

УДК: 316.723-058.6:316.77(497.11)

ИД: 188057100

Примљено: 13. септембра 2011.

Прихваћено: 25. новембра 2011.

Оригинални научни рад

ПРОФ. ДР РАДОМИР Д. ЂОРЂЕВИЋ¹

Универзитет у Приштини са привременим седиштем у Косовској Митровици,
Филозофски факултет, Катедра за социологију

ОДНОС МЕДИЈА ПРЕМА ПОТКУЛТУРНИМ ИЗРАЖАВАЊИМА МЛАДИХ У ГРАДУ

Сажетак: Аутор се у раду бави истраживањем односа јавних медија према појединим облицима поткултурног изражавања младих у граду. Аутор сматра, да јавни медији нису увек у функцији позитивног и афирмативног презентовања поткултурних сублимација и енергије младих, већ често и у функцији тривијалног и дестабилизујућег фактора, а зарад режимских и политичких структура друштва.

Кључне речи: медији, поткултура, млади, симболи, знаковност, улица.

УВОД

Можемо ли о медијима говорити следећим израженим мислима: „Живимо у времену медија“, „Медији су други израз за научно-технолошку револуцију“, „Нови век је век медија“, „Негирати моћ медија је сулудо, обожавајти их – још горе“, „Слика свећа зависи од медија“, „Савремено друштво без медија је немогуће“, „Свети медија поставља нова правила понашања међу људима“, „Без медија, свети би изгледао једностврано“, „Између истине и лаж и истине се лаж и истина медија“.

¹ radomirdjordjevic@hotmail.com

У овим кратким опаскама о медијима данас, покушали смо да сажето представимо савремене медије и њихову моћ у друштву. Ипак, наш однос према медијима зависиће у многоме од насловљене теме којом ћемо се бавити надаље. Укратко, релација млади – медији, или пак још прецизније – однос медија према поткултурним групама младих у граду. И одмах на почетку, утврдићемо да се медији према младима односе амбивалентно, односно, с једне стране, медији подстичу креативност младих, док, с друге стране, медији у многоме могу бити дестабилизујући фактор у понашању младих. Моћ медија је велика и, отуда, њихова свака злоупотреба може бити погубна у активности и креативности младих. У том смислу, покушаћемо да истражимо такве односе медија према младима, пре свих, према онима који се окупљају у поткултурним групама.

ПОЈАМ ПОТКУЛТУРЕ

Појам поткултуре у социологију увео је Алберт Коен.² Она по њему обухвата, у својој целовитости, посебан начин живота, вредносни систем, идеје, норме и правила понашања.

„Она се одликује одређеним значењем стила, особеним ставовима и увек представља групу која је носилац такве оријентације (млади, стари, спортисти, естрадни уметници итд.).“

У том погледу,

„[...] поткултуру можемо дефинисати као скуп вредности, правила, норми и понашања које чланови неке групе усвајају, преферирају, поштују, наглашавају и подстичу даљи развитак.“³

Она, надаље, представља „отпор кроз стил“⁴ и најављује на симболички начин кршење друштвеног реда. Управо на овом фону, „незванична култура“ – ПОТКУЛТУРА, развија се као критика званичне културе. Отуда, поткултуре у себи одражавају нову осећајност, самосвесност, самоизраз и креативност. Ригидније исказивање подкултуре као друштвеног отпора, изражава се као контракултура која за себе веже део младих и који су од осталог дела младих бунтовнији према свету одраслих. „То је ’велико одбијање’ да се живи животом својих очева, животом расипништва, са техничким новотаријама којима су окружени, у свету вештачких материјала који из дана у дан снижавају квалитет људског живљења.“⁵

² Алберт Коен је 1955. године објавио своју познату књигу *Delinquent boys: The culture of the gang*.

³ Драган Коковић, *Заборањена култура*, стр.170.

⁴ Исто, стр.171.

КРАЋА ПРЕДИСТОРИЈА НАСТАЈАЊА ПОТКУЛТУРНИХ ГРУПА У СВЕТУ

Средином двадесетог века започело је најреволуционарније деловање младих у свету. Подстакнути укупним тадашњим политичким дешавањима у свету, млади су упутили јасне поруке целокупном политичком естаблишменту да је доста рата, да су људи браћа, да већина жели мир, да је боље „водити љубав а не рат“.⁶ Отуда, основне пароле која су доминирале светом биле су: „Водимо љубав а не рат“, „Мир, брате, мир“. Било је то време снажног бунта младих у свету, упереног против буржоазије у сопственим земљама. Рат у Вијетнаму који су водиле САД био је „окидач“ свих потоњих револуционарних врења младих, нарочито на Западу, а пре свега у САД. Рат који се приближавао свом крају и који је све више односио младе америчке животе, резултирао је својеврсним одбрамбеним механизмом младих, а који би се могао свести на побуну против оних који су такав свет креирали. Заслепљена сулудом трком у наоружању и испољавањем својих тежњи, капиталистичко-буржоаска Америка (САД) упустила се у бескорисни рат против државе чији је једини грех био што је желела да изграђује социјалистичко друштво, односно друштво примерено својим потребама и окружењу. Онда, када је рат кренуо другачије него што су планирали војни и политички стратеги, све је почело да добија нову димензију. Имплозија САД започела је до тада невиђеним урушавањем њене друштвене структуре. Односи између друштвених класа су се урушили свом жестином, док је најтрагичније било између генерације родитеља и генерације младих, њихове деце. Дотадашње норме понашања родитељске културе биле су у потпуном распаду. Старији нису разумевали младе и обрнуто. Филм, телевизија, радио-станице, рок музика постајали су нова сублимирана снага младих. Филм као медиј је у новим околностима постајао „alter-ego“ који је младе промовисао у „бунтовнике без разлога“, а можда, и у „бунтовнике с разлогом“. Заправо, радило се о „игри речима“, иза којих је стајала огољена стварност коју су промовисали родитељи, не схватајући, да то што су нудили својој деци више не одговара њиховим потребама.

Нова музика и из ње настали нови и моћни медији, коначно су промовисали младе као друштвену силу. И ма колико се државни естаблишмент (САД) залагао да сузбије моћ и деловање „нове музике“, она се све више ширила захваљујући свим медијима који су могли да је пласирају. Радио-телевизијска дифузија, грамофонска продукција, били су пионири у ширењу и презентацији музике младих, која је у себи снажно носила поруку бунта против капитализма и против рата. Слично понашање младих захватило је и

⁵ Исто, стр. 182.

⁶ Једна од главних парола и графит из времена тзв. хипи-покрета 60-их година прошлог века.

Европу, нарочито Француску. Центар омладинске побуне постао је знаменити универзитет у Паризу, „Сорбона“. Зидови овог универзитета у мајској побуни студената 1968. године, јасно су указивали да се ни тзв. интелектуални свет младих – студенти, такође не мири са постојећим стањем, друштвом капитала, конзумеризма и хедонизма богатих. Млади су захтевали промене на свим нивоима. Познате пароле и графити из тих револуционарног дана Париза и са Универзитета „Сорбона“ били су:

- „Будимо реални, захтевајмо немогуће!“
- „Ни роботом ни робом!“
- „Анархија, то сам ја!“
- „Треба нам црвено, да бисмо изашли из црног!“
- „Трчи брже, стари свет је за тобом!“
- „Отворите свој мозак, бар тако често као свој шлиц!“⁷

Револуционарна 1968. година у Европи имала је одјека и у осталим земљама, и не само међу капиталистичким већ и међу социјалистичким. У нашој тадашњој држави СФРЈ, у Београду, такође је дошло до „револуционарних немира“ које је на крају власт амортизовала уз обећање да ће надаље посветити више пажње младима и њиховим потребама.

Једна од најистакнутијих личности у свету и учесник револуционарних догађаја био је и професор Хербет Маркузе, који је о тим догађајима 1968/69. записао:

„Беда незадовољених животних потреба је за већину становништва укинута; изразито сиромаштво се ’ограничава’ на једну (свакако, растућу) мањину. Технички напредак и лавина ’употребљивих’ роба производе и репродукују поред света отуђеног рада (у свакодневной реклами и наметљивом излагању богатства робе) слике једног света безбрижности, радости, задовољства и комфора, који више не изгледа као искључива привилегија једне елите, него се чини доступан и за масе.“

Исто тако, и:

„Капитализам је отворио једну нову димензију која истовремено означава животно подручје капитализма и његове негације.“⁸

Из свега реченог, поставља се једно несувисло питање: шта после свега и таквих „благодети“ капиталистичког друштва? Конзумерство је исто тако чин насиља над личношћу човека и одређен вид негације човекове лич-

⁷ Dr Radomir Đorđević, *Grad i društvene promene – Poruke urbane kulture*, „Bona-fides“, Niš, 2002., str. 147.

⁸ Herbert Marcuse, *Kontrarevolucija i revolt*, „Grafos“, Beograd, 1979, str. 24–25.

ности. Зато, „[...] револт младе генерације против потрошачког друштва није ништа друго до духовна манифестација жеље да се превазиђе индустријска епоха, да се нађу обриси једног друштва које превазилази друштво произвођача.“⁹ На Истоку, за разлику од Запада, смер револуционарне побуне имао је другачији контекст. Све негативности и девијације социјалистичког друштва, у студентским немирима који су се манифестовали требало је такође укинути, нарочито „црвену буржоазију“¹⁰ и створити друштво у коме ће личност, појединац, добити адекватно признање, а радничка класа постати стварни носилац власти а не да је у њено име неко заступа. Ипак, тачка сусретања два тадашња друштвена система која су доминирала светом била је уочавање проблема развоја и код једног и код другог система. Један (капиталистички), који је имао хиперпродукцију и као последицу конзумеризам, и други (социјалистички), који је патио због недостатка адекватне производње (роба широке потрошње) и превелике бирократизације, а науштрб појединца и његових права.

Такав несклад, и на једној и на другој страни резултирао је „буђењем омладине“. На Западу, омладина се сврставала међу себи блиске истомишљенике и генерацијске групе, које су, према систему организовања, понашања, изгледа, одеће, стила и захтева који су упућивали јавности добијали и своја имена. Опште име за овакве омладинске групе било је – *пошкултурне групе*. Из периода 60-их година прошлог века биле су познате следеће поткултурне групе: *биџици, рокери, хипици, џеџбојси, а касније и њанкери, скинхедси* као најпрепознатљивије скупине младих на Западу. На Истоку, све је имало другачију манифестацију. Није било поткултурних група, а њихово настајање започело је тек са падом „Берлинског зида“ 1989. године.¹¹

Поруке које су тадашње поткултурне групе упућивале јавности биле су у облику парола, графита, фанзина, музике. Сви видови порука имали су своју особеност, препознатљивост и оригиналност. У самом почетку стварања једног другачијег и хуманијег света који су промовисале омладинске поткултуре било је много неразумевања на релацији јавни медији – млади. Немогућност да се шире огласе у јавном простору, млади су надокнађивали конкретном активношћу у виду исписивања графита, мурала, цртања омладинских фанзина, одржавања рок концерата и музичком продукцијом. Из

⁹ Jacques Rozner, u: „Le monde“, od 23 juna 1970. Citirano prema H. Markuze, isto, str.25.

¹⁰ Израз којим се означавала тадашња социјалистичка руководства и бирократија, односно, социјалистичка врхушка.

¹¹ Берлински зид и његово рушење 1989 године – симболички је представљало за социјалистички систем власти и крај таквог система, као и нестанак социјалистичког блока земља на Истоку.

овог периода, имамо много забрана од стране државног естаблишмента, на рачун омладинских поткултура, док су оне одговорале бекством у подземље (underground) и у њему стварале разне манифестације отпора владајућој идеологији и бирократизацији јавних медија. Глас младих, пробијао се ипак, на светлост дана.

ОДНОС ЈАВНИХ МЕДИЈА ПРЕМА ПОТКУЛТУРНИМ ГРУПАМА ДАНАС

На питање какав је однос јавних медија према поткултурним групама, можемо условно закључити, да је он комплексан, неинвентиван, пун предрасуда, осуђујући, односно, у крајњем случају, негативан. Иако се оваквом паушалном закључивању може упутити низ приговора, остајемо на напред израженом мишљењу, сматрајући, да се на основу низа медијских примера код нас такво тврђење у целисти може потврдити.

Однос јавних медија према поткултурним групама младих код нас у складу је са позитивним законодавством државе али и тренутне политике, односно политичким директивама које се прикривено намећу медијима, а они, ове директиве доследно спроводе у етар.

Као доказ да је то тако, могу нам послужити неколико примера таквих недоследности медија, који, за последицу, имају реакцију јавног мњења према поткултурама младих.

Живот људи у градовима бременит је тешкоћама, пун горчине и многих нелогичности. Мало је људи у граду који се могу похвалити својим начином живота у њему. У великим градовима упоредо са луксузним и блештавим кулама од челика и бетона, стоји зјапећа провалија бешчашћа, превара и неморала. Преживети у великом граду могу само оне личности које у себи обједујују смелост, инвентивност и помало луцидност. Такве личности треба потражити у оној градској социјалној слојевитости која нагиње млађим генерацијама. Зато, није ништа необично ако нам млади нуде руку сарадње, док ми, из принципа, или не видимо такве поруке или их потцењујемо. С друге стране, млади се управо оглашавају порукама, којима на индиректан начин наговештавају или најављују своју активност на решавању својих проблема или промоцији својих идеала.

Ипак, да ли је баш тако? Да ли млади кроз своју активност доиста решавају своје проблеме? Да ли јавни медији помажу или одмажу решавању нагомиланих проблема?

Исписивање графита у граду је део стварности сваког великог града. По њима се понекад један град препознаје.¹² Графите пак, у сваком граду исписују групације младих сврстаних према идејним и другим усмерењима различитих врста. Графити су у тој мери доминантни, да већина њих под-

свесно утиче на расположење људи, неки на дубље промишљање, а многи и на одређену активност и политичко деловање. У сваком случају графити за постојећу власт представљају одређен проблем који се не може брзо решити, те због тога и сами аутори графита из свега извлаче одређену корист која може бити хетерогена. Тако је Клаус Хартунг скоро завапио када је о графитима написао следећу мисао: „*Ви који владајте, идите и чистајте руке на зидовима!*“¹³

У којој мери наша јавност нема разумевања за ауторе графита нека послуже и следећи натписи у нашим новинама: „*Вандали са сирејом*“, „*Једни граде, други разграђују*“, „*Зид на коме ништа не јише*“, „*Псовачи под окриљем мрака*“, „*Ајел свима који воле Београд*“, „*Зулу Вариос*“ – *рајници, у преводу на наш говор. А у преводу на језик нормалног људског понашања – чисти вандализам! Јер реч је о графитима, шкрабоцима најправљеним сирејовима фарбе на шек окреченим фасадама ...*“ (Новости, 1988.)¹⁴

Као плод оваквих, у основи сугестивних новинских наслова имамо и реакцију читалаца која је у сваком случају забрињавајућа са аспекта морала, али и у много чему са аспекта људскости. Ево како то изгледа у реакцији једног револтираног читаоца:

„Као грађанин Београда, молим и пледирам на све имало културне људе, да заједничким снагама љубављу за наш град, покушамо да станемо макар мало на пут вандализма, некултурним скитницама, непријатељима свега лепог. Разним шкрабачима и непријатељима Београда који наше новофарбане фасаде исписују разним музичким или некаквим глупавим разним именима, скрнавe нашу културу и лепоту за коју се већина материјално и морално залаже... Вио сам спреман да сам тражим вандала, да кидам све око себе, толики су ме бес и туга спсали. *Због тога ајелујем на све људе: удружимо се, кренимо у љути бој против непријатеља ... бранимо наш леи град од штејочина и подмуклих непријатеља*“¹⁵ (Подвукао, Р.Ђ.)

Поставља се питање: у којој су мери јавни медији одговорни за подстицање негативних излива незадовољства према једној друштвеној групацији? Да ли се неодговорним појединцима типа „слободних стрелаца“, може до-

¹² Види шире у: dr Radomir D. Đorđević, „Face to face – Niški ulični grafiti“, „Bonafides“, Niš, 2001.

¹³ Klaus Hartung, „Svijet grafita u Berlinu“, у: „Quorum“, BR.1(18)/1988, Zagreb, str. 231.

¹⁴ По редоследу цитираних наслова: „Политика“ од 1 фебруара, 5 марта и 18 фебруара 1989. године, „Илустрована политика“ од 1988. године, „Политика“ од 13. новембра 1988. године, „Експрес политика“ од 8 јула 1988. године, „Политика“ од 8. августа 1997. године и „Новости“ од 3. јула 1988. године.

¹⁵ „Политика“ од 18. фебруара 1989. године.

зволити писање новинских аматерских колумни, који подстичу на насиље према другима, без сопствене и јавне одговорности за јавно изражено мишљење? Шта би се заправо десило, када би се и стварно колективно деловало против „изгредника јавног реда“? У вези са изнетим примером, не чини ли се, да све помало подсећа на ону злокобну мисао: „Око за око – зуб за зуб“. Да ли је то друштвена правда која ће решити заувек све израженији плурализам субјективног и неодговорног понашања личности у градовима? На крају, ко је у праву и ко је крив? Писци графита који су својим исписивањем „упрљали“ чисте фасаде зграда или инструисани појединци у граду, који би правду узели „у своје руке“, или пак медији, који су својим недвосмисленим новинским написима директно подстицали незадовољство?

Овај изречени проблем би се могао посматрати и овако: наведени пример има вишеслојну агресивност: **а. агресивност графита, б. агресивност медија, ц. агресивност читалаца.** Уколико се сложимо да су графити део градског миљеа и да градови немају „адекватну одбрану“ од графитиста чија је штетност, уколико је доиста има (?), у пласирању идеја оних групација које често немају других могућности у оглашавању својих идеја, остају побројани чиниоци **(не)дела.** То су пре свих, подстрекачи у виду различитих медија, који могу понети назив „душебрижника“ (без којих се изгледа не може) за чисти и бели град, не питајући се притом, шта у основи изражавају улични графити и каква им је сврха. И трећи чинилац, „реакција“ слободних квазинтелектуалаца, који својим натписима у медијима покушавају да оставе „трагове“ егзистенцијалног живљења у виду новинских чланака. Сматрајући да су новински медији „вечни“ и да је њихов траг у њима (за њих) врхунац бесмртности, они ажурно пуне новинске ступце, не би ли тако себи доказали, да су постојали у једном делићу историјског битисања.

Уколико оставимо по страни графитисте и читаоце, као и њихову улогу у ономе што чине, има се утисак да је у свему важна улога која припада медијима и њиховом конструисању или пак, реконструисању стварности. Уколико је на делу агресивност графитиста, није ли исказано подстицање на њу још већа агресивност, која би требало да се сузбије свим средствима, па и „убијањем штеточина“. Антагонизам који се притом јавља може имати изненађујуће и застрашујуће тонове, па тиме и последице. Став већине који се притом формира под утицајем јавних медија може попримити колективну психозу и параноју, а одатле и легитимну агресивност према свима који се другачије понашају.

Један други пример може нам указати такође на сличан „подухват медија“ у коме су се они показали као браниоци очигледног са становишта друштвеног морала (не)прихватљивог понашања младих у граду. Наиме, ра-

ди се о промовисању геј и лезбо припадника у оквиру тзв. њихове промоције „параде поноса“ у нашем главном граду.¹⁶

У исто време у свим већим српским градовима, геј и лезбо поткултура промовисала је своје постојање и активност путем графита. Неки од њих били су: „Геј је океј“, „Поносан сам што сам геј“, „Буди геј“, „Геј алтернатива“.¹⁷ Изложени на начин како се представљају графити у јавном простору – јарким бојама (у нашем случају) ружичасто-црвеном – топлом бојом. Тако постављени у простору, ови графити су, претпостављамо, изазивали пажњу пролазника. У једној накнадној ТВ емисији једне нишке НТВ, поводом ових графита, у кратком испитивању грађана, сазнали смо да је њихова реакција на овакве графите била негативна.

Уколико оставимо по страни реакцију пролазника на овакво промовисање другачијег сексуалног живота, остајемо на терену медија, односно, како их они промовишу, али исто тако и ову поткултуру младих. Занимљиво је отуда понашање ТВ медија, почев од тзв. Јавног сервиса РТС-а до осталих приватних медија. Тако је РТС је у оквиру својих информативних емисија у блоковима информисала гледаоце да је у Београду дошло до покушаја организовања „Параде поноса“ и да је она неславно завршила. Наиме, одређене националне организације („Образ“, „Покрет 1389“, као и групе спортских навијача) су се супротставиле промоцији „Параде поноса“¹⁸ физичким насиљем над учесницима параде. Многе ТВ су бруталне сцене насиља над учесницима параде приказивале аутентично, што је код гледалаца требало да изазове одијум према одређеним националним и родољубивим групама. Неке од њих су у целисти биле посвећивање насиљу над геј популацијом. Агресивност водитеља према учесницима у овим емисијама била је више него чита. Изнуђивање одговора било је иритирујуће за гледаоце. Наиме, водитељ је упорно желео да од саговорника – вођа националних групација добије одговоре које је он желео, а то је: да су учесници антипротеста хулигани а не

¹⁶ „Nasuprot medicinskoj i najčešće stigmatizujućoj auri termina „homoseksualac“, oznaka „gej“ nastaje kao autentičan produkt homoseksualne potkulture, odnosno njenog nastojanja da homoseksualno opredeljenim pojedincima ponudi sredstvo nepogrdnog samooznačavanja. Dok je „homoseksualac“ više objekt društvenog označavanja, „gej“ je subjekt sopstvene prakse, samosvesni pojedinac. On učestvuje u gej potkulturi.“ / Ivana Spasić: „Homoseksualnost i sociologija – Od patološkog modela do društvenog konstrukta“. Preuzeto sa sajta: <http://www.gej-serbia.com/teorija/2000/00-02-15-sociologija/index.jsp?aid=60>

¹⁷ На улицама града Ниша, 2009. године

¹⁸ Није неуобичајено да се одређене поткултуре сукобљавају између себе на најдрастичнији начин. Тако су се 60-их и 70-их година у Енглеској, тедибојси сукобљавали са модсима, скинхедси са хипицима и панкерима. Код нас, дизелаша са шминкерима и хевиметалцима. Иако се изражавају и означавају као поткултуре, то не значи и да су поткултуре између себе јединствене и имају исте захтеве према целини друштва.

некакви браниоци друштвеног морала и националних интереса; да се њихова активност изједначује са криминогеном, јер су повредили брутално и физички учеснике геј-параде и да с тога морају да одговарају итд. Порука која се наметала од стране медија – могла би се у нешто слободнијем интерпретирању превести у следеће размишљање: *Један у основи нецивилизован и недемократски народ, сузбија на бруталан начин, свештски иошкултурни иокрећ иза чега стоји низ бораца и оирганизација за свештска и људска ирава човека, макар она била и аморална у сваком иогледу.* Медији су у овом случају бранили права оштећених и промотера „Параде поноса“, истовремено не питајући се да ли и страна која се не слаже са оваквом промоцијом „љубави“ има права да одустане.

Проблем се повећава тим више што и државни естаблишмент у Србији подражава дискретно а често и отворено тзв. невладине групације¹⁹, да отворено делују, макар то деловање у већини случајева се противило већинском мишљењу.

УМЕСТО ЗАКЉУЧКА

Чињеница, да су медији у Србији веома амбивалентни у презентирању, репродуковању и продукцији виђења стварности, указује пре на зависност неголи на слободу медија у демократском друштву. То се нарочито односи пре свега на медије који се сврставају као „државни“, али то се односи и на већину тзв. приватних медија. Њихово „креирање стварности“ је у великој мери проблематично а штета којом се том приликом наноси несагледива. Већна младих, као и њихових поткултурних групација је у подређеном положају и далеко од „истине“ коју они желе да саопште јавности. Изузев оних групација младих које се сврставају као „невладине организације“, све остале су у изразито подређеном медијском презентирању. Нарочито су у оваквом положају оне поткултурне групе које имају предзак „националног“ и патриотског. Често овим поткултурним групама припадају групе које означавамо као спортске-навијачке групе младих. Њихова „истина“ је у медијској сфери крајње негативна и са префиксом „милитантна“. Због таквог означавања, ове групе имају веома негативне конотације по њих саме, док се у очи-

¹⁹ Иако се геј и лезбо популација у већини држава западне демократије сврставају у поткултурне групације, у нашој средини оне имају ексклузивитет, јер прелазе у виши ниво – **невладине организације**, што им даје право да и директно траже помоћ од државних власти и да своје потребе организују и изражавају уз заштиту органа државне власти. Овome се придружују и многи медији прозападно оријентисани у Србији, користећи благонаклони став државе да подрже овакво манифестовање геј и лезбо популације, вршећи медијску репресију. То се изражава путем разних ТВ станица, у којима се доводе припадници ових групација и који пледирају да држава стане у заштиту њихових „леgitимних“ промоција (парада поноса), притом, прокламујући тзв. демократске принципе и права у изражавања своје посебности.

ма јавности крајње дезаувисане. Таква медијска слика, опет и поново, ствара низ индиректних последица у друштву. Крајњи исход свега је да држава, желећи да себе заштити пред светским јавним мњењем посеже за репресивним методама, оправдавајући то намером да у друштву влада ред и мир. Свакако, ред и мир је пожељан у држави, али, ако се он остварује употребом силе и дискредитацијом мишљења свих који другачије мисле, поставља се питање – шта се подразумева под демократским мишљењем? Да ли је то оно мишљење које заузима државна власт, чак и онда, када је евидентно, да се такво мишљење противи и у супротности је са логиком. Медијска слика која се притом ствара и која је често у зависном положају од стране државног естаблишмента је погубна у демократском развоју друштва, као и саме демократске државе. Гушећи тзв. мисаони екстремизам, демократска власт упада у сопствени солипсизам, из којег је често веома тешко изаћи, а да се притом не уруше и демократске узансе на којима се заснива демократска власт. На крају, јавни медији ма колико креирали стварност према својим нахођењима, морају да се окрену погледима и критичком сагледавању, онога, што дефинишемо као „јавно мњење“, без обзира на то колико под тим подразумевали у основи један, и у основи неодређен појам. Ипак, легитимитет мишљења јавног мњења је увек био мериторан ма колико неко желео да га избегне или заобиђе. Његово неуважавање увек је доносило (и по правилу) низ последичних реперкусија по целину друштва а тиме и за саму државу.

ЛИТЕРАТУРА

- Божиловић, Н. (1998). *Социологија културе*. Ниш: ЈПНИРТВ ИНФО „Народне новине“.
- Божиловић, Н. (2004). *Рок култура*, Ниш: СКЦ.
- Божиловић, Н. (2009). *Изван главног тока*. Ниш: НКЦ.
- Божовић, Р. (2006). *Лексикон културологије*. Београд: Удружење наука и друштво Србије.
- Berk, P. (2010). *Osnovi kulturne istorije*. Beograd: Clío.
- Вуксановић, Д. (2010). „Медијска интелигенција и перспективе ума у постглобалном добу“, (2010.), *Зборник*, Vol. XVIII, бр.1–2, Београд.
- Гајић, С. (2010.). „Медији, идентитет и приказивање друштвене стварности – „МАТ-РИКС“ почиње да се руши“. У: *Нова српска попултичка мисао* (Vol. XVIII; бр. 1–2.). Београд.
- Ђорђевић, Р. (1995). *Речник графича*. Ниш: Центар 018.
- Ђорђевић, Р. (1998). *Време скинхедса*. Ниш: Bona-fides.
- Ђорђевић, Р. (2002). *Лексикон попукултура*. Ниш: Зограф.
- Ђорђевић, Р. (2002). *Град и друштвене промене – оруже урбане културе*. Ниш: Bona-fides.
- Ђорђевић, Р. (2001). *Face to face – Niški ulični grafiti*. Niš: Bona-fides.

- Зборник радова* (2005), Годишњак за социологију. Ниш: Филозофски факултет /Свен.
- Зборник радова* (2009), Годишњак за социологију. Ниш: Филозофски факултет /Свен.
- Клосковска, А. (2001). *Социологија културе*. Београд: Чигоја штампа.
- Коковић, Д. (2005). *Заборављена култура*. Нови Сад: Светови.
- Коковић, Д. (2005). *Пукојине културе*. Нови Сад: Прометеј.
- „Књижевна критика“, (март–април, 2/90), Графити, читање зида, Београд.
- Kozić, F. (2007). „О kulturi i kontrakulturi“. У: *Zbornik radova pedagoškog fakulteta*. Pedagoški fakultet: Zenica.
- Lalić D., Leburić, A., Bulat, N. (1991). *Grafiti i subkultura*. Zagreb: NIP „Alinea“.
- Marić, R. (2002). *Govor potkulturnih stilova*. Beograd: Iskustva.
- Полен, С. Ж. (1999). *Контракултура*. Београд: Клио.
- Станојевић, Д. (2010). „Омладинска поткултура у бирмингенској традицији: развој и рецепција концепта у домаћој науци“. У: *Нова српска њолиџичка мисао, Нова едисија* (т. XVIII; бр. 1–2). Beograd.
- Томић, З. (2010). „Сајбер демократија и јавност“. У: *Нова српска њолиџичка мисао* (т. XVIII, бр.1–2). Београд.
- Fajf, N. (ur.). (2002). *Prizori ulice*. Beograd: Clio.
- „Quorum“, (1988). (br.1) Zagreb.

Radomir Đorđević

RELATION BETWEEN MEDIA AND THE
SUBCULTURAL EXPRESSION OF URBAN YOUTH

Summary

The author's intention is to investigate the relations of the public media and some issues of youth subculture expression. The author's idea is that the public media are not necessarily in the indirect function of a positive and affirmative presentation of the subcultural sublimation and energy of youth, but are very often in a trivial function and as a factor of distraction, in the purpose of serving the ruling regime and political structures, democratic or nondemocratic.

Key words: media, subcultural, youth, symbol, signs, street.