

Александар Шаровић, мастер\*  
Музичка школа „Марко Тајчевић“  
Лазаревац

## КУЛТУРНА ДОМИНАЦИЈА И ХЕГЕМОНИЈА ЗАПАДЊАЧКЕ МОНОКУЛТУРЕ НА ПРОСТОРУ БИВШЕ ЈУГОСЛАВИЈЕ – СЛУЧАЈ ЕЛЕКТРОНСКЕ ПЛЕСНЕ МУЗИКЕ

**Сажетак:** Појам монокултуре, који се у новијем периоду користи у друштвеним наукама и анализама, означава доминацију искључиво једној културној моделу (западњачкој, америчкој) на глобалном нивоу. Основна карактеристика ове глобалистичке монокултуре је хомогенизација друштвених вредности, укуса, понашања, животињних стилова, производње, потрошње, институција и свега остало, како на нивоу појединаца, тако и читавих друштвених колективитета у савременом свету, који одговарају култури и свету живота западњачкој, односно америчкој друштва. Американизовани карактер овој хегемонској културној моделу доприноси или потпуно укида аутохтоноу националну културу мањих народа, па тако и српској. Чини се да нема групе области која би боље илустрирала губљење властитог карактера и националне идентитета српске и културе других народа бивше Југославије, од профила регионалне електронске плесне музике. По теоретичару и критичару глобализма Михајлу Ђорђевићу, једини излаз из таквој нејоволној положаја је културно просвећивање непросвећених социјалних слојева, подизање више нивоа културе, и утврђивање и дефинисање српској културолошкој бића и идентитета.

**Кључне речи:** СЕМИОТИКА, МОНОКУЛТУРА, ГЛОБАЛИЗАМ, АМЕРИКАНИЗАЦИЈА, АНГЛОАМЕРИЧКИ ЈЕЗИК, СРПСКА КУЛТУРА, ЕЛЕКТРОНСКА ПЛЕСНА МУЗИКА.

---

\* Контакт: aleksandar.sarovic@yahoo.com

## 1. Појам монокултуре и критика глобализма

Израз „монокултура” најчешће се користи у пољопривреди и шумарству, да би означио дугогодишње гајење само једне врсте биљке на одређеном земљишту. И сама реч „култура” има везе са пољопривредом, јер изворно потиче од латинског глагола *colere* - гајити, настањивати. Појам монокултуре почео се, међутим, употребљавати и у друштвеним наукама и анализама, да би означио специфичан облик културе који се јавља у људском друштвеном животу на планетарном нивоу током савременог процеса глобализма<sup>1</sup>. Наиме, као што „монокултура” у свом првом значењу подразумева присуство само једне биљне културе на неком пољопривредном тлу током дужег временског периода, тако се она у другом значењу односи на доминацију искључиво једног културног модела (западњачког<sup>2</sup>, америчког) на глобалном „тлу”, са тенденцијом његове даље владавине у неодређеној будућности. Кључна карактеристика ове глобалистичке монокултуре у семиотичком погледу је хомогенизација знакова – вредности, укуса, понашања, животних стилова, производње, потрошње, институција и свега осталог, како на нивоу појединаца, тако и читавих друштвених колективитета у савременом свету, који одговарају култури и свету живота западњачког, односно америчког друштва.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Неки појединци и организације које се боре против владајућег облика глобализације више воле да се називају „алтерглобалистима” него антиглобалистима, јер по њиховом семиотичком мишљењу, глобализација је сама по себи позитиван циљ ако подразумева сусрет, комуникацију и сарадњу различитих нација и култура на равноправним основама. Зато се они залажу за другачији облик глобализације од постојеће, а не против глобализације као такве. Данашњу доминантну форму глобализације, као наметање и хегемонију западњачког система вредности над читавом планетом, они називају „глобализмом” да би га семиотички разликовали од глобализације као у основи позитивне вредности. Слично има у виду наш теоретичар и критичар глобализма Михајло Ђорђевић: „Процес глобализације који би требао да представља интеграцију у свим аспектима на глобалном нивоу, због постојања патологије глобалистичког ума, која се огледа у хегемонији и диктатури концепта владавине светом, губи свој позитивистички дискурс и претвара се у процес бруталне наднационалне доминације светом” (Ђорђевић, 2009: 21). У складу с тим, и ми ћемо у овом раду користити придев „глобалистички”, а не „глобализацијски”, још мање „глобални”, за семиотичко именоване појава које припадају негативно конотираном пројекту глобализма. У случају навођења ставова аутора користе друга два израза, оставићемо наравно њихове формулације.

<sup>2</sup> Слично семиотичком разликовању глобализације и глобализма, користимо израз „западњачки” а не „западни”, јер наше становиште није одбацивање западне културе и цивилизације као такве, у њеној целисти, већ само оне тенденције Запада, најалост у историји често доминантне, да одређене моделе организовања свог економског, политичког и културног живота догматски прогласи за универзалне, и као такве их (насилно) намеће читавом свету. Наиме, свесни смо да је западни свет у својим највишим филозофским и уметничким дometима имао потенцијала да створи и хуманистичку критику ових модела која указује на њихову партикуларност и негативност.

<sup>3</sup> У том смислу, са суштинским семиотичким нагласком на актуелним процесима западњачке економске и културне глобализације и хомогенизације, и директним

Познати британски политиколог Дејвид Хелд (David Held) бавио се у својој књизи „Демократија и глобални поредак“ („Democracy and the Global Order“, 1995), питањем утицаја глобализације на националне државе и променама које се, под тим утицајем, одвијају у сфери економије, права, политике, културе итд. Као и други истраживачи ове теме, он примећује да одлуке наднационалних организација као што су ЕУ, НАТО или ММФ данас смањују распон одлука које могу да доносе националне државе и њихове грађанске „већине“. Овај проблем тиче се, наравно, и културе. Као и у осталим областима, културни простор нације-државе реорганизује се под утицајем сила над којима државе, у најбољем случају, имају само ограничено дејство. У самом средишту културног и комуникацијског тока веома су неравноправни односи моћи, који дубоко утичу на оно шта се производи и ко то прима. Хелд наводи да су многи од ових комуникацијских токова резултат извоза, односно увоза једне посебне културе, позивајући се у том погледу на Стјуарта Хола (Stuart Hall) који је запазио да „сlike, производи и идентитети западне модерности које производе културне индустрије западних друштава (укључујући Јапан) доминирају глобалном мрежом“. Другим речима, модел неједнаке културне размене упорно се одржава. Зато је, по Хелду, кључни проблем савременог доба следећи – у ком обиму и како људи суочени са транснационалним медијским мрежама могу да одлучују о властитом идентитету, култури и вредностима (Хелд, 1997: 33, 153, 158, 159, 161, 162, 190).

Наш политиколог Радмила Накарада, у поговору Хелдовој књизи, истиче да консолидација тзв. новог светског поретка, који је инаугурисан крајем 80-их и почетком 90-их година са падом социјализма у Источној Европи, у великој мери следи исте принципе као и консолидација старог: принципе ексклузивности, пацификације народа, неравномерности. Актуелна глобализација јесте повећање међузависности, али на неједнак начин – алудирајући на Орвела (George Orwell), Накарада каже „сви су зависни али неки су зависнији“. Јер, глобализација подразумева ограничавање суверенитета националних држава, али и глобализацију интереса одређених националних држава. Тако ће коалиција најбогатијих држава света као „глобални директоријум“ (Г-7), тј. једна уска мањина, успоста-

---

спомињањем његовог „пољопривредног“ значења, појам монокултуре се јавља у документу „Осам митова о економској глобализацији“ („Eight Myths of Economic Globalization“) антиглобалистичке групе Међународни форум о глобализацији (International Forum on Globalization). Документ је настао у време чувених протеста у Сијетлу 1999. године поводом одржавања Министарске конференције Светске трговинске организације (World Trade Organisation, WTO) (World Trade Observer, 1999). У складу с тим, индијска научница, и еколошка и антиглобалистичка активисткиња Вандана Шива (Vandana Shiva), једна од водећих људи Међународног форума о глобализацији, говори о „монокултури ума“ (што је и назив њене књиге из 2011. посвећене биодиверзитету).

вљати, упркос ривалству, међусобне односе мање-више на принципима демократије и консензуса, али ће заједно наступати према остатку света са позиције ауторитарности, принуде и дуплих стандарда. Стога, гледано у целини, данашњим глобалним поретком, као и раније, не владају односи равноправности и споразумевања, већ хијерархијска структура и асиметричност моћи који омогућавају да, упркос сужавању традиционалног облика суверенитета, најмоћније националне државе ипак остају највише повлашћене у транснационалним процесима (Накарада, 1997: 399, 400). Стога се може закључити да глобализација, тачније глобализам, у основи представља процес ширења и наметања специфичног економског, политичког, војног, културног модела западних нација и држава остатку света, а не истинско прожимање различитих уређења и култура које ствара неки заједнички модел у којем је присутна и сачувана њихова особеност.

## **2. Глобална доминација и хегемонија западњачке монокултуре и угрожавање идентитета и опстанка аутохтоних култура**

Основу монокултуре на светском, планетарном нивоу чини глобалистички капитализам који фаворизује тржишну економију и вредности конзумеризма на рачун осталих, алтернативних облика уређења друштвеног живота и система вредности. Успоставља се светско тржиште којим у разним областима доминира неколико великих и моћних транснационалних корпорација, чији производи постају све сличнији једни другима, што доводи до хомогенизације укуса, вредности и садржаја на глобалном нивоу. Такав систем има озбиљне последице по локална (национална) друштва и културе; он не само да не пружа прилику да се изрази и развије њихова разноликост и чудесна многостраност, већ ове разлике укида у корист једнообразне, западњачки обликоване и наметнуте културе. Велики индустријски и медијски конгломерати, са средиштем на Западу, дистрибуирају безизражајне и једнолике производе широм света, протерујући домаће форме и хомогенизујући оно што преостаје (Александер, 2007: 161).

Овог процеса био је свестан и француски мислилац Едгар Морен (Edgar Morin) када је тумачио феномене културне индустрије и масовне културе. По њему, културна индустрија се развија на плану светског тржишта и њена бујица нагриза локалне, етничке, друштвене, националне, генерацијске, полне, образовне, и остале баријере које могу постојати међу појединцима и државама, како би их све скупа изложила униформишућем дејству масовне културе. Масовна култура има огромну снагу освајања; она потпуније и јаче него све политичке пропаганде ру-

ши традиционалне вредности и наслеђене узоре, тако да свуда где почне да се шири, тежи да уништи аутохтоне културе које на том простору постоје вековима уназад. Она је стога по својој природи анационална и адржавна, тачније, продире у Азију, Африку и друге делове Трећег света, и тамо развија потребе које већ постоје на Западу. А те потребе и вредности примарно се оријентишу око непосредног уживања, потрошње, доколице, удобности, благостања, личног индивидуализма и величања новог типа човека који тежи бољем животу, тражи личну срећу и потврђује вредности нове цивилизације. Морен истиче да наведене вредности постају велики узори и друштвени опцијум средњих класа и грађанске класе Трећег света, које се јављају као њихов главни носилац и промотер (Морен, 1979-1: 50, 193, 195, 196, 199).

Михајло Ђорђевић у својој семиотичкој анализи означава идејну, метафизичку силу, која покреће процес глобализма и успоставља доминацију монокултуре на светском нивоу, као „глобалистички ум”. То је „концепт индивидуалног и колективног наднационалног мишљења које тежи успостављању контроле, хегемоније и владавине над разним добрима и фундаменталним животним ресурсима на планети Земља” (Ђорђевић, 2009: 21). Њега води снажна потреба за владавином светом, па представља „семиотичку метафору агресивне и патолошке идеје о потчињавању света потребама једног светског владара – господара”, која се „материјализује као осећај хипернаднационалне моћи, доминације и хегемоније над другим државама света”. Глобалистички ум карактерише начин мишљења владајућих структура западних земаља „које су током историје преузимале улогу геостратешке, војне, економско-индустријске и културне силе... са тежњом да свој утицај и контролу прошире на остале земље, регионе и континенте”, стављајући их у подређен и зависан положај. Он је патолошки зато што је сваки вид доминације, хегемоније, контроле и принуде стран хуманистичким аспектима и вредностима људске природе (Ђорђевић, 2009: 23). Као што смо већ видели, „основни аспект семиотичког кода глобалистичког ума огледа се у успостављању западњачког културно-историјског модела који драстично умањује или чак потпуно укида комплесно мултикултурно историјско наслеђе и традицију” (Ђорђевић, 2009: 22). Он је једноставно „усмерен на негацију супротне стране, њене културе, историје и традиционалних вредности”; он тежи да, уместо њих, успостави потрошачко друштво, (из)окрене духовност ка материјалним производима и коначно, од великог дела популације незападног света, налик сопственој, створи зависнике од фетиша куповине англоевропских роба и индустријских производа (Ђорђевић, 2009: 576, 580). Реч је о „американизацији и британизацији њиховог менталног система, затрованог агресивном и перфидном медијском про-

пагандом посредством аудио-визуелних садржаја, која претвара популацију планете у глобалистичке зомбије који некритички и без свести о томе следе и прихватају све што им се нуди” (Ђорђевић, 2009: 21). У излагању таквом утицају они су осуђени на статус купца-конзумента западњачке робе и њених вредности (Ђорђевић, 2005: 8, 15; 2008: 14). У том циљу глобалистички ум се користи психолошком пропагандом свог „капиталистичког раја”, кога „таргетирана” медијска публика у незападном свету доживљава као стварност, трансценденцијући сопствено ја у његов обећани свет (Ђорђевић, 2009: 576).

По Ђорђевићу, овај западњачки „рај” промовише се кроз масу културолошких глупости и смећа, тј. профитабилних и тржишно наметнутих не-вредности, које се бесомучним медијским понављањима у стилу „сто пута поновљена лаж постаје истина”, проглашавају за уметничка дела (Ђорђевић, 2009: 577). Тако је материјално и културно супериорнији део света „створио потребу код оног осиромашеног дела да купи његову културолошку (не)вредност, чиме га је још више осиромашео” (Ђорђевић, 2005: 8). При томе ће вам глобалистички ум „продати као робу све, чак и оно што није за продају, а од вас неће купити скоро ништа”. У економском погледу, „натераће вас да укинете све баријере и царине да би се његова роба раширила по вашој држави, а вама и комплетном глобалном свету, дозволиће да само неку мрвицу убаците испод његовог стола”. Нпр. америчка аудио-визуелна продукција покрива око 85% ових садржаја на светском нивоу, док је прописана дозвољена квота за страну аудио-визуелну продукцију у САД само 2% (Ђорђевић, 2009: 578). Јасно је, дакле, да се „не може говорити чак ни о приближно равномерној заступљености појединачних културолошких модела у оквиру глобалног културолошког модела, јер је глобална културолошка свест диктирана изванкултурним аспектима, геостратешком и материјалном агресијом једине суперсиле, која делује као Голијат према читавој маси Давида ” (Ђорђевић, 2005: 11). „Комплетна размена културалних добара на светском нивоу, одвија се према моделу културалне и медијске доминације неколико, у војно-политичком и економском погледу, надмоћних држава над масом слабијих иу сиромашнијих. Неразвијене и сиромашне земље веома тешко пробијају културалну и медијску баријеру глобалног простора” (Ђорђевић, 2008: 14). Укратко, глобалистички ум је „организован као хидра која једино опстаје ако гута све друге, ако је абнормално агресивна, посесивна, саморекламирајућа и увек спремна за акцију” (Ђорђевић, 2009: 579).

Овакве семиотичке закључке деле и критички оријентисани теоретичари масовних комуникација Едвард Херман (Edward S. Herman) и Роберт Мекчесни (Robert W. McChesney). По њима, комерцијалистички

оријентисани глобални медији намећу вредносни систем који потенцира материјалистичке вредности, слаби саосећање према другима и тежи да умањи дух заједнице и снагу комуналних веза. Ако је профит основни циљ медијског деловања, продукција програма у којима су насиље и секс заступљени у огромним количинама се исплати; они се добро продају јер снагом визуелног израза својих основних порука добро савлађују лингвистичке и културне баријере (Херман, Мекчесни, 2004: 46, 68, 100, 203, 227). Проблем је, међутим, у томе што овакви садржаји имају дугорочно штетне друштвене последице, укључујући ерозију и декаденцију традиционалних и аутохтоних култура незападних народа и држава које се налазе на њиховом медијском удару.

И други аутори указују на доминацију и хегемонију западњачке монокултуре у свету и укидање посебности аутохтоних култура незападних народа. Џин Филмор (Gene Fillmore) наглашава да је данас, а тако је било и у прошлости, најистакнутија монокултура која са Запада напада све остале културе. Либерална друштва и њихови медији декларативно се залажу за мултикултурализам, међутим, у стварности постоји захтев да се сви људи и нације придржавају само једног глобално дефинисаног стандарда цивилизације. Ово изједначавање које се спроводи већ 500 година води ишчезавању светске културне разноврсности. Овај процес достиже свој врхунац у 20. и почетком 21. века, када нису само угрожена мала племена и етничке заједнице, већ читаве културе већих народа (Fillmore, 2014). Филозоф Џејмс Колеман (James S. Coleman) такође изражава незадовољство глобализацијом. Он примећује да се друштва током тог процеса отуђују од своје историје и бивају фасцинирана страним вредностима. Ове нове вредности и уверења немају корене или везу са њиховим националним идентитетом. Стога глобализација слаби традиције и вредности локалних култура зарад универзалне униформности и доминације западњачке културе путем страховите моћи транснационалних медија (Kaul, 2012: 343). Карина Каило (Kaarina Kailo) семиотички сматра да је корен моћи монокултуре у томе што она све дефинише у односу на себе, тако да све оно што је различито од ње бива потискивано као „инфериорно”. Отуда смањено самопоштовање многих етничких и друштвених група чији се културни производи сматрају „примитивним” или мање вредним. Стога је самоодређење многих заједница угрожено, а тржишта уништена за локалну производњу која одражава културно различите садржаје и вредности (Kailo, 2012: 265, 266). Хелена Норберг-Хоџ (Helena Norberg-Hodge) и Стивен Горлик (Steven Gorelick), у још једној семиотички интонираној критици, наводе да су милиони деце од Монголије до Патагоније данас мета фанатичне и фундаменталистичке кампање која жели да их уведе у потрошачку културу. Она се, као и

америчка деца, бомбардују софистицираним маркетиншким порукама и знацима. Долазак глобалне економије једноставно притиска младе да своју сопствену културу и вредности замене вештачким вредностима које се налазе у рекламама и на медијима. По мишљењу ових аутора, цена таквог тренда је огромна у погледу одбијања себе, психолошког слома и раста насиља (Norberg-Hodge, Gorelick, 2016).

На крају, и неки наши аутори су се бавили темом утицаја глобалистичке монокултуре на светско становништво и његово културно обликовање, укључујући област музике. Композитор и професор Вера Миланковић критички примећује да у овим појавама као да је све у хипнотичкој служби новог светског поретка оличеног у вештачкој заједници у којој живи, за глобалног владоаца, савршен народ: организован по инстант принципу, искорењен, без порекла, који само упија нова технолошка чуда. Проблем је што без минимума правог образовања, које углавном има основу у класичној култури и традицији, сва та достигнућа умртвљују способност перцепције на свим плановима, па тако и на плану музике (Миланковић, 1996: 141). Социолог културе Никола Божиловић подсећа да је Хелд са својим сарадницима, бавећи се истраживањем глобализације медија и комуникација, дошао до закључка да је музика подложнија глобализацији од осталих уметничких форми. Разлог томе лежи у чињеници да она премошћује ограничења усмене и писане речи и лакше допире до масовне публике. Божиловић, као добар познавалац рок културе, наводи да је социолошки аспект рока повезан са претапањем националних тржишта у једно флуидно глобално тржиште. Такозвана ултра-лака (рок) индустрија, инкорпоришући елементе националних култура, успела је да изгради један еластичан и флексибилан прототип глобалне културе, који је у светском походу стварао услове за ширење културног, финансијског и економског империјализма (Божиловић, 2004: 209, 210). Етномузиколог Јасмина Милојевић такође наводи да је продор западњачке популарне музике у све делове света обележио крај 20. века. Широм света она је била подржана од моћних транснационалних компанија које су трагале за новим и масовним тржиштима, проширењем западњачких медија на све регионе и људе, и распрострањеном тенденцијом повезивања западњачке популарне културе са „модерношћу” и модом. У многим земљама, од Индонезије до Јужне Африке, западњачки поп-стил је постао важан музички медијум на регионалном и континенталном нивоу. Под утицајем ових и других фактора, читаве културе се одричу домаће музичке традиције у прилог западњачких жанрова. По Милојевићевој, културни империјализам и његове музичке манифестације имају неколико димензија. Једна је у великој мери некомпензовано присвајање стране музике (чак и музичара) од стране западњачке



музичке индустрије према привременој моди и фасцинацији. Други је очигледна деформација изворне фолклорне и маргинализација класичне музике у развијеном свету, која доводи до одвајања од властитог културног идентитета кроз уплив комерцијалног западњачког попа, кога су европске и америчке продукцијске корпорације ставиле у надређену позицију на програмима међународних радио-телевизијских система (Милојевић, 2004: 26, 27, 29).

### 3. Глобализам као пројекат американизације остатка света

У претходном одељку смо видели како се глобализам јавља као по-западњачење света (вестернизација), а у овом ћемо семиотички приказати како се тај процес даље сужава и своди на американизацију. Тако од сусрета и повезивања различитих култура света, као прокламованог мултикултурног циља глобализације, није остало скоро ништа; уместо тога, одвија се монокултурни пројекат успостављања хегемоније западњачке и америчке (поп)културе на глобалном нивоу. Још је Морен истакао да је масовна култура рођена у САД-у 30-их година 20. века, и да је ту концентрисан максимум њене моћи и енергије који делује на остали свет. Стога она ствара нову универзалност на основу културних елемената својствених модерној цивилизацији, а посебно оној америчкој. После Другог светског рата ова култура је у свим земљама Запада поставила чврсту тематику, која најпре одговара развоју америчког друштва, а потом осталим западним друштвима. Културне теме које су се обликовале у САД и које сачињавају масовну културу, прошириле су се на филм, штампу, радио и телевизију западних нација. Та експанзија, по Морену, иде још даље, изван западног света, јер се холивудски филмови распростиру на две трећине планете (Морен, 1979-1: 49-51, 103, 193). Божиловић усваја ову тезу: масовна култура зрачи из једног центра који надмашује све остале – САД, па не чуди да критичар и активиста Двајт Мекдоналд (Dwight Macdonald) говори у пежоративном смислу о „америчком семену” ове културе (Божиловић, 2004: 27).

Тако постаје разумљиво зашто се многи жале да је савремени облик глобализације заправо американизација, пошто су САД далеко највећи произвођач популарне културе. Поп култура се широм света манифестује, поред осталих забавних и потрошачких добара, кроз филмове, музику, телевизијске шоу-програме, новине, сателитску радиодифузију, брзу храну и одећу (Globalization 101: 10). Неомарксистички критичар Херберт Шилер (Herbert I. Schiller) једном је назвао ове производе „хомогенизујућим северноамеричким културним бућкуришем” , а познати

редитељ Бернардо Бертолучи (Bernardo Bertolucci) „ужасном америчком монокултуром, врстом културног тоталитаризма”. Глобалистички процес стога нужно добија облик културног империјализма: ширења западњачке, нарочито америчке, културе у сваком делу света, и последичне претње нестанка посебних, незападних културних традиција. Оно што плаши је тотална доминација глобалне, американизоване (моно)културе кроз примат холивудских филмова, рок музике, потрошних добара и брзе хране (Дизни, Кока-Кола, Марлборо, Мајкрософт, МекДоналдс, Си-Ен-Ен, Најки итд.), који не наилазе ни на какво супротстављање (Tomlinson, 2006: 8). Питер Бергер (Peter L. Berger) и Семјуел Хантингтон (Samuel P. Huntington) деле исти став, и истичу да америчка економска доминација и политичка хегемонија, са својим културолошким последицама, стварају хомогенизован свет који подсећа на неку врсту „метастазираног Дизниленда” (Vajprei, Khaton, 2008). Индијски социокултурни антрополог и теоретичар глобализације Арђун Ападурај (Arjun Appadurai) назвао је овај процес „Кока-Кола колонизацијом”, а израелска професорка и политичарка Јаел Тамир (Jael Tamir) тим поводом каже: „Постнационално доба у коме су националне разлике избрисане и сви суделују у једној плиткој универзалној култури, гледају сапунице и Си-Ен-Ен, једу МекДоналдс, пију Кока-колу, и воде децу у локални Дизниленд, јесте пре ноћна мора него утопијска визија” (Ђурковић, 2002: 149). Јапански научник Тору Нишигаки (Toru Nishigaki) тврди да је, упркос њеном мултикултуралистичком представљању, данашња глобална култура у крајњој анализи америчка монокултура, заснована на огромном присуству и утицају холивудских филмова и америчке телевизије, доминацији америчке индустрије забаве, и технолошкој, економској и војној моћи САД-а. Нишигаки семиотички примећује да смо сведоци ширења, на суптилан или директан начин, „америчких” вредности „слободног тржишта”, материјализма, конзумеризма, политичког либерализма итд. По њему, овај процес прети да инфицира или потисне у безначајност све остале културе, чинећи их инфериорним, застарелим или другоразредним (Keniston, 1998).

Према овој тези о културно-медијском тоталитаризму и империјализму, када развијене земље, а посебно САД, извозе производе своје културе у остатак света, нарочито у земље трећег света, онда је домаћа уметност, и фолк и популарна, угрожена и замењена страним производима. То доводи до несрећне хомогенизације разнородних уметности света (Александер, 2007: 257). У складу с тим, познати истраживач медија Џереми Танстал (Jeremy Tunstall), аутор књиге „Медији су амерички” („The Media Were American”, 1977), говори о „културном империјализму” који „истискује аутентичне, традиционалне, локалне културе у многим деловима света

тако што утоварује огромне количине дотераних рекламних и медијских производа, углавном из САД-а”, а Фредрик Џејмсон (Fredric Jameson) тврди да „многи виде стандардизацију светске културе, са истеривањем или проглашавањем ‘глупим’ локалних и традиционалних форми, како би се отворио пут за америчку телевизију, храну, одећу и филмове, као само срце глобализације” (Cowan, 2002: 3). Зато критичари глобализације оптужују овај процес, нарочито на плану популарне културе, као једну врсту културног геноцида у коме највеће и најдоминантније културе постају још веће и доминантније на рачун многих других култура. Према њиховом мишљењу, текућа глобализација је заправо друго име за американизацију (Globalization 101: 12). „Америчка култура” често се види, чак и од стране многих Европљана, као освајачка, туђа, и чак субверзивна моћ која слаби или подрива традиционалне културе, укључујући културе европских нација попут немачке, француске, италијанске или шпанске. Нпр. једно од латентних питања које себи постављају Американци немачког порекла је како се може сачувати културна различитост (локалне вредности) у доба глобалних мрежа у којима енглески језик и америчка култура имају тако доминантну улогу? (Keniston, 1998). Норберг-Хоц сматра да глобална културна економија ствара синдром који се семиотички може описати као „комплекс културне инфериорности”. Наиме, свуда на глобалном Југу, економски притисак је појачан медијима и реклама, чије слике непрестано приказују богат и леп живот као узбудљиву и гламурозну верзију „америчког сна”. Сателитска телевизија у најизолованије делове света доноси програме као што су „Секс и град”, чинећи да сеоски живот изгледа примитивно, заостало и досадно. Посебно млади људи почињу да се стиде своје сопствене културе. Подривање културолошког вредновања себе је имплицитни циљ многих маркетиншких акција које промовишу своје брендове тако што стварају осећај стида према локалним производима (Norberg-Hodge, 2016). У складу с овим, бивша канадска премијерка Ким Кембел (Kim Campbell) приметила је да „слике Америке толико прожимају глобално село...да људи жуде да буду Американци чак и у најудаљенијим земљама” (Globalization 101: 10).

Када је реч о музици, већ је Сајмон Фрит (Simon Frith) истакао да англо-америчка масовна музика доминира светом ефектније од било ког другог масовног медија, и да је једини непосредан утицај рокенрола на бизнис био повећан удео америчког материјала на тржишту (Фрит, 1987: 15, 128, 129). Рој Шукер потврђује да се средиште музичке индустрије налази у САД, док Велика Британија даје значајан допринос хегемонији англо-америчке популарне музике. Он примећује, као и наведени критичари вестернизоване и американизоване глобалистичке монокултуре, да је због значајног удела великих корпорација на националним тржи-

штима популарне музике могућ конфликт између локалног и глобалног, повезан са перспективом нестанка домаће музике. Основна бојазан је да ће транснационалне компаније промовисати своје интернационалне извођаче на рачун локалних, и интернационалне приоритете и жанрове на рачун аутохтоне популарне музике, улажући једино у оне локалне таленте и жанрове који имају потенцијал глобалног пласмана. Зато концентрација капитала у музичкој индустрији, вођена комерцијалним интересима и потребом да се задовоље акционари, тежи да дискриминише националне репертоаре у корист маркетиншке промоције англофонске музике која доноси веће профите. По мишљењу независног музичког сектора, склоност ка комерцијализацији доводи до ситуације у којој се уметничка разноврсност, креативност и развој музике у културолошком погледу суочавају са озбиљним потешкоћама. Шукер семиотички истиче и упадљиву чињеницу да је енглески доминантни језик популарне музике, што је вероватно један облик лингвистичког империјализма (Шукер, 2005: 256, 260).

И Викторија Александер (Victoria Alexander) наводи да амерички и британски слушаоци нису склони да купују популарну музику која није на енглеском језику, и да друге земље не показују толики шовинизам у погледу језика (Александер, 2007: 256). Стога је један од најизазовнијих проблема с којим се суочава развој посебног „европског профила” у музичкој индустрији осећај да на националном тржишту постоји изражена доминација англофонске музике и њених снабдевача. Издања великих етикета контролишу музичке листе широм европског континента, и како она широко популаришу извођаче с енглеског говорног подручја, постоји забринутост за будућност европских уметника и развој домаћих репертоара на осталим европским језицима. Ако се не одговори некако на ову ситуацију, на тржишту неће остати никаквог места за домаће програме и властите музичке индустрије у европским земљама (Bernstein, Sekine, Weissman, 2007: 139). Ово је нарочито проблематично ако доминантну популарну музику схватимо као ону која је настала на периферији света (САД) да би се уз велику комерцијалну подршку и с те стране поткопали аутентични темељи европске културе, како тај проблем разуме наш естетичар Милан Узелац који се, између осталог, бавио филозофијом музике (Узелац, 2007: 363).

О великој несразмери између присуства америчке и остале музике говори истраживање Међународне федерације фонографске индустрије (The International Federation of the Phonographic Industry, IFPI), која је у својој студији „Музичка индустрија у бројкама” изнела да је 2004. године 93% музике која је продата у САД-у чинио домаћи репертоар, тј. музика коју су снимили амерички извођачи; као таква, она је највећим делом била

на енглеском језику када су у питању песме са текстом. Од 90-их година чак ни британска музика није имала неко значајно присуство у САД. Тако је британско Удружење за независну музику (Association of Independent Music, AIM) у својој студији из 2001. објавило, анализирајући америчку годишњу Билборд Топ 100 листу албума, да музика британског порекла никада није имала удео мањи од 14% на америчком музичком тржишту у периоду 1969-1986. Највећи удео достигнут је 1986. (32%), да би 1999. он пао на свега 0.2%. Насупрот томе, у многим европским земљама примат на музичком тржишту имао је страни репертоар, првенствено америчка музика; у Британији је он 2004. чинио 49%, Немачкој 51%, Италији 53%, Шпанији 54%, Пољској 60%, Мађарској 64%, Бугарској 68%. Једино је Француска од великих европских земаља имала изразитију предност домаће у односу на страну музику (63% наспрам 37%), што указује на јаче мере заштите музичког „суверенитета” које предузима ова држава. Проблем домаћег репертоара широм Европе подвукла је и чињеница да је 2004. програм Platinum Europe IFPI-а доделио признање за 77 албума и 63 извођача који су представљали осам земаља из света; само 12 награда отишло је неанглофонским уметницима, од тога 10 Французима (Bernstein, Sekine, Weissman, 2007: 140, 141, 153, 154, 165).

#### **4. ЕДМ култура у Србији и региону – тотална доминација и хегемонија западњачке монокултуре**

Када је реч о утицају западњачке популарне културе на културни и медијски простор бивше Југославије, више домаћих истраживача се бавило том темом. Нажалост, Србија, а највећим делом и остале земље из овог региона, за разлику од јаких европских држава (спрам САД-а), не предузимају ни минималне мере заштите свог културног идентитета у односу на снажан талас монокултуре који наш простор заплускује са Запада. Американизовани карактер овог хегемонског културног модела потискује или потпуно укида аутохтону националну културу мањих народа, па тако и српског.

У складу с овом дијагнозом, Ђорђевић истиче да „глобални ниво културне и медијске вредности није у складу са српским духовним бићем, јер фаворизује пролазне и безвредне ствари потрошачког и економски исплативог менталитета чији је слоган бољи живот”. По њему, „прецењене материјалне вредности, које су кроз бесомучну западноевропску идеологију и пропаганду...агресивно нуђене према њиховом моделу ‘бољег живота’, оставиле су у другој половини 20. века дубок културални ожиљак на духовном бићу српског народа. Насилним променама дру-

штвених односа, посебно после Другог светског рата, измењена је културолошка слика српског духовног бића”. Семиотичко тумачење показује да су старе, традиционалне, аутохтоне социјално-културне категорије оцењене су као „регресивне” и замењене савременијим и „напреднијим”, да би у последњем периоду „национално” уступило место „глобалном”. Уместо повратка изворној старословенској култури, усвојен је модел западњачко-северњачке нордијске културе, иначе стран српском духовном миљеу. „Од 50-их година 20. века запажају се константно несналажење и деградација српског културног бића и простора зарад мондијалистичког приступа комуникацији” (Ђорђевић, 2008: 14). Зато се у нашем савременом тражењу сопственог облика културно-уметничке свести „запажа полувековно масовно копирање америчког и англосаксонског модела”, иако наш народ поседује далеко дужу и садржајнију духовно-културну традицију. Семиотички посматрано, ова култура нам се указује као „једина шанса, без обзира што она поништава наше културно-уметничко наслеђе и културолошке потребе, које су инстант-супституисане оригиналнијим, уметнички вреднијим и профитабилнијим моделом”, како га глобални маркетинг представља. Материјалистички аспект агресивне англо-америчке културе „поништава духовну актуелност других, посебно култура осиромашеног света”. Прихватајући културни модел материјално богате западне цивилизације, његови становници сањаре да ће и сами осетити ту „материјалну благодет”, што је, по Ђорђевићевом семиотичком увиду, сан, илузија и фарса. И не само да треба бити скептичан према овим очекивањима, већ се мора имати поверење у вредност сопствене нације и њене културе, јер бити сиромашан материјално, не значи да смо сиромашни духовно (Ђорђевић, 2005: 7, 11).

Сада ћемо конкретније анализирати доминацију монокултуре на подручју електронске плесне музике (electronic dance music, скраћено EDM, што се користи као интернационалан назив за овај музички правац)<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Електронска плесна музика је посебан правац унутар шире, популарне електронске музике, и представља заједнички назив за разнолике жанрове код којих је електронски звук намењен примарно плесању. Главни правци EDM-а су хаус, техно, тренс, драм енд бас итд. EDM је у свом раном периоду био андерграунд, медијски независна и маргинална музика и култура, морално и естетски супротстављена владајућим кодовима и систему вредности. То се, међутим променило почев од 90-их, а нарочито током 2000-их. У том периоду EDM дешавања почела су да прерастају у легалне, масовне и комерцијализоване концерте и фестивале. Уместо кровног термина за разне електронске плесне жанрове, EDM је у овом новом значењу почео да се користи као назив за специфичан музички жанр, тј. нови талас плесне музике која се изводи на стадионима и великим отвореним просторима.

Гледано у целини, EDM има неколико специфичних особина. Карактеришу га намерно произведени вештачки, електронски звуци са њиховим особеним бојама. У почетном развоју EDM-а, током 80-их, ови звуци су најчешће креирани на јефтиним електронским инструментима као што су Роландови ТБ-303 бас синтисајзер

Одмах треба истаћи да, независно од чињенице да је то наш предмет истраживања, чини се да нема друге области која би боље илустровала губљење аутохтоног карактера и националног идентитета српске и културе других народа бивше Југославије, од профила регионалне ЕДМ сцене. Јер, асимилација регионалне ЕДМ културе у глобалистичку западњачку монокултуру дошла је на овом простору до потпуног изражаја и крајње обухватности. Ово утолико пре што у домену популарне музике, па и популарне културе уопште, овдашње државе и друштва не предузимају никакве заштитне мере од западњачке инвазије и освајања. Напротив, она се томе налету на све могуће начине препуштају и додатно га јачају.

Наша клупска и фестивалска ЕДМ сцена верно имитира и копира доминантне обрасце забаве и спектакла које промовишу западњачки медији и популарна култура. Тај процес асимиловања одвијан се и на осталим културолошким пољима. Језик је један од најважнијих, ако не и најважнији, темељ културног идентитета једне заједнице, самим тим, услов њеног постојања као посебног колективитета у односу на друге. Због његове примарности као знаковног система, коју су истицали неки мислиоци попут Фердинанда Сосира (Ferdinand de Saussure) и Ролана Барта (Roland Barthes), он има посебан семиотички значај за нашу анализу. Критичко разматрање показује да, ако један народ масовно почне да говори неким другим језиком од матерњег, и да пише неким другим писмом од властитог, тешко да ћемо мислити да је у питању исти народ као до тада. И управо на плану језика највише се види које су размере гашења српског националног идентитета када је реч о ЕДМ-у. Наиме, називи, имена, готово свих ЕДМ фестивала и дешавања и клубова у којима се изводи или се некада изводио ЕДМ, домаћих ди-џејева и њихових асоцијација, пројеката и организација, етикета, радио и ТВ емисија, и свега осталог што има везе са ЕДМ сценом у Србији, на англоамеричком су језику или су креирана у његовом духу, и пишу се енглеским алфабетом. Исто важи за ЕДМ сцену у Црној Гори и Хрватској. Наведимо их сада конкретно. Фестивали и дешавања: Србија – Exit, Lovefest, Belgrade Foam Fest, Serbia Wonderland, Vibe итд.; Црна Гора – Sea Dance, Refresh, Spring Break Montenegro итд.; Хрватска – Ultra Europe, Sea Star, Black Sheep, Stereo Forest, Barrakud, Sonus, Love International, Dimensions, Outlook итд.. Клу-

---

и TR-808 ритам машина, а композиције често садрже семплове преузете из неких ранијих снимака. Певање зна да буде присутно, поготово у хаус жанру, али оно обично представља додаток а не главни елемент композиције. Најважније је да се ова музика примарно ствара зарад друштвене функције плесања у клубовима и на фестивалима, које може да траје читаву ноћ, а не за слушање код куће. Стога је јак нагласак на репетитивном електронском ритму карактеристичан за већину ЕДМ жанрова. Диск цокеји (ди-џејеви), који су истовремено и продуценти музике, имају главну улогу у креирању ЕДМ трака.

бови: Србија – Tilt, Stefan Braun, Plastic, Mint, Brankow, Dragstor Play, The Tube, Freestyler, Shake'n'Shake итд.; Црна Гора – Maximus, District; Хрватска – Noa Beach Club, Параја, Kalypso, Aquarius, Euphoria, Barbarella's Discotheque, The Garden, Quorum Colours, Masters, Voogaloo итд. Ди-џеј-ви (права имена су у заградама): Mark Wee (Марко Вајагић), S.T.R.O.V. (Дејан Мирковић), Velja Innvision (Веља Мијановић), Oakich (Никола Ђокић), Tom Gepard (Милош Вукичевић), Erick Kasell (Стефан Лазић), Cavin Viviano (Иван Ивановић), Rosske (Немања Росић), Gramophonedzie/Marko Hollywood (Марко Милићевић), Regen (Милош Павловић), Avoid (Владимир Аћић), Pessto (Предраг Стојков), Mark Andersson (Марко Ђорђевић), Vandal Steve (Стефан Трикић), Reblok (Горан Парађина), итд.; Црна Гора – Jan de R (Дејан Решетар), Gillerz (Александар Гиљић), Pashton Kutcher/Pseehaw (Павле Радоњић), Audiostorm (Огњен Вуковић), Mtech (Младен Бановић), Soft 85/X-Twins (Милош Вучковић), Nessuno (Срђан Вучковић), Montech (Марко Стојовић), Raven Tk (Гаврило Јововић), итд.; Хрватска – Johnny I. (Иван Ивакић), System Divine (Давид Рончевић), Miss Soulfly (Марина Карамарко), Tom Bug (Томислав Брусач), Pero Fullhouse (Перо Брчић), Turkthedj (Хрвоје Турчин), Blacksoul (Томислав Пасанец), Zarkoff (Саша Рајковић), Val Vashar (Вал Куртин), Joe 2 Shine (Дарко Стојаковић), Pintha InDaHouse (Игор Пинтарић), Claus Cottini (Клаудио Кореј), Matroda (Матија Родић), Miss Sunshine (Сунчица Баришић), Yакка (Домагој Јакић), итд. Ди-џи асоцијације: Србија – Banging Trio, The Beatshakers, Beyond House, Osaka Vibe, Zap Me Strobe, Divolly & Markward, Zwein, итд.; Црна Гора – Pitch'n'Destroy, GroovyCastelNouvo, Beat at Joe's, 2beat or not 2beat, Who See итд. Пројекти и организације: Србија – Technokratia, Free Management, Jungle Tribe, Respect DJs, Privilege, Elektroshock итд.; Црна Гора – Click2Dream, Totalitare Underground; Хрватска – Mox Media, HouseFusion итд. Етикете: Србија – Recycled Loops, Recon Warriors, Recon Light, Traffica, Sake & Vinyl, Lucky Light LTD, Hoist Records, Creed Records, Tauten, Watermelon Recordings итд.; Хрватска – Moondance, THANKQ, Out of Place итд. Радио емисије: Spin, BPM, Stereo Freeze, Generator, Fractal, Music For Body And Soul, Christallization итд. ТВ емисије: VJ Techno, Supernova итд. Споменимо још као важне податке који иду у прилог доминацији монокултуре да се права имена неких ДЈ-ева тешко налазе, јер се они најчешће појављују под наведеним псеудонимима, а за неке нисмо успели да нађемо ни после детаљније претраге на Гуглу (Dave Floyd, Kid Vibes, Wise D & Kobe, Перре, Kid Kimi, Danny Cruz, Speedy, Kinetic Vibe у Србији; Virgin Helena и Aldo Morro у Хрватској). Такође, неколико сајтова фестивала и клубова у Србији, као ни Technokratia, немају верзију на српском језику, док је у Хрватској ситуација отишла још даље – од



30-ак сајтова у вези са ЕДМ-ом које смо прегледали, само неколико има верзију на матерњем језику.

Иста доминација англоамеричког језика и писма види се у називима бина и зона на ЕДМ фестивалима. Exit: Main, Dance Arena, Explosive, Fusion, No Sleep NS; Lovefest: бине – Fire, SMF Energy, Jack Live, H2O, Burn Energy, Bushmills Live, Silent Disco, зоне – Cinema, Photo, Graffiti, Chill, Street Basket, Extreme, Workshop, Eco, Kids; Belgrade Foam Fest: Main, Silent, Happy People; Serbia Wonderland: Wonderland Stage, V.I.P. Terrace, Food Corner, Fruit Corner, Nargila Chill Zone, Wonderland Cinema, World Corner, Slammer Hammer, Wonderland Box, Body Paint Spot, Magician Corner; Vibe: Main, Orbital, Sun; Sea Dance: Dance Paradise, Reggae, Silent Dance, Latino, Cinema, CHILL Zone; Ultra Europe: Main, Ultra Worldwide Arena, UMF Radio, Megastructure, Resistance Afterburner, Arcadia Afterburner; Sea Star: Tesla Main, Nautilus Arena, Silent Octopus, Zion Beats, Cinema, Exotic Laguna итд.

На сајтовима клубова и порталима посвећеним ЕДМ дешавањима, редовно се могу наћи следећи англоамерички изрази који представљају уобичајен жаргон ЕДМ културе, а који се најчешће користе уместо наших одговарајућих превода: headliner, resident, line up, stage, warm up, booking, artist, event, party, after party, vibe, clubbing, b2b (back2back) итд. Тако социолог Радомир Д. Ђорђевић, описујући профил техно дешавања, наводи да се она, по речима самих њихових организатора и учесника, састоје од „main event-a”, односно главног догађаја, и „afterhour event-a”, тј. „журке смирења”, која може бити пренета на потпуно нову локацију и која се саопштава посетиоцима при крају „main event-a” (Ђорђевић, 2016: 397). Погледајмо сада неке наводе из презентација београдских клубова који илуструју ово пренаглашено и прекомерно коришћење англоамеричких туђица. Shake'n'Shake: „Shake'n'Shake predstavlja prvi zvanični talas takozvanog new age clubbing-a. Clubbing novog doba više nije isti. Želje i prohtevi gostiju širom sveta rastu, a new concept pokazao se kao trendsetter koji je pobedio globalnu maštu. Sve možete sami osmisliti, naručiti ili samo početi da menjate koncept sopstvenog lifestyle-a. Jednostavno, shake up your life!”; Stefan Braun: „Mr. Stefan Braun...a never ending party”, називи вечери: Hang on until the party is Over, Saturday Night Fever, Celebrity Night, DIZEL party, Girls are gonna get wild/Class of the DJs, Sky High; Brankow: „klub Brankow predstavlja mesto gde se gaji izuzetno kvalitetan mash-up”; Share: „U ovom novootvorenom klubu Share-ujemo samo pozitivan vjeb i paklenu atmosferu”; Tash Machine: „Klub raspolaže barskim stolovima, community stolovima za više od 5 osoba, vip separeima. Karakteristično za klub Tash Machine, su vip galerija na prvom nivou i vip private prostorija”; Fabrika: „Što se enterijera tiče prilično je minimalistički i vrlo funkcionalno

podeljen u zone, odnosno postoji entrance lounge i party zone” итд. Слично овоме, поручује нам се да фестивал Sea Star „priprema bogat i raznolik FoodLand, inovativan cashless sistem plaćanja kao i dodatni sadržaj kojeg neće nedostajati – umornima će dobro doći chill zona, a najizdržljivijima activity zona” (Sea Star Festival), а на једном порталу можемо прочитати да „Oakich, Tom Gepard i Erick Kasell čine Banging Trio i trenutno rade kao rezident DJ-evi party brenda Belgrade Banging” , i да су након успешног заједничког наступа, Oakich и Tom Gepard као ди-џи дуо „ponovo bukirani u Hamburgu, ovog puta kao headline u klubu Edelfettwerk” (Mondo, 2014).

Наши ди-џејеви у својим интервјуима такође знају да упадљиво користе англоамеричке речи које су некада толико густо концентрисане у реченици да доводе до комуникационог шума и неразумљивости, а у сваком случају остављају, у семиотичком погледу, утисак крајње језичке извештачености, или боље рећи, гротескности. Reblok: „Nakon LP Albuma na Italo Business etiketi koja je tada bila u nekom srednjem rangu i imala dosta dobar uticaj u Južnoj Americi dobijao sam rekvestove 2 meseca nakon izlaska albuma i par rekvestova za gig u Rusiji” (Grotto, 2016); Zwein: „Što se tiče same produkcije eventa, dobar sound sistem je najbitnija stvar, pa onda drugi vizuelni efekti. Pored The Tube records, bavićemo se bookingom, imaćemo roster domaćih DJ-eva. Bukirali smo dva jako kvalitetna imena sa M\_nus etikete. Prvo ime je uprising star, hit mejker techno scene” (Clubber, 2016); Mark Andersson: „Sve zavisi od tajminga, od kapaciteta same žurke, koliko ima ljudi, da li je open air ili klabin, šta odgovara Line Up-u” (Grotto, 2017) (цео интервју је засићен оваквим изразима); Divolly & Markward: „Alen i Ademir iz dua Drop Department su naši dobri prijatelji i imamo odličan zajednički ‘workflow’ u studiju, što se pokazalo u našoj traci ‘Bangalore’ i našim upcoming izdanjem ‘Batucada’ koja je potpisana za jedan veoma poznat label” (Car, 2016); Vandal Steve je „prepoznatljiv po svojim mashupovima i editima” (Only Clubbing: „Let’s VANDALISM together u četvrek u Undergroundu” , 2015); Slobodan Popović, познатији као DJ P.S.: „Kroz muziku kojom se bavimo stičemo nova poznanstva i konekcije. Mada su se sad pojavile i neke event organizacije, koje nemaju veze sa DJ-ingom, ali nas angažuju da im pomognemo oko bukinga, hostinga i slično” (Vijesti, 2016); Raven Tk: „Dosta je bilo dobrih eventa u zadnji period, kao što će biti i u budućnosti. Dolaze artisti iz samog vrha underground svjetske scene” (Kolektiv, 2016) итд.

Надмоћ западњачке, англоамеричке обликоване монокултуре, и подређивање њеном свету и мерилима као узорним параметрима из којих се црпи властита вредност и статус, види се у и представљању рада и успеха домаћих ди-џејева. Главна ствар која се у том погледу обавезно наглашава је да неки наш ди-џи има сарадњу са појединим светским „суперстаровима” или од њих добија подршку, што аутоматски треба да истакне

његов значај и величину. Такође, неизоставно се наводи да је забележио успех са својом нумером на некој страни, „чувеној” и „утицајној” етикети или сервису, или да је имао „резиденцију”, односно наступ, на „главним”, „водећим” или „најпрестижнијим” фестивалима и клубовима у иностранству. Имајући у виду ово изразито величање иностране репутације и каријере која се гради у „свету”, под којим се по правилу подразумевају само она његова западњачка, евро-америчка страна и мас-култура, не чуди да неки ди-џејеви у својим интервјуима показују отворено презирање и маргинализовање домаће сцене и националних оквира као нечега што је безначајно спрам „светског” успеха и славе. Следеће речи Rebloka су експлицитан и есенцијалан пример подређивања (ино)страном и глобалном, и самим тим, тријумфа монокултуре на плану индивидуалне свести, коју у мањем или већем степену дели већина наших ди-џејева: „Ja sam se od starta fokusirao da uradim nešto na globalnom nivou tako da se nikad nisam cimao ni najmanje u Srbiji...Čak i neka najveća imena današnjice su mi rekla da ne treba uopšte da se fokusiram na domaću scenu gde god da živim iz razloga što kad se probiješ ‘preko’ automatski postaješ popularan i u svojoj zemlji...generalno mislim da je bolje ovako nego obrnuto s’ tim što u Srbiji da si ne znam koliko popularan ti ništa ne znači bilo gde ‘preko’... koga briga” (Grotto, 2016). Дакле, примат и приоритет има доказивање „преко”, а не у Србији, јер се пренос утицаја одвија крајње једносмерно и асиметрично од иностранства ка матичној земљи, која у том погледу нема никакву аутономију ни посебан значај. Публицитет и престиж на страни ди-џи сцени аутоматски ће се одразити на домаћој, док обрнуто не важи – у иностранству никога није брига за твој успех у Србији. То је, по Rebloku, не само реалност, него и нешто што треба да буде. Национално самоодрицање и самопорицање долазе овде до крајњих граница.

Не чуди онда да је поводом свих наведених и сличних феномена који показују изразито потчињавање западњачкој монокултури, и данас актуелна мисао Добрице Ћосића изречена пре неких 50 година: „Масовна култура, тј. култура америчке потрошачке цивилизације победоносно осваја наш простор. Њени видови и средства постали су и политичке чињенице нашег прогреса. Једном животном делу, смислу, начину и стилу живљења, предајемо се лако и весело. Отпори се чине ретко, неефикасно и само са становишта одређеног политичког прагматизма” (1969) (Јањетовић, 2011: 13). Слично сматра и Узелац, који неумерену фасцинацију техником повезује са американизацијом и културним искорењивањем нашег народа: „Наша култура је презрела у часу кад се почела американизовати и попримати вредносну форму технике чиме је постала не-људска и не више по мери нас” (Узелац, 2007: 293). Као релевантан интелектуални и практични одговор на овакво крајње неповољно и неприхватљиво кул-

турно стање може се понудити став Михајла Ђорђевића. Видели смо да Ђорђевић семиотички поставља критичка питања у погледу глобалистичког пројекта, јасно уочавајући његов монокултурни карактер, али истовремено нуди и алтернативу у облику културног просвећивања и јасног дефинисања нашег аутохтоног културног идентитета. „Зашто ми само купујемо и увозимо туђа културна добра, зашто не продајемо и не извозимо наша, ако је то маркетиншки циљ глобалне културне политике? Зашто други масовно не слушају нашу музику и не гледају наше филмове, слике, скулптуре, читају наше књиге, зашто се о њима толико мало пише и зна, када наши веома познати и признати ствараоци живе и раде у том тзв. глобалном селу ? ” (Ђорђевић, 2005: 6). По Ђорђевићу, „непросвећеност и непознавање сопствене, а нарочито других култура, доводи до безумног и некритичког прихватања шароликог спектра културолошких факата и тотално нефилтрираних глобалних културолошких модела који угрожавају већ нарушен домаћи културолошки простор и чине га ментално зависним од безвредне спољашње понуде, агресивно медијски пропагиране” . Једини излаз из таквог поробљавајућег положаја је „културно просвећивање непросвећених социјалних слојева, подизање општег нивоа културе, и једноставно утврђивање и дефинисање сопственог културолошког бића и идентитета” (Ђорђевић, 2005: 11).

## Литература:

- [1] Александер, Викторија Д. (2007): *Социологија уметности*, Београд: Слио.
- [2] Bernstein, Arthur; Sekine, Naoki; Weissman, Dick (2007): *The Global Music Industry. Three Perspectives*, New York-London: Routledge.
- [3] Божиловић, Никола (2004): *Рок култура*, Ниш: Студентски културни центар.
- [4] Ђорђевић, Михајло (2005): *Семантика аудио визуелној*, Београд: Multimedia Exclusive.
- [5] Ђорђевић, Михајло (2008): *Дигиталне комуникације: комуникација посредством дигиталних медија*, Београд: Мегатренд универзитет.
- [6] Ђорђевић, Михајло (2009): *Ху из ху ин глобализејн. Полиграфија патиологије глобалистичкој ума*, Београд.
- [7] Ђорђевић, Радомир Д. (2016): *Социологија и историја музике. Социологија музике*, Косовска Митровица: Филозофски факултет.
- [8] Ђурковић, Миша (2002): *Дикшаура, нација, глобализација*, Београд: Институт за европске судије.
- [9] Јањетовић, Зоран (2011): *Од „Интернационале” до комерцијале. Популарна култура у Југославији 1945-1991*, Београд: Институт за новију историју Србије.
- [10] Kaul, Vineet (2012): „Globalisation and crisis of cultural identity”, *Journal of Research in International Business and Management* Vol. 2(13) (pp. 341-349).
- [11] Миланковић, Вера (1996): „Музика и(ли) насиље”, у: Зуровац, Мирко; Видаковић, Михаило (ур.) (1996): *Уметност и природа техника*, Београд: Естетичко друштво Србије (стр. 141-147).
- [12] Морен, Едгар (1979): *Дух времена, књиге 1-2*, Београд: БИГЗ.
- [13] Накарада, Радмила (1997): „Неизвесност савремене демократије”, у: Хелд, Дејвид (1997): *Демократија и глобални поредак. Од модерне државе ка космополијској владавини*, Београд: Филип Вишњић (стр. 389-404).
- [14] Узелац, Милан (2007): *Филозофија музике*, Нови Сад: Stylos.
- [15] Фрит, Сајмон (1987): *Социологија рока*, Београд: Истраживачко-издавачки центар ССО Србије.
- [16] Хелд, Дејвид (1997): *Демократија и глобални поредак. Од модерне државе ка космополијској владавини*, Београд: Филип Вишњић.
- [17] Херман, Едвард С.; Мекчесни, Роберт В. (2004): *Глобални медији: нови мисионари корпоративној кинизијализма*, Београд: Слио.
- [18] Шукер, Рој (2005): „Поп музика. Маркетинг и медијација популарне музике у Европи”, у: Бригс, Адам; Пол Кобли, Пол (ур.) (2005): *Увод у студије медија*, Београд: Слио (стр. 253-274).

### Вебографија:

- [1] Car, Petar (2016): „Divolly & Markward: House i tribalan zvuk se vraćaju na velika vrata industrije”  
<http://klubikon.com/2016/06/05/divolly-markward-house-i-tribalan-zvuk-se-vracaju-na-velika-vrata-industrije/>
- [2] Clubber (2016): „Zwein: Underground je globalno postao mainstream”  
<http://www.clubber.rs/zwein-underground-je-globalno-postao-mainstream/>
- [3] Cowen, Tyler (2002): „Trade Between Cultures”  
<http://press.princeton.edu/chapters/s7347.html>
- [4] Fillmore, Gene (2014): „Against Monoculture”  
<https://souloftheeast.org/2014/11/14/against-monoculture/>
- [5] Globalization 101: „Culture and Globalization”  
[www.globalization101.org/uploads/File/Culture/cultall.pdf](http://www.globalization101.org/uploads/File/Culture/cultall.pdf)
- [6] Grotto (2016): „Reblok 'od muzike se može živeti”  
<http://bgdgrotto.com/2016/03/15/reblok-od-muzike-se-moze-ziveti-grotto-intervju/>
- [7] Grotto (2017): „Mark Andersson: 'Retko sam viđao da neko bude i dobar producent i dobar DJ'”  
<https://bgdgrotto.com/2017/04/17/mark-andersson-retko-sam-vidao-da-neko-bude-i-dobar-producent-i-dobar-dj/>
- [8] Kailo, Kaarina: „The Politics of Monoculture and Diversity in the North”  
[http://education.uarctic.org/media/880733/bcs332\\_module\\_12.pdf](http://education.uarctic.org/media/880733/bcs332_module_12.pdf)
- [9] Keniston, Kenneth (1998): „Cultural Diversity or Global Monoculture. The Impacts of the Information Age”  
<http://web.mit.edu/kken/Public/papers1/Cultural%20Diversity.htm>
- [10] Kolektiv (2016): „Get Lifted: Noć elektronske muzike u kojoj će svi uživati!”  
<http://kolektiv.me/62612/get-lifted-no-elektronske-muzike-u-kojoj-e-svi-uivati>
- [11] Milojević, Jasmina (2004): „World Music - Muzika sveta”  
[http://www.worldmusic.org.rs/jasmina\\_milojevic\\_world\\_music\\_muzika\\_sveta.pdf](http://www.worldmusic.org.rs/jasmina_milojevic_world_music_muzika_sveta.pdf)
- [12] Mondo (2014): „Domaća EDM scena biće ujedinjena 13. decembra”  
<http://mondo.rs/a750577/Zabava/Muzika/Domaca-EDM-scena-bice-ujedinjena-13.-decembra.html>
- [13] Norberg-Hodge, Helena (2016): „Globalized Monoculture Is Consuming the Planet”  
<http://www.truth-out.org/news/item/35449-globalized-monoculture-is-consuming-the-planet-an-interview-with-helena-norberg-hodge>

- [14] Norberg-Hodge, Helena; Gorelick, Steven (2016): „Globalization and the American Dream”  
<http://www.localfutures.org/globalization-american-dream/>
- [15] Only Clubbing (2015): „Let’s VANDALISM together u četvrak u Undergroundu”  
<http://onlyclubbing.com/zurke/let-s-vandalism-together-u-cetvrak-u-undergroundu>
- [16] Sea Star Festival  
<http://www.seastarfestival.com/sr/>
- [17] Tomlinson, John (2006): „Globalization and Culture”  
<http://libertyparkusafd.org/Hancock/Failure%20of%20Globalism/Globalization%20and%20Culture.pdf>
- [18] Vajpeyi, Dharendra K.; Khator, Renu (2008): „Globalization, Bureaucracy, and Sustainable Development”  
<https://sites.uni.edu/vajpeyi/GBSDevelopment.htm>
- [19] Vijesti (2016): „Žurke elektronske muzike kreću već u februaru”  
<http://www.vijesti.me/caffe/zurke-elektronske-muzike-krecu-vec-u-februaru-871581>
- [20] World Trade Observer (1999): „Eight Myths of Economic Globalization”  
[https://depts.washington.edu/wtohist/World\\_Trade\\_Obs/issue5/8myths.htm](https://depts.washington.edu/wtohist/World_Trade_Obs/issue5/8myths.htm)

Aleksandar Šarović, MA  
Music school „Marko Tajčević“  
Lazarevac

## CULTURAL DOMINATION AND HEGEMONY OF THE WESTERN MONOCULTURE IN THE FORMER YUGOSLAVIA AREA – THE CASE OF ELECTRONIC DANCE MUSIC

*Summary:* The notion of monoculture, used in social sciences and analyzes in recent times, signifies the dominance of only one cultural model (Western, American) on a global level. The basic characteristic of this globalist monoculture is the homogenization of social values, tastes, behavior, lifestyles, production, consumption, institutions and everything else, both at the level of individuals as well as entire social collectivities in the contemporary world, that correspond to the culture and the world of life of the Western, i.e. American society. The American character of this hegemonic cultural model suppresses or completely abolishes the autochthonous national culture of smaller nations, and so does Serbian. There seems to be no other area that would better illustrate the loss of one's own character and the national identity of the Serbian and culture of other nations of the former Yugoslavia, from the profile of regional electronic dance music. According to Mihajlo Djordjevic, the theorist and critic of globalism, the only way out of such an unfavorable position is the cultural enlightenment of unenlightened social layers, the elevation of the general level of culture, and the identification and definition of Serbian cultural being and identity.

**Keywords:** SEMIOTICS, MONOCULTURE, GLOBALISM, AMERICANIZATION, ANGLOAMERICAN LANGUAGE, SERBIAN CULTURE, ELECTRONIC DANCE MUSIC.