сврставане уз мултикултурализам као наводни теоријски концепти који не представљају ништа више од политизованог приступа култури уопште (Turner 1993), те као "квазидисциплина" (Hannerz 2010), односно као својеврсно свођење проучавања социокултурне стварности на бављење текстом, класом и идеологијом, пре свега (Franklin 2010).

Њихови централни појмови – "моћ", "хегемонија", "доминација" и "рефлексивност" – тумачени су као производ идеолошки устројеног "теоријског меланжа" марксизма, социологије, етнографије и постструктуралне теорије (Spencer 2010, 448). Указивано је на то да су усмерене на репетитивно бављење литерарним текстом или другим феноменима схваћеним искључиво као текст, а замерано им је и због пролиферације арбитарног семиотичког читања литерарних текстова и свега другог што се проглашава за текст без узимања у обзир друштвеног и културног контекста¹³, затим за празнословље, бављење очигледним и замагљивање тога високопарним изразима, па чак и за лош утицај њихове дискурзивне праксе на високо образовање¹⁴ (в. нпр Pease 1998, Morley 1998).

¹³ Такав пример представља, рецимо, тврдња аустралијских антрополога да су се истраживачи из области популарне културе у тој земљи бавили *текстом* и *репрезентацијом* у циљу осветљавања посебног квалитета националног карактера или психе, а што значи без обраћања пажње на друштвене околности у којима су настале такве репрезентације и без посебног разумевања оних који су их произвели, в Pease 1998, 275 и даље.

¹⁴ Илустровано тврдњом режисера Кена Лоуча (иначе, левичара) да треба укинути све универзитетске програме студија културе јер су њихови дипломци неписмени, Morley 1998, 478.

Антрополошки нагласак у било којој истраживачкој области, наравно, ставља се на људе, као на ствараоце, носиоце и конзументе културе, те на контексту у којем се људи организују на начин у којем њихове акције добијају функционални и симболички смисао и у којем су засноване на одређеним нормативним вредностима, а понекад и актима, а то је оно што антрополози нису уочавали, углавном, у студијама културе. Осим тога, говоримо ли о популарној култури, конкретно, разлика у приступу проблематици која произлази одатле између антропологије и студија културе јесте и у томе што антропологија не дели политичку утемељеност студија културе (в. McEachern 1998, 262), односно што сматра саму политику једнако легитимним делом свог предметног инвентара, као и популарну културу или било коју другу област људског организовања и делања. И поред свега тога, међутим, сматрам да антропологија може имати извесну корист од познавања и разумевања теоријског концепта студија културе и резултата који су одатле проистекли у проучавању популарне културе.

На страну идеолошка заснованост студија културе која упућује истраживаче из те области да се популарном културом баве као политиком, културна комуникација која произлази из популарне културе јесте испуњена политичким ставовима, мишљењима и порукама, често, баш као што се формама популарне културе дискутују и комуницирају културни идентитети (в. нпр Žikić 2010, Гавриловић 2011). Поврх свега тога, културни производи, који постају тржишно успешни и медијски глобално посредовани у целом свету, те локализовани у новим срединама и тамо изнова конструисани да би задовољили потребе неке друштвене или културне групе из те средине (в. нпр Banić-Grubišić 2010, Ristivojević 2011), настају као одговори на друштвене и културне околности у којима живе специфичне људске групе, а које те околности доживљавају као сопствено израбљивање, занемаривање, ниподаштавање и томе слично, као што је то био случај са панком у Великој Британији, или репом у САД.

Студије културе у основи су производ тзв. Бирмингемске школе¹⁵ и ма како посматрали њих, или ма како оне посматрале популарну културу до дана данашњег, исходиште им је у политизацији њиховог предмета истраживања, тачније у истраживачком оријентисању у складу са левичарском теоријском парадигмом, што је постулирао Стјуарт Хол ставом да је популарна култура, као култура радничке класе, у суштини једно од поља конституисања социјализма, пошто представља простор у којем се одвија борба "за" и "против" културе друштвено моћних (Caughie 1986, 160).

¹⁵ Термин представља назив за групу истраживача окупљених око *Центра за савремене студије културе* (Centre for Contemporary Cultural Studies), основаног на Универзитету Бирмингема 1964. године.

Студије културе формулисале су популарну културу као културу народа¹⁶, односно оног дела грађанства које је хегемонизовано од стране друштвених моћника, друштвених управљача, тј. елите (в. нпр Lave et al. 1992, McEachern 1998). Како Мекхерн каже, "у левичарском теоријском кључу, таква формулација почива на типично енглеској подели на "вишу" и "нижу" културу", те одатле има за циљ да пружи легитимитет посебној култури радничке класе (McEachern 1998, 252-253).

Такво формулисање популарне културе засновано је Грамшијевом концепту хегемоније, односно његовог софистициранијег виђења односа у друштву и класне борбе, од онога како је то видео ортодоксни марксизам. По Грамшију, влада се *и* културом, а не само силом, односно обезбеђивањем циркулисања и функционисања таквих образаца који обезбеђују легитимитет власти, сугеришу да не постоји алтернатива друштвено-економском систему и у крајњој линији рефокусирају грађанство са политичких и економских проблема на теме мање опасне по оне који управљају друштвом. У ту сврху, користи се стваралаштво и образовање, одакле култура и интелектуални домени друштва, уопште, постају простори у којима се власт, односно политичка моћ, може оправдавати, односно у којима јој се може супротстављати и тежити промени. Питање је са коликим степеном разумевања се користи Грамшијева комплексна теорија у студијама културе, међутим, пошто се наилази често на њене симплификације, до апсурда, да се чак и исмевање политички некоректних ставова у телевизијским емисијама сматра супротстављањем хегемонији (в. O'Connor 2002, 190, 191).

Постојање идеје о томе да популарна култура представља место отпора доминантној култури, доминантном друштвеном дискурсу о одређеним стварима, преовлађујућој културној мисли итд, произлази из виђења популарне културе као политичког оруђа. Слично антрополошким интересовањима за стваралаштво, у студијама културе не трага се за естетиком популарне културе, већ за њеном семантиком, иако је нагласак на политичким значењима (упор. Sandlin 2007, 74). У објашњавању популарне културе као места сукоба, у којем се врши отпор моћи, преговарају и прилагођавају њени односи, студије културе приближиле су се антропологији и по прихватању у суштини когнитивистичког погледа на популарну културу, иако на елементарном нивоу схватања културе као средства менталног мапирања и организације света, односно оријентисања и деловања у њему (в. Duncombe 2002, 35).

Популарна култура, у том кључу, представља оруђе друштвене контроле, односно отпора, пошто служи обликовању и посредовању идеја о томе како је устројен свет у којем живимо, а како би требало да изгледа

¹⁶ "Culture of people", да би се разликовало од "Folk culture", народне културе.

да би био праведнији, или у складу са нашим интересима, одакле поставља оквири тумачењу стварности, али не само у смислу света постојећег, већ и у смислу света могућег. На тај начин репродукује неједнакости или се супротставља томе, преиспитује културне идентитете и учествује у њиховом обликовању итд. – једном речи, представља активно учествовање у друштвеним збивањима паралелно изворима друштвене политичке моћи. Може се рећи и то да су студије културе доживљавале популарну културу као масовну културу у смислу "стваралаштва радничке класе", односно "неповлашћених" чланова друштва, одакле се испоставља да таква пракса учествује у производњи социјалног сопства оних којима је намењена, тачније оних који је спроводе (Lave et al. 1992).

Оно што најчешће недостаје свему томе, а што је на антропологији да обезбеди приликом бављења било којом проблематиком, а то значи и популарном културом, јесте контекст. Контекст се лоцира одређењем социо-културног простора и/или времена у којем се врши истраживање, или одређењем друштвене/културне групе која представља референтни оквир проблематизације неке теме. У случају популарне културе, међутим, то није тако једноставно. Као што је већ речено, стваралаштво настало у оквиру једне групе у једном друштву може бити прихваћено од стране било које групе у било којем друштву – са мање-више истим, сличним, или потпуно различитим конотацијама културне поруке. "Панкер" не значи исто када се примени на човека из Брикстона 1979. године и на човека са Дедиња 1982. године, док се уопште не мора живети у *градском гету*¹⁷, да би се поседовао осећај друштвене маргинализованости.

Популарну културу можемо проучавати у оним контекстима у којима то чинимо са другим феноменима, наравно. У њеном случају, међутим, треба уочити то да она постаје контекст за себе: за праћење, разумевање, а потом и стварање њених форми потребна је извесна надкултурна компетенција, односно таква до које се долази на сличан начин као и до било које друге културне компетенције – искуством живота у одређеној средини, те формалног и неформалног учења. С обзиром на то да "средина" из претходне реченице не може бити физичка средина, тај појам односи се на саму популарну културу, односно на праћење дешавања у једном или више њених видова.

Учење које би одговарало формалном учењу у некој култури лоцираној у простору и времену, одговара нечијем степену инвестираности у "каталожко" познавање појава из датог домена: у питању је тзв. "експертско" познавање чињеница везаних за ствараоце, производе, хронологије и томе слично (упор. Lopes 2006, 398). То би било нешто најближе

¹⁷ Израз означава посебне, сиромашне делове великих градова у којем живе претежно припадници једне етничке групе.

мојој дефиницији фандома. "Неформалном учењу" популарне културе, међутим, одговарало би познавање оних ствари које фанови сматрају секундарним формалном плану стваралаштва – употребе културних симбола да би се произвела значења с одговарајућом импликацијом, а што је битно савременом андрагошком схватању да се одрасле особе уче култури и посредством културне конзумације, где тај појам укључује и производе популарне културе (в. Wright and Sandlin 2009, 119).

Чињеницу да значајан број таквих културних порука јесте усмерен ка политици, културном идентитету, културном отпору, алтернативама преовлађујућем и/или пожељном начину живота, преиспитивању културних норми и вредности итд, дугујемо студијама културе, али за тумачење свега тога није потребно заузимати одређено политичко или идеолошко становиште, баш као што није продуктивно усредсредити се на истраживачки проблем као на текст. Праћење културне комуникације која се остварује формама популарне културе – у контексту саме популарне културе, као и у контекстима у којима се поруке обликују и тумаче, представља плодотворнији пут.

Комуникација

За популарну културу може се рећи да представља глобалну културу савременог света, чинећи га сличним култури западне цивилизације на још један начин¹⁸. Карактеристика јавног живота данашњице јесте његова спектакуларност, односно широко медијско посредовање и доступност догађајима који се схватају као да су од општег, дакле интеркултурног значаја (Олимпијске игре, Светско првенство у фудбалу), или то постају таквим посредовањем (инаугурација америчког председника, додела награда Америчке академије за филм) (Palmer 1998, 266-267). Таква космополитизација природе културног живота (Palmer 1998, 270) омогућена је захваљујући технолошким карактеристикама света у којем живимо, односно сталном проширивању физичке доступности различитих културних производа све већем броју људи, невезано за њихову социокултурну карактеризацију, али и тиме што културни живот сваке средине функционише више, практично, на основу интересовања развијених неформалним, неголи формалним учењем култури.

¹⁸ Први такав начин био би прихватање западне високе уметности као критеријума за највиша достигнућа у области уметности, те одатле произашло конципирање и категорисање уметности онако како то радимо у култури која је изникла на евроамеричким основама, те образовни систем који перпетуира такво становиште, али и такво стање.

Улога популарне културе у свему томе јесте да развија, представља и шири системе вредности који се појављују у одређеним социокултурним локалностима (упор. Moeran 2003, 266¹⁹), а који бивају тумачени у различитим другим локалностима, те напоскон глобално, баш на основу постепеног развијања надкултурне компетенције засноване на учењу популарној култури. Због места које је имала у томе индустрија забаве у САД и Великој Британији – путем филмова, стрипова, сингл-плоча и лонгплеј-плоча итд, форме којима се посредује популарна култура доживљавају се као иманентне западној цивилизацији, међутим њихово коришћење, односно садржаји могу да одговарају локалним социокултурним околностима. Поред често навођених форми јапанске популарне културе, пример могу да буду фото-романи о црном афричком детективу Лансу Сперману, локалном борцу против злочина који се суочава са локалним проблемима, а који су настали у Јужноафричкој Републици 1960их, али су своје тржиште и поткултурну фановску базу стекли у англофоним деловима Африке, од Нигерије па све до Танзаније (в. Krings 2010), што га као својеврсну регионалну "икону" популарне културе чини сличнијим естрадним звездама из бивше Југославије, неголи Шафту.

Оно што се сматра глобализацијом, дакле, а доводи у везу са популарном културом, није ништа више од надкултурне комуникације, односно културног посредовања идејама и дискурсима. Форме популарне културе посредују уобличавању једне културе која превазилази социокултурне локалности – биле оне дефинисане као етничке или у смислу државних граница – преносећи ставове, виђења и мишљења њихових ствараоца, односно појединаца или мањих група људи, а то се онда разматра, усваја, преобликује у најразличитијим социокултурним контекстима (Mazzarella 2004, 345, 346). Популарна култура отелотворује Ливајнову мисао о томе да је суштина сваког културног израза, укључујући ту и стваралаштво, да је на одређени начин *рабљено* – посматрајући то у историјској перспективи и не ограничавајући се на форму или садржај (Agnew 2006, 775).

Смисао тог става јесте да је стваралаштво кумулативно по себи, односно да се културни изрази надовезују било формом, било одређеном темом, било организацијом садржаја, структуром итд. на делове ранијих израза, те да не постоје теме, естетика, облици и томе слично, који би били својство само једног вида стваралаштва. Трансформација свега тога у различитим формама популарне културе заснована је на изражавању сопственог искуства или виђења нечега, али и на рецепцији и тумачењу поруке садржане у неком таквом изразу од стране других људи. То представља и начин деелитизације одређених културних концепата, били они везани за естетику, саму по себи, или за људску личност, осећања и томе слично.

¹⁹ Моран користи Ападурајев термин "режими вредности".

Анализа наратива неких реп песама показала је, на пример, како се у њима формулише етичка акција њиховог главног јунака, а чији циљ је да помогне њему или некој околини да се носи са још једним концептом који се везује за високу уметност, са трагедијом. Текстови таквих песама представљају трагичне околности као део животне судбине њихових јунака, формулишући главне ликове као трагичне хероје који нити одбацују оно што доводи до њихове патње и сукоба са спољашњим и унутрашњим светом, нити се острвљују на то, већ прихватају трагичност својих судбина на афирмативан начин, дајући тиме сопственој патњи смисао (Riley 2005, 304).

Популарну културу треба посматрати и као медиј, тј. као посредника уобличавања културних ставова о одређеном феномену, због чега се може рећи да има функцију надкултурног когнитивистичког оруђа. Различити начини на које размишљамо о женском телу у култури југоисточне Европе, Далеког Истока или Северне Америке, о његовом месту у симболичким репрезентацијама свакодневног искуства и значаја у конструисању културних идентитета, одговара у великој мери начинима на која су одговарајућа знања, у корену наших ставова, посредована кроз различите форме популарне културе (упор. Reischer and Коо 2004, 300). Слично важи и за "лудило", односно ментална оболења: нису дискурси психологије и психијатрије оно што нам највише помаже да културно конципирамо "лудило", већ томе доприносе значајно обрасци попут "лудог генија", "бриљантног лудог уметника", "психотичног серијског убице" и томе слично, а до којих долазимо кроз популарну литературу и филмове (Connor-Greene 2006, 6, 9).

Представе о некој култури настају на не много различит начин, такође. Слика Хаваја²⁰ као туристичког раја није се променила битније од 1930их до данас – укључивала је и укључује организовано дочекивање туриста и представе *хуле*. Ниједан од тих догађаја не може да прође без песме "Little Brown Gal"²¹ и пратећег плеса. Четворочетвртински ритам песме, укулеле на којем се свира и енглески језик, на којем се најчешће пева²², не представљају део хавајске културе, баш као ни колибе од плетери којима се визуелизује туристичка понуда острва у оквиру одговарајућих промотивних активности (O'Connor 2006, 252), иако су се усталили као елементи културне когнитивне слике Хаваја свуда у свету – а по

²⁰ Топоним и збирна именица објеката на које се односи дати су у множини.

²¹ Песма се зове, заправо "It's Just a Little Brown Gal in a Little Grass Skirt in a Little Grass Shack in Hawaii" (треба обратити пажњу на то да наслов песме представља дефиницију будуће визуелне представе хавајског туризма), написана је 1935. године, а најстаријим забележеним извођењем, за које се претпоставља да садржи оригиналне стихове, самим тим, сматра се оно које су снимили *Chick Daniels and His Royal Hawaiians*.

²² Постоје верзије које се певају на мешавини енглеског и хавајског.

културној схеми, која повезује готово идеалне климатске услове, туристичку понуду и гостољубивост, као основну карактеристику локалне културе у јединственој представи о туристичком рају на земљи.

Претпостављам да су таквој представи о Хавајима допринели више холивудски филмови неголи било који други начин културног саобраћања – укључујући ту и формалне видове образовања – али размислимо ли мало о томе, закључићемо да наше представе о различитим местима у свету и њиховим културама, уколико нисмо били тамо, разуме се, одговарају оним сликама о њима које су допрле до нас кроз форме популарне културе. Нагласио бих, међутим, да то не представља особину по којој се популарна култура разликује од онога што се сматра високом уметношћу: представе о многим местима у свету посредоване су деценијама (ако не и дуже) кроз књижевност и сликарство, на пример, бивајући засноване, често, на сличним ауторским конструкцијама локалности, а које су до нас дошле као "аутентичне" представе о датим културама, захваљујући уметничким делима.

Не могу рећи да сам препознао уживо Александрију из Дарелове тетралогije, баш као што ни стари делови Каира, када сам посетио тај град први пут, нису одговарали ономе што сам видео у "Индијани Џоунсу"²³. Прва представа посредована је производом стваралаштва из домена високе уметности, а друга из домена популарне културе. Разлика међу њима није у природи самог посредовања, обављеног путем културне комуникације одређених садржаја, већ на "другом крају" те комуникације и – квантитативне је природе: тешко је помислити да је више људи на свету прочитало "Александријски квартал", неголи што их је гледало филмове о авантурама америчког археолога. Схватање *популарног* као *општег*, развијено на трагу Маклуановог става о двосмерности културне комуникације (в. Sherwin et al. 2007, 161), јесте последица постојања надкултурне компетенције, која је чешћа било где у свету за форме популарне културе неголи за оне из домена високе уметности, мада код многих људи једно не мора искључивати друго.

Комуникација која се остварује било којим видом стваралаштва не завршава се његовом рецепцијом. Утиче на формирање културних когнитивних образаца и схема који резултују успостављањем представа о нечему, а које постају део социокултурног понашања људи које се огледа у много чему: од изражавања ставова и мишљења, преко формирања сопствене културне комуникације стваралаштвом и фандома, па све до правне праксе (упор. Sherwin et al. 2007, 167). Не постоје формалне препреке претварању рецепције културне комуникације која се остварује

²³ Филм "Отимачи изгубљеног ковчега" снимљен је у Тунису, а не у Египту, иначе, али у причи о *посредовању*, то не мења ствар нимало.

формама популарне културе у културну комуникацију новим таквим формама, а утисак о *непосредности* искуства, односно тога да се комуницирано односи или може односити *и* на нас саме, доприноси персуазивности тако остварене комуникације када је у питању било шта, укључујући ту и идеју да градови у којима нисмо били никада не изгледају стварно онако како су представљени у филмовима, или да "лоши момци" морају носити турбане и сандале²⁴.

Рекао бих да у томе игра улогу још једна особина стваралаштва из домена популарне културе, а која противречи, наизглед, тези о непосредности комуникације која се на тај начин остварује. Наиме, као основа културне комуникације која се остварује делима за која се може рећи да припадају популарној култури често се појављује алегоријско изражавање. Попкултурни уметник појављује се као својеврсни "мистик", пошто начин на који саопштава нешто о нечему одговара томе како се понашају мистици: у изразу не постоје хипотезе већ тврдње, изражава се своја интуиција, а на основу ње се инсистира на "тумачењу" или "објашњавању" света (упор. Бек 1988, 7, 9).

Коришћење алегорије у изражавању, међутим, има извесну предност у односу на непосредно срочену поруку. Постоји могућност стандардизовања другачије поруке у неком контексту од оне коју је аутор намеравао да пошаље, али што је битније, алегорија потпомаже стварање утиска о непосредности искуства пренетог неком формом популарне културе, будући да омогућава даље читавање значења у комуницирану поруку, односно развијање осећања тога да се порука односи на нас, да одговара ономе што и ми мислимо о теми филма или песме, на пример, тим

²⁴ Узмимо представу о терористи у америчким филмовима у овом веку: након напада на Светски трговински центар 2001. године, они се идентификују с Арапима, односно муслиманима. Филмови који их тако представљају узрокују то да људи у САД као образац терористе почињу да доживљавају Арапе/муслимане. Културна рецепција постаје културна акција, убрзо, одакле се многи Американци *понашају* према Арапима/муслиманима у својим срединама као да су терористи. Ствараоци форми популарне културе примећују то и појављују се филмови (и епизоде телевизијских серија) у којима тај вид социокултурног живота представља главни или споредни мотив критичког разматрања (упор. нпр. Њиц 2010. 64-74). У првој фази, дакле, може се рећи да форме популарне културе комуницирају оно за шта се претпоставља да представља део општег или преовлађујућег утиска или мишљења о нечему (у датом случају, нажалост: о некоме) у одређеном друштву и његовој култури, али у наредној фази – а која следи након тога што такво стање прети да постане детерминантно у погледу доминантног дискурса и праксе о непријатељу – започиње се са корекцијом таквог начина представљања у културној комуникацији, а са циљем да та корекција, иницирана кроз одређено стваралаштво, буде усвојена у стварном животу.

пре што оно што се тумачи на такав начин није целокупни садржај неке од форми популарне културе, већ њен део. Пример тога представљају поп песме, односно њихови текстови: уколико нису директни, тј. јасни у односу на претпостављену тему, можемо их тумачити као да преносе поруку у целини, или само строфом, или рефреном, или одређеним делом текста неvezано за њихову структуру итд.

Текст песме групе *American Music Club*, "Johnny Mathis's Feet"²⁵, рецимо, може да се тумачи у смислу метафоричке, али и стварне применљивости на сопствени живот – моделован је као разговор његовог аутора са славним певачем, чије име је у наслову песме – али и као дискусија о стваралаштву, сврси бављења музиком, самопоуздању итд. Тумачење зависи од онога који тумачи – баш као што и кодирање зависи од онога који шаље поруку, односно ствара одређено дело – али ниво идиосинкратичности није исти: у другом случају је потпун, док у првом, у оквиру слушалачке популације ретко опстоје тумачења које не дели већи број људи. Алегоријско, метафоричко и слично изражавање заправо доприноси помињању општости као карактеристици популарне културе.

За разлику од дела високе уметности, која смо (на)учени да тумачимо у школи, односно да препознајемо обрасце форми који треба да нас асоцирају на одређена значења (иако се дешавало често да нисмо у стању да повежемо једно с другим), те да такав однос међусобног саображавања сагледавамо као оно што дели стваралаштво из домена елитне културе од било којег другог стваралаштва, популарна култура комуницира мање обавезујућу, али и даље препознатљиву и схватљиву, те подложну интерпретативном стандардизовању, везу између форме и поруке, проширујући на тај начин круг оних који су у стању да одговоре на дату комуникацију. Компетенција за то не мора да зависи од нивоа формалног образовања или живота и позиционираниости у одређеном социокултурном контексту. Ствара се учествовањем у самој комуникацији која се остварује кроз популарну културу, односно стицањем искуства о њој и у погледу ње, те повезивања тога с искуством живота у свету, онаквом какав је.

Закључак

Популарна култура представља феномен који превазилази не само социокултурне контексте у којима настаје, већ и оне у којима се одвија њена рецепција, односно у којима настају нови стваралачки облици из тог домена, а под утицајем те примарне рецепције. То превазилажење не од-

²⁵ Аутора Марка Ејцела, Virgin Records/ Reprise 1992, текст доступан на: http://www.lyricsfreak.com/a/american+music+club/johnny+mathis+feet_20007374.html.

носи се само на физички или културни простор, већ и на садржаје који се комуницирају, као и на тумачење порука које се преносе њима. У том смислу, може се посматрати и као да је својство, делимично, оних локалних социокултурних контекста у којима настаје, али и као надкултурна појава по себи. Може се истраживати путем бављења посебним рецепијентским групама – тзв. фандомом или: културом фанова – али би резултати таквог истраживања говорили више о фандому, неголи о форми популарне културе која представља услов његовог настанка.

Плодотворнијим сматрам истраживање културне комуникације која се остварује формама популарне културе, пошто она може да буде тумачена, а потом преиначавана и поново одашиљана без обзира на социокултурни контекст настанка; она формулише контекст у оквиру којег се развија компетенција за њено тумачење сама за себе, а тај контекст одговара извесном менталном мапирању и организовању света у којем живимо на основу широке доступности различитих медија, које форме популарне културе користе. То омогућава доживљавање комуницираног тим формама као да је намењено управо нама, што стваралаштво из домена популарне културе чини општијим својством данашње глобалне културе, неголи оно које везујемо за високу уметност, тј. елитну културу.

Социокултурни контексти нису сасвим ирелевантни у проучавању стваралаштва из домена популарне културе, пошто оно настаје у њима и иницијално реферише на њих, баш као што се дешава са таквим стваралаштвом које под утицајем првог, настаје у другом, односно секундарним социокултурним контекстима²⁶. Ствар је у томе, међутим, да разумевање везе између поруке садржане у стваралаштву и контекста у којој је настала представља први корак у тумачењу (над)културне комуникације. Оно је неопходно да би се избегла "текстуализација" проучаваних феномена, али за тумачење целокупне комуникације која се обавља њиме потребно је познавати и делити конвенције које настају у надкултурним сематничким пољима, каква су, на пример, жанровска књижевност или филм.

То представља и могућу разлику у оријентисању антрополошког приступа проучавању популарне културе у односу на неке друге дисциплине, а пре свега у односу на студије културе, чији допринос датом проучавању не треба занемарити, као што је то речено раније, с обзиром на формулисање неких комуникативних метанаратива популарне културе, као и покушај одређења њене функције у савременим друштвима. Антрополошко проучавање стваралаштва, такође, треба да буде ослобођено разматрања естетике, саме по себи, или наводне аутентичности у односу на претпостављено порекло. Није толико битно одакле потиче који кул-

²⁶ А што би био рокенрол било где у свету, осим у САД и Великој Британији.

турни производ, колико – чему служи, те на који начин и с којом сврхом се користи, а поготово, с каквим значењем. То важи и за антрополошко проучавање популарне културе, наравно.

Литература

- Agnew, Jean-Christophe. 2006. Capitalism, Culture and Catastrophe: Lawrence Levine and the Opening of Cultural History. *The Journal of American History* 93 (3): 772-791.
- Beals, Alan R. 2002. Anthropology Made New: Writing Against and Without Culture *Reviews in Anthropology* 31: 213-229.
- Banić-Grubišić, Ana. 2010. Romski hip-hop kao multikulturalistički saundtrek. R-Point: pedagogija jedne politike. *Етноантрополошки проблеми* 5 (1): 85-108.
- Бек, Лео. 1988. "Суштина јудаизма: религија пророка и заједница вере". У *Јеврејска мистика, Градац* 80-81, прир. Иван Нинић, 7-20. Чачак: Дом културе Братић, Добрила. 1984. Церемонија испраћаја радника у пензију. *Етнолошке свеске* V: 99-104.
- Burke, Peter. 1978. *Popular Culture in Early Modern Europe*. New York: Harper and Row.
- Caughie, John. 1986. Popular culture: notes and revisions. In *High Theory/ Low Culture: Analyzing Popular Television and Film*, ed. Colin MacCabe, 156-171. Manchester: Manchester University Press.
- Connor-Greene, Patricia A. 2006. Interdisciplinary Critical Inquiry: Teaching About the Social Construction of Madness. *Teaching of Psychology* 33 (1): 6-13.
- Ditchev, Ivaylo. 2007. Hegemony of the global-popular? (Or cultural studies as an accomplice?) *Inter-Asia Cultural Studies* 8 (3): 454-457
- Duncombe, Stephen. *Cultural Resistance Reader*. New York: Verso, 2002.
- Fain, Thomas A. Jr. 2004. American Popular Culture: Should we integrate it into American education? *Education* 124 (4): 590-594.
- Fine, Gary Alan. 1979. Small groups and cultural creation: The idioculture of Little League baseball teams. *American Sociological Review* 44 (5): 733-745.
- Fine, Gary Alan. 1985. Team sports, seasonal histories, significant events: Little League baseball and the creation of collective meaning. *Sociology of Sport Journal* 2 (4): 299-313.
- Fiske, John. 1992. "The cultural economy of fandom." In *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, ed. Lisa A. Lewis, 30-49. New York: Routledge.
- Franklin, Sarah. 2010. "Cultural Studies". In *The Routledge Encyclopedia of Anthropology*, eds. Alan Barnard and Jonathan Spencer, 166-168. London and New York: Routledge.
- Gaboriau, Patrick and Phillipe Gaboriau. 1991. Popular Culture Studies in France. *Journal of Popular Culture* 24 (4): 177-181.
- Гавриловић, Љиљана. 1986. Научна фантастика – митологија технолошког друштва. *Етнолошке свеске* VII: 58-63.

- Гавриловић, Љиљана. 2011. *Сви наши светови. О антропологији, научној фантастици и фантазији*. Београд: Етнографски институт САНУ, Посебна издања, књига 74.
- Hannerz, Ulf. 2010. "Complex Society". In *The Routledge Encyclopedia of Anthropology*, eds. Alan Barnard and Jonathan Spencer, 149-151. London and New York: Routledge.
- Herrero-Olaizola, Alejandro. 1998. Revamping the Popular in *Snow White* and *Pubis angelical*: The Residual Fictions of Donald Barthelme and Manuel Puig. *Journal of Popular Culture* 32 (3): 1-16.
- Ilić, Vladimira. 2010. *Kulturno oblikovanje i prenošenje straha putem komercijalnog filma*. Master rad, odbranjen na Odeljenju za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu.
- Janković, Aleksandar S. 2009. *Dug i krivudav put. Bitlsi kao kulturni artefakt*. Beograd: Red Box.
- Jolly, Margaret. 2008. Bringing Exile Home: Review of Ned Curthoys and Debjani Ganguly (eds.) *Edward Said: The Legacy of a Public Intellectual*. *The Asia Pacific Journal of Anthropology* 9 (2): 157-161.
- Kovačević, Ivan. 1980. Blue jeans kao elemenat masovne kulture. *Etnološke sveske* II: 93-99.
- Ковачевић, Иван. 1984а. Приче о добитницима. *Етнолошке свеске* V: 45-48.
- Ковачевић, Иван. 1984б. Венецијанска гондола од пластике. *Етнолошке свеске* V: 57-60.
- Ковачевић, Иван. 2011. Музеји и модернизација: дрес, трактор и пластична лутка. *Етноантрополошки проблеми* 6 (2): 365-380.
- Lave, Jean, Paul Duguid, Nadine Fernandez and Erik Axel. 1992. Coming of Age in Birmingham. Cultural Studies and Conceptions of Subjectivity. *Annual Review of Anthropology* 21: 257-282.
- Lopes, Paul. 2006. Culture and Stigma: Popular Culture and the Case of Comic Books. *Sociological Forum* 21 (3): 387-414.
- Малешевић, Мирослава. 1984. Пријем у пионирску организацију. *Етнолошке свеске* V: 73-82.
- Mazzarella, William. 2004. Culture, Globalization, Mediation. *Annual Review of Anthropology* 33: 345-367.
- McCleary, Kristen. 2002. Popular, Elite and Mass Culture? The Spanish Zarzuela in Buenos Aires, 1890-1900. *Studies in Latin American Popular Culture* 21: 1-27.
- Moeran, Brian. 2003. Popular Culture, Anthropology, and Japan. *Reviews in Anthropology* 32: 265-274.
- Mohan, Dia. 2004. *Jana Sanskriti's Theatre and Political Practices in Rural Bengal*. The making of popular culture. *South Asian Popular Culture* 2 (1): 39-53.
- Morley, David. 1998. So-called Cultural Studies: Dead Ends and Reinvented Wheels. *Cultural Studies* 12 (4): 476-497.
- Myers, Fred. 2004. Social Agency and the Cultural Value(s) of the Art Object. *Journal of Material Culture* 9(2): 203-11.
- O'Connor, Alan. 2002. The Mouth of the Wolf: Radio and Anthropology. *Studies in Latin American Popular Culture* 21: 189-204.

- O'Connor, Kaori. 2006. Kitsch, tourist art, and the little grass shack in Hawaii. *Home Cultures* 3 (3): 251-272.
- Palmer, Catherine. 1988. Le Tour de Monde: Towards an Anthropology of the Global Mega-event. *The Australian Journal of Anthropology* 9 (3): 265-273.
- Peace, Ade. 1998. Anthropology in the Postmodern Landscape: The Importance of Cultural Brokers and Their Trade. *The Australian Journal of Anthropology* 9 (3): 274-284.
- Петровић, Едит. 1984. Прослава испраћаја жена у војску. *Етнолошке свеске* V: 91-98.
- Reischer, Erica and Kathryn S. Koo. 2004. The Body Beautiful: Symbolism and Agency in the Social World. *Annual Review of Anthropology* 33: 297-317.
- Riley, Alexander. 2005. The Rebirth of Tragedy out of the Spirit of Hip Hop: A Cultural Sociology of Gangsta Rap Music. *Journal of Youth Studies* 8 (3): 297-311.
- Ristivojević, Marija. 2011. Korelacija muzike i mesta na primeru beogradskog "novog talasa" u rokenrol muzici. *Етноантрополошки проблеми* 6 (4): 931-947.
- Sandlin, Jennifer A. 2007. Popular Culture, Cultural Resistance, and Anticonsumption Activism: An Exploration of Culture Jamming as Critical Adult Education. *New Directions for Adult and Continuing Education* 115: 73-82.
- Sherwin, Richard K. Neal Feigenson, and Christina Spiesel. 2007. What Is Visual Knowledge, and What Is It Good for? Potential Ethnographic Lessons from the Field of Legal Practice. *Visual Anthropology* 20: 143-178.
- Shevchenko, Olga and Maya Nadkarni. 2007. Searching for the Populus in Popular Culture. *Social Identities* 13 (5): 555-559.
- Spencer, Jonathan. 2010. "Marxism and anthropology". In *The Routledge Encyclopedia of Anthropology*, eds. Alan Barnard and Jonathan Spencer, 446-449. London and New York: Routledge.
- Стојановић, Марко. 1988. Промене статуса кроз мит о певачу новокомпоноване народне музике. *Етнолошке свеске* IX: 49-58.
- Storey, John. 1999. *Cultural Consumption and Everyday Life: Cultural Studies in Practice*. New York: Oxford University Press.
- Storey, John. 2006. *Cultural Theory and Popular Culture*. (4th ed.) Athens: University of Georgia Press.
- Turner, Terence. 1993. Anthropology and Multiculturalism: What Is Anthropology that Multiculturalists Should Be Mindful of It? *Cultural Anthropology* 8 (4): 411-29.
- Wright, Robin Redmon and Jennifer A. Sandlin. 2009. Cult TV, Hip Hop, Shape-Shifters, and Vampire Slayers. A Review of the Literature at the Intersection of Adult Education and Popular Culture. *Adult Education Quarterly* 59 (2): 118-141.
- Жикић, Бојан. 2010. Антрополошко проучавање популарне културе, *Етноантрополошки проблеми* 5 (2): 17-39.
- Žikić, Bojan. 2010. We are Me, and They are Hive. Individual and Collective Identity as a Relational Characteristic of Humans and Aliens in Science Fiction. *Antropologija* 10 (1): 111-122.

Bojan Žikić

Department of Ethnology and Anthropology
Faculty of Philosophy, University of Belgrade

Popular Culture: Supracultural Communication

The basic questions which stem from theoretical inquiry into popular culture can be summed up as follows: whose culture is this and in what way should it be approached. The first question connotes human groups within and for which forms of popular culture are produced and by which pop-culture is consumed. The answer to the other question meanwhile concerns the disciplines which aspire toward the study of popular culture and the constitution of theoretical positions and methods for such an undertaking. In this paper I will consider the emergence and articulation of anthropological interest in popular culture, especially with regard to considerations of popular culture from the perspective of culture studies. As the basic area of the anthropological study of popular culture I will postulate the cultural communication which is realized through the forms of the latter.

Key words: popular culture, anthropology cultural studies, cultural communication

Culture populaire: communication sur-culturelle

Les questions fondamentales qui découlent du traitement théorique de la culture populaire sont les suivantes : à qui appartient cette culture et de quelle manière il faut aborder celle-ci. La première question renvoie aux groupes humains dans le cadre desquels et pour lesquels sont produites, voire sont consommées les formes de la culture populaire, et la réponse à la seconde question concerne les disciplines qui prétendent à l'étude de la culture populaire, c'est-à-dire à la construction des positions théoriques et des démarches méthodologiques pour cette étude. Dans ce texte je traite l'apparition et l'articulation de l'intérêt anthropologique pour la culture populaire, plus particulièrement par rapport aux réflexions sur la culture populaire et cela du point de vue des *cultural studies*. Comme principal domaine de l'étude anthropologique de la culture populaire je formule la communication culturelle qui s'accomplit par les formes de cette dernière.

Mots clés: culture populaire, anthropologie, études de la culture, communication culturelle

Primljeno / Received: 10. 03. 2012.

Prihvaćeno / Accepted for publication: 28. 04. 2012.