

Проф. др Наташа Симеуновић Бајић<sup>1</sup>  
Факултет за културу и медије  
Универзитет „Дон Незбит“  
Београд

## ОДНОС КУЛТУРНИХ СТУДИЈА ПРЕМА КОНЦЕПТУ ПОПУЛАРНЕ КУЛТУРЕ<sup>2</sup>

**Сажетак:** *Истраживачка традиција културних студија траје већ пола века. Проучавајући класе, род, пошкултуру, мањине, медије, постколонијализам, дијаспору, глобализацију, публику итд., теоретичари културних студија комбинују различите методе и различите истраживачке приступе, иако да се на њих не може применити традиционално есенцијалистичко одређење школа или теорија. Културне студије су свеобухватне, интердисциплинарне па чак и постдисциплинарне, ушемељене на релевантној анализи култура као текстова у којима се јасно преознаје важност културне продукције, интереса и идентитета. Из тог разлога, овај рад има циљ да оштрише њихову улогу у тумачењу основних аспеката популарне културе.*

**Кључне речи:** КУЛТУРНЕ СТУДИЈЕ, МАСОВНА КУЛТУРА, ПОПУЛАРНА КУЛТУРА, ИДЕОЛОГИЈА, ОДНОСИ МОЋИ.

<sup>1</sup> Контакт: nsimeunovic@nezbit.edu.rs

<sup>2</sup> Рад је део пројекта МПНТР бр. 47007. Настао је на основу докторске дисертације одбрањене на Факултету политичких наука.

## Увод

Популарна култура, која је у овом раду главно полазиште, сматрана је дуго нижим обликом културе, нечим што је тривијално, неплеменито, јефтино и кич. Традиционална учења посматрала су културу искључиво као начин *култивисања* људске природе и људског духа, и за њу су се везивали појмови лепо, високо, елитно, естетско, канонизовано, племенито итд. Популарну културу могуће је анализирати кроз неколико дисциплина. Опредељујемо се да је посматрамо у оквирима истраживања теоретичара културних студија, пошто културне студије пре свега јесу интердисциплинарне те представљају веома значајан истраживачки ресурс. Теоретичари културних студија први су уочили да је савремена популарна култура вредна теоријског промишљања и да није само део кружног процеса производње и потрошње. То је представљало радикалну критику дотадашње академске британске традиције и њеног концепта *културе и цивилизације*<sup>1</sup> који негира вредност производа популарне културе (Turner, 2003). Културне студије нису сасвим јединствена истраживачка област. Као интердисциплинарно поље проучавања, оне подразумевају скуп већег броја теорија и пракси унутар друштвених и хуманистичких наука којима се постиже дубље разумевање феномена и односа у најширем културном оквиру. То не значи да су све ове теорије потпуно независне једна од друге, већ да постоји одређени степен конвергенције и заједнички елементи по којима се културне студије препознају. Дотадашње дисциплинарне границе су релативизоване у корист новог и другачијег погледа на свет.

### 1. Оно што претходи – масовна култура: критички приступ

Популарну културу није могуће разматрати без релације према масовној култури. Из тог разлога неопходно је на теоријски и историјски релевантан начин образложити сам термин, почетке, развој и исходившта масовне културе. Масовна култура<sup>2</sup> је производ масовног друштва.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Овај концепт културног развоја и свега најбољег што позитивна традиција оставља у залог будућим генерацијама заговарао је Метју Арнолд.

<sup>2</sup> Термин *mass culture* први пут је почео да се употребљава 30-их година 20. века у Сједињеним Америчким Државама.

<sup>3</sup> Артур Аса Бергер је врло промишљено објединио ова два термина у једну општу хипотезу *масовна култура/масовно друштво* наглашавајући да је она усредсређена првенствено на стварање *масовног човека* као крајњег резултата деловања масовне културе и масовног друштва (Berger, 2012).

Ово је основна констатација већине аутора<sup>4</sup> који су проучавали настанак ове појаве. Иако су се дуго за појмове масе, масовног друштва и масовне културе везивали пејоративни изрази *некултивисано, необразовано, јефтино, атомизовано, јросто, ниско, кич, шунд*, у теоријским разматрањима водило се рачуна о примарним критичким одговорима на структурне промене и међузависности унутар нових облика друштвеног и културног организовања. У једном важном историјском периоду неопходно је разумети амбиваленцију и дијалектику у којој је *ојредмећење* (односно материјализација) постала основни структурни чинилац нових процеса (Jameson, 1979). Овим постулатом могуће је оспоравати критику мале вредности масовне културе коју је изнедрило масовно друштво артикулисано у симбиози три велика процеса индустријализације, урбанизације и модернизације. Дакле, настанак масовног друштва и његовог најзначајнијег деривата масовне културе припремљен је техничко-технолошким, друштвено-политичким и економско-производним променама. Главне услове настанка масовне културе, као и њене последице, један од највећих критичара Едгар Морен објашњава на овај начин:

*„Масовна култура, односно култура створена према масовним нормама индустријске производње, раширена техничким средствима масовне дифузије (по једном чудном анило-лајтинском неологизму: mass media), обраћа се друштвеној маси, тј. једном циновском атомерату једински, скућених са свих страна и из свих друштвених слојева (разне класе, разне породице итд.)”* (Морен, 1967: 40).

Морен афирмише закључке Адорна и Хоркхајмера који су први дефинисали однос између културе и капитализма, наглашавајући како је масовна култура подржана културном индустријом. Овим термином назвали су тако и једно цело поглавље своје студије *Дијалектика просветишћелства*:

*„Снага индустријској друштва делује у људима једном заувек. Производи културне индустрије могу да рачунају с тим да ће чак и у стању распрешености бити будно конзумирани. Сваки од њих је модел огромне економске машинерије која све и свакога од самој почетка, и при раду и при одмору који му наликује, држи у најтежестии”* (Адорно, Хоркхајмер, 2008: 72).

Аутори сматрају да је културна индустрија постала *реална и рејресивна сила* индустријског капитализма што широко захвата масе „манипулишући

<sup>4</sup> Погледати закључке следећих аутора: (Arendt, 1971); (Морен, 1967); (Клосковска, 1985); и (Мазе, 2008).

духом и свешћу” (Велимировић, 2008: 312). Заправо, постоји више, или још прецизније, много различитих културних индустрија које се на комерцијални начин производе и продају као и свака друга роба. Објашњавајући успон масовне културе у периоду од 1850. до 1970, Каспар Мазе (Kaspar Maase) наводи неке облике културних индустрија, као и облике рекреације и разоноде: луна-парк, петпарачки роман, магацини, булеварско позориште, варијете, паноптикум, плесне забаве, изложбе животиња и људи разних раса, забавна музика, концерти на отвореном, стрип, радио, филм, фудбал, бокс, клизалиште, бицикл, цез, плесна грозница, туризам, свинг, телевизија (Мазе, 2008: 96). За разлику од ранијих теоретичара масовне културе који су били изузетно оштри у оспоравању њених вредности, у својој инвентивној и вредној студији Мазе ни у једном тренутку не критикује њене форме, већ покушава да на објективан начин прикаже оно што ју је есенцијално чинило у раздобљу дужем од једног века. Зато закључује:

*„Једно је сигурно: шлагери, приче у наставцима, филмови, варијете-скечеви нудили су само материјал. Људи су од њега стварали смисао за себе – у својој глави, на основу свој живојној искуства и са својим сопственим алајом и тумачењем света које су њојом живојом створили” (Мазе, 2008: 96).*

Почеци коришћења термина *културне индустрије* импрегнирани су негативним односом према њеним последицама, док се данас овај и слични термини (*креативна индустрија*, *креативна економија*) користе легитимно у свим званичним документима локалних, националних и наднационалних културних политика.

Културне индустрије, забавне индустрије, разонода, тј. масовна култура у целини означена је у најпознатијим радовима најзначајнијих теоретичара кроз категорије карактеристичне за нове услове производње: специјализација<sup>5</sup>, стандардизација, хомогенизација и универзализација:

*„Као књижевност 19. века и масовна култура је динамична, револуционарна снага која руши старе баријере класе, традиције, укуса и разара све културне разлике. Она меша и спаја све заједно производећи нешто што би се могло звати хомогенизована култура, уз још једно америчко додацинуће: процес хомогенизације којим се целина њавлаке равномерно распоређују у млеку, уместо да илу-*

<sup>5</sup> „Доминантна црта епохе индустријализма ипак је несумњиво специјализација која за собом повлачи пораст диспропорције између стваралаца и прималаца културе. У 19. веку су постепено све веће масе своју културну рецепцију доводиле у зависност од специјализованих центара преношења симболичке културе.” (Кловска, 1985: 114).

шају на површини. Она тиме уништава све вредности, а вредносни судови подразумевају разликовање. Масовна култура је веома, веома демократиична: она айсолућно одбија сваку дискриминацију било чега и било кога. Све се меље у њеном млину из кога излази заиста добро самлевено” (Мекдоналд, 2008: 55).

Али све ове категорије добијале су најчешће негативни призивок. Критичари су сматрали да је између масовних медија који посредују масовну културу, масовног друштва које ову културу конзумира и масовне културе која је у многим сегментима без правих традиционалних вредности, створена снажна веза са погубним последицама. То је било полазиште за каснију тврдњу Рејмонда Вилијамса (Raymond Williams) да масовна култура „не може бити ни узрок ни последица” и да је неопходан сасвим *друћачији одговор* на појаву и ширење нове културе (Williams, 1958). Међутим, за разлику од Вилијамса, они су примењивали естетска просућивања према продуктима масовне културе на исти начин како су то чинили са делима класичних уметности. Негујући традицију *културе и цивилизације* критичари – међу њима најистакнутији Ливис (Leavis) и Денис Томпсон (Denys Thompson), али и познати песник Елиот (T. S. Eliot) – били су веома забринути због успона нових технологија којима се омогућује масовна дистрибуција културних форми, попут популарне музике, популарног филма и популарне књижевности (Turner, 2003). Но, Мазе, поредећи отпор различитих академских ауторитета према масовној култури са неким претходним отпорима према појави новог и другачијег у културној историји<sup>6</sup>, објашњава неправедност односа према *нежељеном дешетју* „насталом из везе демократије и тржишта културе” (Мазе, 2008: 187). Он истиче позитивне стране раћања, развоја и ширења масовне културе које у основи представљају једну огромну демократицију и напредак у свакодневном животу:

„Техника пошхрањивања и јефћине сираве за емитовање учили су уметничку сензацију и естетско искуство свакодневним, у мери у којој су пре 1900. у најбољем случају фанћазирали иписци ушћоици (...) Многи су млади Европљани и Европљанке већ са 25 година више проишћовали нећо што је у свом живошћу иушћовао цар Вилхелм II, коме су се смејали због љубави према иушћовањима (...) Усћон масовне културе могао би се схваћити као једно од највећих

<sup>6</sup> Он наводи на овом месту занимљиви пример рецепције Раблеовог романа *Гарћаншћуа и Паншћаруел* у коме се за идеал проглашава антицрквени ред, тј. апсолутно препуштање задовољствима. „Држава, цркве и васпитачи прогласили су овај идеал непријатељском идејом” (Мазе, 2008: 186).

*чуда најрејка, као чаробно обојаћење свакодневице (...) Дефиниција еџзистџеницијалној минимума ѳроменила се. И незајосленом је моѳуће јодишње ѳушовање на одмор, а чак и најсиромашнијем међу сиромашнима не сме се зајлениши шелевизор.*<sup>7</sup>

Не трудећи се да на било који начин поништимо перспективу сагледавања добрих страна масовне културе, чије је навођење било могуће тек након кључних радова теоретичара културних студија, нагласићемо само да је она ипак угрозила постојање аутентичне народне, односно фолклорне културе и да је то био логичан след развоја медијских технологија. Чини се да су критичари у много већој мери препознавали својеврсни *наѳад* масовне културе на статус елитне, канонизоване, високе културе него угрожавање фолклорне. На крају се само још може додати да су радикални критичари масовне културе заиста били прави песимисти у погледу на будућност човека, друштва и културе уопште. Зато су такав песимистички поглед оспорили теоретичари културних студија. Тако је, најављујући потпуну промену критичке перспективе, Рејмонд Вилијамс исправно закључио да „маса уистину не постоје, већ постоје само начини посматрања ѳуди као маса” (Williams, 1958: 92) А такви начини посматрања подразумевају поједностављено стереотипно сврставање ѳуди које не познајемо у неке *груће*, у *јомилу* или у *масу*. Овим исказом Вилијамс је ревидирао појам масе и из другог угла указао на погрешна тумачења вредности културе обичних ѳуди који су називани масама уз коришћење дотадашњих метода вредновања. Те методе су потврђивале доминацију само једног аспекта проучавања (оног који је обезвређивао значење живота обичних ѳуди), а не свеобухватног погледа на културне обрасце, процесе и значење културног искуства у целини. Та нова Вилијамсова полазишта припремила су терен за одбацивање концепата *маса*, *масовно груштво* и *масовна култура*.

## 2. Популарна култура: замена термина или нови концепт?

Термин *масовна култура* наишао је на многа оспоравања будући да су, с једне стране, масе сматране необразованим, простим и атомизованим делом друштва, а с друге стране, за некритичко уживање народа у продуктима масовне културе окривљавана је буржоазија. Дакле, масовну културу критиковали су подједнако и десничари и левичари,<sup>8</sup> али ни једни ни други нису успели да се критички издигну изнад постављених идеолошких поларизација и да освеже своје научне погледе ка објектив-

<sup>7</sup> (Исто: 185)

<sup>8</sup> Погледати детаљније образложење у: (Ђорђевић, 2008: 11–34), и у: (Ђорђевић, 2009).

нијем и модернијем проучавању како би засновали разноврсније концептуално одређење културе које су тек иницирали оснивачи културних студија. Термин *популарна култура* први пут је употребљен још давне 1818. године (Pestalozzi, 1818). Међутим, првом правом употребом може се сматрати рад Двајта Мекдоналда из 1944. године. Наслов *A theory of popular culture* је 1953. преиначен у *A theory of mass culture*, како се оно што представља нову културу не би мешало и преклапало са оним што представља аутентичну фолклорну културу (Morisson, 1998). Ипак, термин је у све чешћој употреби, академској и ванакадемској, од половине 20. века. Разлог је у новом виђењу културе које су генерисали истраживачи културних студија окупљени у Центру за савремене културне студије на Универзитету у Бирмингему. Центар је основан 1964. године. Званични назив је Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS):

„Огроман значај Центра у првим деценијама постојања, нарочито у време док је директор био Стјуарт Хол (1969–1979) огледа се у фасцинантној продукцији. Фундаментални текстови у области, велики број изузетних истраживања скромно означених као радни текстови настајао је у Центру у коме никад није било више од троје сталних предавача истовремено. Политика Центра подстицала је истраживачки рад студентата и њихов ангажман у оквиру малих дебатних и истраживачких група, а не класичних курсева” (Миливојевић, 2008: 35).

Задатак Центра није био нимало лак будући да је у то доба критика масовне културе достигла своје врхунце. Међутим, повољан истраживачки контекст формирала је баш таква оштра критика, јер се у сопственим критичким врхунцима већ сасвим научно исцрпљивала. Неопходна је била ревизија становишта са кога се до тада посматрала култура.

Ричард Хогарт (Richard Hoggart), за кога Стјуарт Хол каже да без њега не би било Центра за савремене културне студије, а без његовог оснивачког текста *The Uses of Literacy* (1957) не би било културних студија (Hall, 2007), први је скренуо пажњу на аспекте живота радничке класе и ширење популарне културе. Њега је занимала рецепција производа популарне културе као што су часописи, песме, стрипови, сексуалне теме, те он њихово значење и структуру *чиша* помоћу „књижевнокритичког аналитичког апарата” (Дуда, 2002: 90). Иако и он користи сличне епитете из ливисовске традиције *јасивни варварин*, „заглупљујући масовни трендови”, „дезорјентисани и укроћени робови класе механичког ума” (Хогарт, 2008), он даје дигнитет култури радничке класе и обичног живота, чему су се ливисовци највише и супротстављали. Премда је Хогартов приступ заснован на ливисизму, он је начинио врло значајан помак отварању истраживачких тема у културним студијама. Хогарт је својом студијом *The Uses of Literacy* успео да *мајира* нови методолошки приступ заснован

на интердисциплинарности и лоцирању производа популарне културе у контекст проживљеног искуства припадника радничке класе.

Рејмонд Вилијамс, прави покретач великог културолошког обрта у поимању културе, исказао је 1958. године сасвим јасан истраживачки став да је култура обична те је управо то оно одакле морамо почети (Williams, 1958: 92). На овај начин поље популарне културе постаје важан истраживачки ресурс, а увођење ординарности у елитистички заснован концепт културе, није представљало њено обезвређивање, већ уистину врло значајно редефинисање сасвим познатог концепта. На другом месту истог текста, он поново наглашава „Култура је обична: то је основна чињеница” (Williams, 1958: 93). Ову основну чињеницу Вилијамс посматра из два аспекта: задата значења и смернице, које чланови друштва уче, и нова опажања и смисао који се увек испитује. У складу са тим, природа културе је да буде истовремено и традиционална и креативна, тј. да поседује и најједноставнија и најсофистициранија значења (Williams, 1958). Тиме се не искључује ниједна култура нити различита значења културних процеса, што је била темељна карактеристика заговорника ливисизма и повлашћене културе која припада елити. „Најбитније је да Вилијамс осуђује позивање на вредност као начин на који се ствара негативна слика свакодневног живота већине обичних људи. За њега ово представља чин презира, тј. знак незаинтересованости за људе и њихове обичне активности” (Turner, 2003).

Овакви ставови су били идеологизовани и одвојени од суштинског значења постојања обичних људи са својим свакодневним животима, а не људи који су *групи* и имају другачију, мање вредну културу. То је добро запазио Бенет (Bennett) говорећи да је популарна култура посматрана са велике дистанце и под афективним набојем, те је сасвим очекивано „да они који су то чинили нису желели да учествују у формама које су проучавали, јер је за њих то увек била култура *групих људи*” (Turner, 2003).

Дакле, оснивачи културних студија су у својим првим радовима не само најавили, већ делимично и озваничили популарну културу као концепт културе који није требало више називати *масовном*,<sup>9</sup> јер је термин *масовно* постао у великој мери пејоративан упућујући на пасивност, атомизованост и необразованост, па се термин *популарна култура* или само *култура* (а не *Култура* са великим елитистичким словом) показао као сасвим прихватљиво концептуално одређење.

<sup>9</sup> Истовремено одбачен је и термин *масовно комуницирање*. Култура је постала кључни истраживачки оквир комуницирања. „Аналитичка употребљивост концепта ‘масовна комуникација’ доведена је у питање због семантичког оптерећења које је оставила функционалистичко-бихевиористичка прошлост и кога се није могуће ослободити. ‘Култура’ је одабрана јер обезбеђује пробијање „супстанцијалне и методолошке изолације у коју је дисциплина гурнута именовањем масовна комуникација” (Миливојевић, 2001 (а): 171).



### 3. Дијалектичко-антагонистичка природа популарне културе: идеологија и односи моћи

Враћајући се на изворна значења појма *дијалектика*<sup>10</sup>, али и појма *антиапонизам*<sup>11</sup> које су у својим радовима елаборирали Хегел и Маркс, теоретичари културних студија стално су наглашавали поље сусретања култура као једно велико поље борбе и надметања у перманентном покушају да се доминација не само освоји, него и одржи. Полазиште је свакако Вилијамсово одређење ординарности културе исказано у раду *Culture is Ordinary* (Williams, 1958). За њега појам *култура* има двојаки смисао: култура као *форме значења* и култура која се у антрополошком смислу посматра као *свеукупан начин живота*. Међутим, *свеукупан* свакако не значи *јединствен*, а пређашња проучавања задржавала су се на истицању јединствености појединих култура, па нису успевала да својим апстракцијама обухвате сложеност самог појма. По Вилијамсовом мишљењу, култура не припада само елити нити су само елите креативне. Стварање значења у културним процесима представља активности у којима могу бити ангажовани сви и зато не треба одбацивати културу обичних људи. Дакле, култура није органска целина нити представља концепт који се мора проучавати само уз коришћење једног методолошког поступка и из једне перспективе. Сходно томе, теоретичари културних студија откривали су у домену *популарној* сукобе који избијају из релације доминантно – алтернативно, а увек се препознају баш на културном плану. Како наводи Тарнер, културне студије су се усмериле на проучавање културних форми, значења, пракси и институција, као и на однос између друштва и друштвених промена (Turner, 2003). Зато је овај план обележен *полиитичношћу* и представљањем односа моћи у складу са Марксовом тезом „да су идеје владајуће класе у сваком периоду владајуће идеје, тј. класа која је доминантна материјална снага у друштву истовремено је њена доминантна интелектуална снага.” (наведено према Ђурић, 2011: 33). Тако су културне студије обелоданиле огроман значај појма *идеологија*, полазећи пре свега од постмарксистичког учења Луја Алтисера (Althusser), француског филозофа „који је марксизам прилагодио извесним структуралистичким претпоставкама (Ђорђевић, 2009: 57). Алтисер говори о *државним идеолошким апаратима*,<sup>12</sup> не у класичном

<sup>10</sup> Старогрчки,  $\alpha\lambda\epsilon\kappa\tau\iota\kappa\acute{\eta}\ \tau\acute{\epsilon}\chi\eta\eta$  – умеће разговарања, расправљања, преговарања.

<sup>11</sup> Од старогрчког  $\acute{\alpha}\nu\tau\alpha\gamma\omega\nu\acute{\iota}\zeta\epsilon\sigma\theta\alpha\iota$  и  $\acute{\alpha}\gamma\acute{\omega}\ \nu$  – борба, надметање.

<sup>12</sup> Хол каже да Алтисеров текст „уводи појам интерпелације и зрцалне структуре идеологије у покушају да заобиђе економизам и редуccionизам класичне марксистичке теорије идеологије, и да окупи у оквиру једног експланациског оквира материјалистичку функцију идеологије у репродукцији друштвених односа (...)” (Хол, 2001: 221).

традиционалном смислу, него у форми извесног „броја стварности које се непосредно показују посматрачу у облику различитих специјализованих институција” (религиозне, правне, медијске, културне итд.), а које нису увек сасвим видљиве јер не функционишу као државни репресивни апарат *на насиље*, већ *на идеологију*.<sup>13</sup> Идеологија је, најсажетије речено, скуп одређених вредности или збир веровања. Међутим, она је у својој основи и скуп значења, и смисао и успостављена структура моћи. Заправо, идеологија представља „скривени (прећутни, невидљиви, дубински) поредак који детерминише једно друштво или друштвену формацију без обзира да ли се она *изјашњава* или не у сагласности са њом као идеологијом” (Шуваковић, 2006: 382). У својој студији *Моћ идеологије* Мекленан (McLennan) наводи три главна услова која одређени збир идеја, вредности, веровања треба да испуни да би се могао назвати идеологијом:

- „идеје морају бити **заједничке** знатном броју људи;
- идеје морају чинити неку врсту кохерентног **система**;
- идеје на неки начин морају бити повезане с применом **моћи** у друштву.”<sup>14</sup>

Откривање идеологије врло је важно у медијским популарним праксама, будући да су медији већ дуго незаобилазни друштвени агенси. Теоретичари културних студија ревидирали су марксистичка и постмарксистичка становишта развијајући само оне појмове који су им помагали да се дистанцирају од детерминистичког погледа на индустријски капитализам. Тако су идеологију и хегемонију користили да би објаснили делатни систем друштвеног поретка. На пример, хегемонијом (као добровољним пристанком на значења која производе доминантне групе) објашњавају се политичке праксе у доменима друштва, културе или медија, али не кроз категорије нечега што је аутоматски и редукционистички постављено, већ кроз суптилније начине анализирања свих релевантних промена. Из овог угла, доминантне структуре не добијају директно и једном заувек доминацију, него је *војују* и *освајају*. То је у својим радовима објашњавао Стјуарт Хол вешто спајајући Алтисерове и Грамшијеве (Gramsci) основне поставке са својим анализама институција и њихових политичких обележја. Према мишљењу Стјуарта Хола, медији представљају основне облике остваривања и ширења идеологије јер имају кључну улогу у репрезентовању друштва (Hall, 1995: 18). Он сматра да је „главна област у којој медији *раде* управо стварање и преображај идеологије” која представља *колективни процес* производње „различитих

<sup>13</sup> Детаљније образложење државних идеолошких апарата (ДИА) може се прочитати у: (Алтисер, 2008: 143–147).

<sup>14</sup> Наведено према (Прајс, 2011: 105).

форми друштвене свести” (Hall, 1995: 18) чинећи да оне изгледају сасвим природне, задате, саме по себи, здраворазумске. „Идеолошка природа медијских представа заснована је на моћи да се стварност означи/осмисли на одговарајући начин. Да се од свих могућих виђења изабере једно, да се њему обезбеди статус ‘објективног’ и ‘непристрасног’ што у постојећој култури значи ‘истинитог’.” (Миливојевић, 2001). Међутим, дуго се није расправљало о инкорпорирању идеолошких места у популарне медијске садржаје. Сматрано је да се идеологија *испољава* само у озбиљним информативним програмима, док су ови други програми опстајали у домену већ утврђене забавне функције медија која се занемаривала или оштро критиковала. Али овде није само у питању забавна функција већ и она друга – едукативна. Уколико искључимо забаву као део ненапорног партиципирања публике у медијској понуди, не смемо свакако то учинити и са образовним, културним и естетским садржајима.<sup>15</sup> Сходно томе, Тарнер јасно наглашава да је допринос културних студија не само у разумевању популарне културе као области око које политичка моћ *преговара* или се *лејити мише* него и у тумачењу задовољства у конзумирању медијских садржаја које није идеолошки неутрално (Turner, 2003). Зато је од 70-их година 20. века веома „важан продор у идеолошком раду медија” представљало „откриће и политички значај *популарног*”.<sup>16</sup> Дакле, популарна култура која је у највећој мери подржана медијима представља изузетно значајан истраживачки ресурс не само о питањима вредности медијских жанрова или о квалитету популарних садржаја него и о политичкој, друштвеној и идеолошкој позадини медијске понуде. Из тог разлога, не сме се пренебрегнути чињеница да је популарна култура *конфликтно поље* где се моћ афирмише, дистрибуира и редефинише.

<sup>15</sup> Витолд Калиновски је почетком 80-их година 20. века, након успона телевизије као медија али и критике онога што она глобално нуди, поставио једно сасвим реално питање које упућује на то „да ли је телевизија средство комуникације и популарисања културних вредности произведених у другим областима, те да ли је способна да креира (и да ли заиста креира) своје властите, оригиналне вредности. Другим речима, реч је о томе да ли постоји посебна *телевизијска уметност*, специфично *телевизијско стваралаштво*?” (Калиновски, 1983: 146).

<sup>16</sup> Сњежана Миливојевић то овако објашњава: „Иако нису експлицитно политички, ови програми су веома увучени у трансмисију изразито дефинисаног скупа политичких вредности, управо због њиховог ‘општепознатог’, здраворазумског стила презентације” (Миливојевић, 2001(а): 174).

### Закључак

Културне студије су успеле да, већ на самим почецима свог оснивања, у проучавању културе по први пут нивелишу строгу разлику између тзв. *високе* елитне и *ниске* масовне/популарне културе уводећи нове приступе проучавања. Теоретичари културних студија нису посматрали свакодневни живот обичних људи на супериоран елитистички начин. Они су се заложили за окретање *антрополошком* приступу истраживања хетерогене савремене културе. Тако су културне студије посебно нагласиле друштвену улогу културе „показујући како се та улога испољава и како треба да се разуме” (Turner, 2003). Зато су теоретичари културних студија популарну културу анализирали кроз друштвене и политичке праксе, а не само у домену академског мишљења. Они су први указали на политички значај популарне културе покушавајући да различитим текстуалним приступима анализирају производњу њених значења.

## Литература:

- [1] Адорно, Т., Хоркхајмер, М. (2008): „Културна индустрија”, у: Ђорђевић, Ј., Студије културе; Београд Службени гласник, (стр. 66–99).
- [2] Алтисер, Л. (2008): „Идеологија и државни идеолошки апарати (белешке за једно истраживање)”, у: Ђорђевић, Ј. (ур.). *Студије културе*. Београд: Службени гласник. (стр.143–147)
- [3] Arendt, H., (1971): „Society and Culture”, у: Rosenberg, B., White, D. (ур.), *Mass Culture Revisited*; New York: Van Nostrand Reinhold.
- [4] Berger, A. (2012): *Media and Society: A Critical Perspective*, Rowman & Littlefield, [https://books.google.rs/books?id=SDdla4gTEkIC&dq=mass+society+mass+culture&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.rs/books?id=SDdla4gTEkIC&dq=mass+society+mass+culture&source=gbs_navlinks_s),
- [5] Велимировић, Т. (2008): „Култура и или обмана (Дијалектика просветитељства)”, *Филозофија и друштво*, 1, (стр. 305–322)
- [6] Дуда, Д. (2002) „Хрвање са анђелима”, *Реч: часопис за књижевност, културу и друштвена питања*, 66/12, (стр. 79–107)
- [7] Клоскоvsка, А. (1985): *Масовна култура: критика и одбрана*; Нови Сад: Матица српска.
- [8] Jameson, F. (1979): „Reification and Utopia in Mass Culture”, *Social Text*, 1, (стр. 130–148), <http://www.english.ufl.edu/mrg/readings/Jameson,%20Reification%20and%20Utopia.pdf>,
- [9] Калиновски, В. (1983): „Телевизија и естетска култура”, *РТВ теорија и пракса*, 31
- [10] Ђурић, Д. (2011): *Дискурси популарне културе*; Београд: ФМК.
- [11] Ђорђевић, Ј. (2008): *Студије културе*; Београд: Службени гласник, (стр.143–147)
- [12] Ђорђевић, Ј. (2008): „Увод”, у: Ђорђевић, Ј., *Студије културе*; Београд: Службени гласник, (стр. 11–34)
- [13] Ђорђевић, Ј. (2009): *Послекултура: увод у студије културе*; Београд: Клио.
- [14] Мазе, К., *Безгранична забава: услој масовне културе 1850–1970*, Службени гласник, Београд, 2008.
- [15] Мекдоналд, Д. (2008): „Теорија масовне културе”, у: Ђорђевић, Ј., Студије културе, Београд: Службени гласник.
- [16] Morisson, J. (1998): *Passport to Hollywood: Hollywood Films, European Directors*; State university of New York press, [http://books.google.rs/books?id=vYCsahS50OoC&source=gbs\\_navlinks\\_s](http://books.google.rs/books?id=vYCsahS50OoC&source=gbs_navlinks_s),
- [17] Морен. Е. (1967): *Дух времена: есеј о масовној култури*; Београд: Култура.
- [18] Миљивојевић, С. (2008): „Критичка традиција у истраживању медија: културне студије”, *СМ – часопис за управљање комуницирањем*, 8(3)

- [19] Миливојевић, С. (2001а): „Јавност и идеолошки ефекти медија”, *Реч: часопис за књижевност, културу и друштвена питања*, 64/10, (стр. 151–213)
- [20] Миливојевић, С. (2001b) „Идеолошки рад медија”, *Нова српска политичка мисао*, 8(1–4)
- [21] Pestalozzi, J. H., *The Address of Pestalozzi to the British Public, Soliciting Them to Aid by Subscriptions His Plan of Preparing School Masters and Mistresses for the People, that Mankind May in Time Receive the First Principles of Intellectual Instruction from Their Mothers*, <http://books.google.rs/books?id=i6BDAAAАсААJ&lpg=PT10&pg=PT10&hl=en#v=onepage&q&f=false>
- [22] Прајс, С. (2011): *Изучавање медија*; Београд: Клио.
- [23] Turner, G. (2003): *British Cultural Studies*; London: Routledge. (треће издање)
- [24] Хол, С. (2001): „Које треба идеологије?”, *Реч: часопис за књижевност, културу и друштвена питања*, 64/10, (стр. 215–233)
- [25] Хогарт, Р. (2008): „Проклето добар живот и новија масовна уметност: секс у излизаним џеповима”, у: [26] Ђорђевић, Ј., *Студије културе*, Службени гласник: Београд, (стр. 134–139)
- [26] Hall, S. (2007): „Richard Hoggart, The Uses of Literacy and the Cultural Turn”, *International Journal of Cultural Studies*, 10(1), (стр. 39–49), [http://www.sagepub.com/upm-data/34970\\_CHAP\\_1.pdf](http://www.sagepub.com/upm-data/34970_CHAP_1.pdf),
- [27] Hall, S. (1995): „The Whites of Their Eyes: Racist Ideologies and the Media”, у: Dines, G., Humez, J., *Gender, Race and Class in Media: A Critical Reader*, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- [28] Шуваковић, М. (2006): *Дискурзивна анализа*; Београд.
- [29] Williams, R., *Culture is Ordinary* [1958], source: Williams, R., (1989a), *Resources of Hope, Culture, Democracy, Socialism*, London, Verso, <http://artsites.ucsc.edu/faculty/Gustafson/FILM%20162.W10/readings/Williams.Ordinary.pdf>

**Associate Professor Nataša Simeunović Bajić, PhD**  
*Faculty of Culture and Media*  
*„John Naisbitt” University*  
*Belgrade*

## **THE CONCEPT OF POPULAR CULTURE AND CULTURAL STUDIES**

**Summary:** *Cultural studies as interdisciplinary theory and practice last for half century. Cultural studies researchers analyze different aspects of contemporary culture. They try to describe culture as text. In this sense, it is possible to determine how cultural texts are being activated within lived cultures. Therefore, cultural studies incorporate broad variety of cultural topics and issues. Cultural studies researchers combine approaches respecting intention to find the best way and appropriate focus for cultural analyses. The most important result of this research tradition is detection of political meanings of popular culture. They made evidence of popular culture as arena of conflicts and struggles. The point is trying to analyze what the dominant and marginal discourses are, and how popular culture texts can represent different themes.*

**Keywords:** *CULTURAL STUDIES, MASS CULTURE, POPULAR CULTURE, IDEOLOGY, POWER RELATIONS.*

