

Predrag Živković
Filozofski fakultet Nikšić
Crna Gora

PRED POROTOM TRADICIJE

BEFORE THE JURY OF TRADITION

ABSTRACT: Spiritual devastation, aided by the economic sterility of Montenegrin society, is a fertile ground for consumer culture and its epiphenomena. In addition, various psychopathological disorders, resulting from untamed Odyssey bogus, appear as epiphenomena as well. At the same time, once formed, such mental structures have become the factor that further shapes the life of a society. But they, at least when it comes to Montenegro, appeared in the deepest layer of that time designed to slowly change and last long. But there are differences due to the achieved level of civilization and culture, and because of far less economic power in our society. Given the fact that the values in the area of consumption flow over into other areas of social life, we can conclude that the Montenegrin society is *in totum* society of consumer culture, or at least „a pastiche of a consumer“.

Key words: consumer culture, postmodernism, tradition, market fundamentalism.

APSTRAKT: Duhovna devastiranost, potpomognuta ekonomskom sterilnošću crnogorskog društva, plodno je tlo za potrošačku kulturu i njene epifenomene. Uz to, kao epifenomeni nužno idu i razni psihopatološki poremećaji, nastali neobuzadnim odisejama ka patvorenom. Istovremeno, jedanput formirane takve mentalne strukture postaju činilac koji dalje oblikuje život jednog društva. A one, bar kada je Crna Gora u pitanju, nastale u onom najdubljem sloju vremena predviđene su da se sporo mijenjanju i da dugo traju. Međutim, postoje razlike zbog dostignutog stepena civilizacije i kulture i zbog daleko manje ekonomske moći u našem društvu. S obzirom na činjenicu da se vrijednosti iz područja potrošnje prelivaju u druga područja društvenog života, možemo zaključiti da je i crnogorsko društvo *in totum* društvo potrošačke kulture, ili bar „potrošački pasti“.

Ključne riječi: potrošačka kultura, postmodernizam, tradicija, tržišni fundamentalizam.

Teško je, možda i nemoguće, ignorisati i držati po strani saznanje da društvo u kojem živimo potresaju ozbiljne i duboke krize i razdiru nepomirljive protivrječnosti, kako od unutrašnjih anahronih odiseja ka okoštalom tradicionalizmu tako i ekstroverzних „pomama“ pred naletima masovnih mistifikacija postmoderne, čija spoznaja i nije moguća bez odlučnog raskida s historijom. Čovjek ovog podneblja kao da je prestabliran za uzavrelu netrpeljivost, prema svemu što njegov „koncesioni ego“ ne može da podvrgne u službu interesa. U tom opštem duhovnom metežu, kao trošnoj nekropoli nacionalne samoživosti, razum i trpeljivost se odlažu ustranu poput „odbačenih nošnji“. Ako se pak zapitamo, šta prosječan čovjek misli danas o svojim izgledima, mogućnostima, aspiracijama, stičemo utisak da savremeni svijet očekuje budućnost bez nade. K. Laš će lucidno zapaziti da je danas postalo pomodno spremno se narugati

svakoj dragoj uspomeni na prošlost, čime ljudi pokušavaju iskoristiti predrasude pseudonaprednog društva i održati *status quo*. „Prevladavajuće uvjerenje“, reći će Laš [...] „usmjerenom prema naprijed, proizilazi iz narcističkog osiromašenja psihe kao i iz nemogućnosti da zasnujemo svoje potrebe na osnovi ispunjenja i zadovoljstva koje smo iskusili“ (Lasch, 1986: 17). A opet... „možda su i najplodniji trenuci istorije bili upravo oni u kojima se najteže disalo“ (Tubić, 2011: 141). Inače, kontemplativno podsjećanje na koje ukazuje Tubić, rasvjetljava čin „otkrovenja“ konstitutivnih elemenata ljudske egzistencije, tražeći pri tom najbolji modus vrijednosti koji ljudski duh može produkovati.

Bjektivno od slobode je bjektivno i presuda protiv suštine i svijeta u kome je čovjek prisiljen da živi, u kome ne može da opstane, svijeta u kome je slučajnost postala vrhunsko načelo, što je protivno ljudskom nastojanju i potrebi da slučajne i haotične okolnosti pretvori u konzistentnu sliku življenja. Jednu činjenicu nikada ne treba gubiti iz vida; to je cjelokupna dinamika bivstvovanja čovjeka i njegove zajednice, čiji je uspjeh moguć jedino u nastupu idejne fiksacije apsolutne čistote slobode, na kojima se temelji koncepcija društva i to u njenim različitim spektrima i njihovom povezivanju. Formiranje novog čovjeka uopšte nije privilegija *novum*-a, budući da je takva potreba mnogo dublje pothranjena – u samom temelju buđenja nečeg kvalitetnog, a što u kalupima moderniteta, a posebno globalizacije se modelira prije kao nedovršeno stanje, nego kao još uvijek kontinuiran proces. Globalizacijski procesi kao modeli Prokrustove posteljice, su moderne laboratorije u kojima se isprobavaju promjene u ljudskoj prirodi. „Na kocki“ je sama ljudska priroda, čime se stvara društvo u kome se stalno ostvaruje nihilistička banalnost *homo homini lupus*. Nova etapa koju upravo „prevaljujemo“ na dugom putu *odlaska etike* i ne može a da se ne zadrži na onome što možemo zapaziti i sebi predstaviti kao ono što nas odvodi od one tačke do koje smo bili povodom pristupa drugoga u nama, a što će sutra dobiti drugo ime „tužna opna EGA“. A ključna strukturalno-psihološka posljedica ovakvog bilansa usamljivanja jeste specifična erozija svakog unutrašnjeg sadržaja ega, odnosno kreativnog doživljaja samoistovjetnosti. Ego kao središte postaje hipertrofirano i prazan.

Nije potrebno posebno razmatrati kako je izgledala izvorna mitska slika stvarnosti i čovjekov položaj u njoj, kao životno organizujući temelj svih baština. U mitskoj svijesti domen cjeline obuhvatao je i prirodu i natprirodno, a ljudski um je sopstvenu diskurzivnu i analitičku moć podređivao iskustvu neposredne čulne fiksacije. Današnja tehnološka svijest urušava i dekomponuje „prirodne strukture“ koje više nisu kadre da održavaju integritet, preko kojih se čovjek, preseljavao u svoju zajednicu i preko koje je osvajao prostor i vrijeme. U savremenoj kulturi ruše se čvrsti reperti i binarne podjele koje su obilježavale dosadašnju civilizaciju, tako da se današnja kultura može pojmiti samo kao hibridna, heterogena, u stalnom pokretu i promjenama. Savremeno društvo podstiče duhovnu inerciju što vodi do gubljenja intelektualne i individualne nadmoćnosti, koja za svoju posljedicu ima nekritičko prihvatanje svega što dolazi sa vrha društvene hijerarhije. Prenaglašeno ljudsko strahovanje, koje se javlja kao konse-

kvenca alijeniranosti od sebe, porodice i društva, izaziva neslućene ljudske ukočenosti i sputanosti. U takvom stanju čovjek se nalazi u autofrustriranoj situaciji iz koje teško pronalazi izlaz. To stvara poligon za regresivno kretanje ličnosti, koje nije bez posljedica na društveno kretanje.

Razarajućim procesima nijemo prisustvuje i crnogorsko društvo. Institucionalni narativ kulturnih vrijednosti koje su ponderisane kao aksiološki bastion, danas su poljuljane u svojim temeljima partikularističkim diktatima, obesmišljenim etičkim anarhizmom koji ne priznaje istinu niti bilo kakvu normu. Komunistički autoritarni poredak, kome je crnogorsko društvo i najbolje odgovaralo „paternalističkom porivu“, ... „nije se ograđivao samo od 'trule' zapadne kulture nego i od svoje 'dekadentne' kulturne prošlosti i time jednostavno raskidao sa tradicijom i transkulturacionom. To jednostavno raskidanje sa mogućnostima djelotvorenja tradicionalnih kulturnih vrijednosti uvodilo je kulturu u plitke vode 'sorealizma', 'proletkulta' ili kineske 'kulturne revolucije', te se, prema tome, nije u pravom smislu mogla ostvariti kultura kao slobodna samostvaralačka praksa“ (Božović, 2009: 28). Ono što je registrovano u umskom arhivu jeste petrificirana kodifikacija socijalističkih uređenja, koja se odlikovala emitovanjem kolektivnih potraživanja. To znači da su i sama autoritarnost i druge nedosljednosti koje su proizašle iz takvih uređenja kao i konformističko moduliranje morale biti prepoznate i prihvaćene kao relevantne potrebe na pojedinačnom nivou. Skoro četiri decenije socijalističke ideološke supremacije ostavilo je teško izlječive recidive u postsocijalističkom periodu. „Poslije naglog urušavanja komunističkog poretka i začinjanja nekog oblika reverzibilne tranzicije, naglo se javlja, posebno kod opozicionih grupacija (partija, udruženja, pokreta), glasnost opredjeljenja za 'preko noći' ulazak 'na široka vrata' Evrope. Istovremeno, ista ta Evropa kao 'uobražena stara dama' civilizovano je podlegla Americi i izvršavajući njene naloge u nastojanju da dozira demokratiju, te interesno svim tim društvima usmjerava prestrukturiranje i razvoj privrede, pa ako zatreba još 'demokratski' razornom 'vazdušnom kampanjom' (primjer bombardovanja Jugoslavije) uči ih 'pravdi i humanizmu'. Sve se to, introspektivno će persiflirati autor, uklapa u progres, civilizaciju, djelimično u tradiciju, ali nikako u kulturu niti u pravu demokratiju“ (Ibid.). Naime, autor upozorava na „desaidovsku orgiju globalizma“ u kojoj čovjek ove duhovne hemisfere ne samo da ne može da nađe smisao svog bitisanja, odnosno orijentire vrijednosti, nego je i potrebno da se zapita da li da uđe u tu lutajuću regatu *novum-a*, čiji je aksiomatski kredibilitet obesnažen trošnim terenom racionalnog mišljenja.

U osnovi privida je ograničena vizija koja se ispoljava u konturama osiromašenog humaniteta. Kada se pročitaju oštre, bitko intonirane primjedbe i kritičke opaske na račun jednog globalnog monotonog monologa zvanog globalizacija iz pera Milana Brdara, koji pruža jedan dijahronijski pregled njenih tokova od svima znanog antičkog mita, pa do savremene reminiscencije trojanske svijesti u kodu imperijalističkog poriva, jasno se ogleda kolonijalno-derogirajući pohod ovog procesa. „Stara priča kaže da su Ahejci krenuli u pohod na

Troju zbog lepe Jelene, odakle su zaludenci Antikom izveli zaključak da je starojelinski svet ratovao – zbog lepote! Bilo je to propagandno maskiranje prvog kolonijalno-pljačkaškog pohoda u istoriji. Istorija i mit se spajaju u obrascu koji se ponavlja i posle pada socijalizma. Nova priča kaže da se preostala svetska sila, SAD, po svetu angažuje, ne prezajući da zbog ljudskih prava i demokratije pokrene čitavu vojnu skalameriju, uključujući nosače aviona. I kao što su Ahejci, tobože, ratovali zbog lepote, a ne zbog pljačke i osvajanja, tako i ovi ratuju zbog ljudskih prava, pravde i njenog širenja po svetu! Amerika i Zapadna Evropa prema postsocijalističkom Istoku se ponašaju kao Danajci pred opsednutom Trojom. Prvo dolaze s darovima, a ako ih nećeš, udaraju te batinom... *Prvobitni Trojanci su stradali kad su ostavljenog drvenog konja uvukli u grad. Na isti način svojevremeno je stradala Istočna Evropa zahvaljujući trojanskoj svesti* (naš kurziv)“ (Brdar, 2007: 13). Ma kako prosuđivali ovu epitetu, moramo priznati da je i crnogorsko društvo dio te Odiseje, na čijem kraju prolazi kroz svoju tranzicionu Ilijadu.

A trojanski konj kao brend, iza koga stoji bezlični sistem korporacijske moći manipulisanja, promišljeno bira sredstva koja neće ugroziti pozadinsku strukturu jednog bestijalno-mondijalističkog sistema. Ljudi su verovali da žive istinite živote, zato što su na paradoksalno pasivno-aktivan način, bili nošeni univerzalnom ideološko-političkom strujom koja je zahvaljujući svom omamnom epu o progresu obuhvatio i cijeli svijet u formi jedinstvenog epa. „Vodeći državnici Zapada s Olimpa posmatraju zbivanja, određuju ko će s kim i koliko ratovati, kao i to ko će nositi uloge dobrih, a ko loših momaka, ko će biti demokrata a ko mračni i nazadni nacionalista. Podele su grube, i odgovaraju prostačkom duhu, pre svega Zeusa, što će reći gospodara američke spoljne politike. Uvreda za um, civilizaciju, kulturu?“ (Ibid.)

Čuvari postmoderniteta, osjetili su potrebu da svoj patetični uvid u tehnološko-sofisticiranu aparaturu „osiromašenog humaniteta“, pretoče u lament nad onim postulatima aksiomatskih univerzalija, tek onda kada je došlo do lančane erozije kredibiliteta tog velikog „epa o progresu“. Tačnije u momentu, kada je usahnula legitimizujuća podrška EU na referendumima o izglasavanju povjerenja ustavnih načela u zemljama članicama. *Ili liotarski rečeno, rastvorio se metajezik koji je objašnjavao sve elemente velike naracije.*

U sveobuhvatnom globalnom diskursu, „Balkanci“ su reminiscencirali negativni perseverator, alijas, negativan totemski operator. Umjesto da u socijalno-integrativnoj funkciji totem i mit služe kao topos samoidentifikacije i integracije plemena i zajednice, oni „zahvaljujući“ *etici zapadnih medijskih opština i „podmićene prozapadno orijentisane aksiološke porote“, kao postmoderni apatridi bivaju izgnani iz globalne orbite bez objave.* Zoran Vidojević ukazuje na postojanje tamne pozadine dominantno mondijalističkog tribalizma, stvaranog na stereotipnoj lociranosti Balkana i njegovom petrificiranom geslu „krvi i tla“. Naime, radi se o inverziji i derogiranju istorijske konzistentnosti Balkana, na račun oksidentalne raciocentričnosti. „... Stvaranje bajkovite slike Zapada o samom sebi, ovekovečenja njegove civilizacijske 'misije', glorifi-

kacije njegovih vrednosti u koje se ne sme sumnjati, i pre svega zaštite njegovih privilegija, pozicije i interesa“ (Vidojević, 2005: 159). Navedeni iskaz, *poziva na svjedočenje* Ralfa Šnela, koji kaže da se identitet savremenog pojedinca Zapada u najboljem slučaju samoodređuje kao performans, postojano održavan parodijsko – teatralnim insceniranjem očekivanja vezanih za uloge koje bira u okviru „estetike“ egzistencije (Šnel, 2008). Savremeni pojedinac Zapada ipak vidi svoju fragmentiranu svakodnevicu i razmrvljeno sebstvo, tako da mu navedena mikropotencijalna praksa „estetike“ egzistencije dođe kao akutni čin pobune u artifičijelnoj socijalnoj aktivnosti, pod reflektorima totalitarističke aparature. Tako pojedinac biva razapet između odasvud sugestivno prezentirane slobode tržišno ponuđenog izbora, s jedne i interiorizacije realne deprivacije, sa druge strane.

Ovakav prougomenski katehezis, od nacionalno definisanog identiteta ka hotimičnom globalizacijskom destabilitetu, cijepa istorijski efemeritet koji pretenduje na sistemski posredovanu paradigmu uređenosti po uredbama *oksidentalnog simulakruma*. Jer, sadašnji pastišni sinkretizam čestica svakodnevice koju tvori globalizacija, a pod njenim potkroviteljstvom akulturacioni odnosi, ukidaju misterije dubine, čime se stvara obesmišljena praksa bivstva. *Jer svemu onome, što nije potvrdilo humani dignitet, ne može se „poželjeti dobrodošlica“ i ne može sublimirati i predstavljati opšte ljudsku emancipaciju.*

Kulture se najprije moraju razumijevati iz sopstvenih vrijednosnih i motivacionih konstelacija i za njih specifične evolucije dominantnih svojstava. Kultura je relativno integrisana cjelina koja obuhvata ponašanje ljudi i proizvode tih ponašanja. „Kultura u savremenom poimanju jeste sveukupnost materijala i duhovnih produkata ljudske aktivnosti, organizacionih formi koje služe društvu kao i duhovnih procesa, stanja i vidova aktivnosti kod čovjeka“ (Sokolov, 1976: 15). Ovim pristupom Sokolov daje najširu definiciju kulture i tako u njen medijum interiorizuje ne samo povijesne vrijednosti i dostignuća, već i pseudovrijednosti koje su štetile čovjeku i ljudskom rodu. U njegovoj tvorbi kulture pronalazimo sedam osnovnih funkcija, od kojih su najvažnije funkcija preobražavanja i osvajanja svijeta i komunikativna funkcija. Nadovezujući se na Sokolovu definiciju kulture možemo zaključiti da je kultura ona entelehija duha koja „svijet apstrakcija“ (vrijednosti) svodi na korespondentan medijum (um. P.Ž.).

Za kulturu dođe trenutak i nađe se mjesto kad ona iznenada postane važna i prepuna značenja izvan sebe same, reći će T. Iglton. U teoriji kao i u svakodnevnom životu pitanje značenja i odnosa kulture i civilizacije, često dovodi do galijamatijasa navedenih pojmova. Naime, jedni ističu da je civilizacija antipod kulturi, dok je drugi izjednačavaju sa kulturom, da bi treći pod pojmom civilizacija, podrazumijevali određene zaokružene društvene i kulturne epohe. Ali suprotstavljenost kulture i civilizacije ne može se svesti na puku razliku prema upotrebi pojmova. Često se kaže da neka zemlja ima bogatu kulturu, ali ne i razvijenu civilizaciju. S druge strane, civilizacija predstavlja specifičan način života nekog društva na određenom stepenu razvitka i suprot-

stavlja se kulturi kao visok stepen razvoja proizvodnih snaga, materijalnih dobara i vrijednosti kojima ljudi zadovoljavaju svoje potrebe i kao osnova potrošačke i masovne kulture.

Kao i mnogim drugim koji su se bavili problematikom kulture, tako se i nama kao prva etapa na putu rješavanja ovog problema nudi odgovor na pitanje: da li mi, kada je u pitanju potrošačka kultura kao izraz i simptom duha vremena, gajimo pogrešne nade ili pogrešna strahovanja? Naglašena nota svjetovnosti potrošačke kulture, kao inače jednog od centralnih elemenata duha našeg vremena, približava nam ideju da je potrošačka kultura nastala i formirala se na opozicionoj osnovi prema religijskoj i asketskoj kulturi. Potrošačka kultura je embrion religije ovozemaljskog spasa čovjeka, ali joj nedostaje obećanje na besmrtnost, svetost i božanstvo da bi se pretvorila u religiju. Veliki broj ljudi i kada se otvoreno i verbalno izjašnjavaju protiv izopačenosti potrošačke i masovne kulture, potajno koketiraju, sklapajući lične paktove sa mogućnostima koje im nudi ta kultura.

Dosadašnji istraživački pristupi kulturi potrošnje kao konvenijentnog duha globalizacije ili novog kulturnog ruha u Crnoj Gori, nisu davali potpun odgovor. Od 90-ih godina prošlog vijeka, istraživačka praksa u Crnoj Gori, bar kada je u pitanju fenomen potrošačke kulture, ne bilježi značajni pomak. Ona je sve više pod jakim uticajem naučnih bardova sa Zapada. Brojni sociolozi, ostavili su nam značajna svjedočanstva o potrošačkim manifestacijama, ljudima, masovnim komunikacijama i institucijama jednog vremena. Ali, iz današnje perspektive, ovakav pristup problematici potrošačke kulture, više bi podsjećao na temeljito prikupljanje građe i korpusa sociološke misli, nego na stvaranje sinteze za pristup potrošačkih manifestacija i njihovo demaskiranje. Veliki reflektor treba okrenuti na opserviranje obilježja potrošačkih tendencija u Crnoj Gori. Sa ovakvog teorijskog i metodološkog polazišta, po našem mišljenju, treba pristupiti i sagledavanju društvene sadašnjosti u Crnoj Gori.

Naglim ekonomskim napretkom već podgrijani potrošački apetiti, bukvalno su se razbuknuli u svestranom privrednom, kulturnom i modnom susretu sa svijetom. Na potrošačku kulturu u Crnoj Gori snažno utiču potrošačke kulture iz zapadnog svijeta, preko raznih komunikacija. Otud, po našem mišljenju, toliko neodmjernosti, neracionalnosti i odsustva osjećaja za kontinuitet u našem biću. Najbolji izraz takvog stanja je narcisoidni karakter našeg društva, koji se ogleda kroz prizmu kičeraja, imanentne nadmenosti „biti u svemu prvi“, pa zašto ne i u konzumerizmu. Duhovna devastiranost, potpomognuta ekonomskom sterilnošću crnogorskog društva, plodno su tlo za potrošačku kulturu i njene epifenomene. Uz pomenuti mentalitet, nužno idu i razni psihopatološki poremećaji, nastali neobuzadnim odisejama ka patvorenom. Istovremeno, jedanput formirane takve mentalne strukture postaju činilac koji dalje oblikuje život jednog društva. A one, bar kada je Crna Gora u pitanju, nastale su u onom najdubljem sloju vremena predviđene da se sporo mijenjanju i da dugo traju. Međutim, postoje razlike zbog dostignutog stepena civilizacije i kulture i zbog daleko manje ekonomske moći u našem društvu. S obzirom na činjenicu da se vrijednosti

iz područja potrošnje prelivaju u druga područja društvenog života, možemo zaključiti da je i crnogorsko društvo *in totum* društvo potrošačke kulture, ili bar „potrošački pastiš“. Prema tome, i crnogorsko društvo se može nazvati ekonomističko, hedonističko i narcisoidno, sa kulturom utemeljenom na novcu koju zanima modus imanja.

Potrošači se jednostavno proizvode kada se pojavi tržište kao opšti način ekonomske regulacije. Kazano Marksovom terminologijom, najamni odnos i kapitalistički proizvodni odnosi jesu ono što proizvodi potrošača. Tržišni odnosi su anonimni i u načelu univerzalni. Osnovni karakter potrošačkog tipa u zadovoljenju potreba sastoji se u tome da sam proces potrošnje, nezavisno od kvaliteta potreba koje se tim procesom zadovoljavaju, postaje osamostaljena vrijednost, indikator društvene moći, dokaz prestiža i uspjeha u životu. Važnije je, kako se ta potrošnja obavlja i kolika je ona, od toga kakva je, i koje potrebe zadovoljava. Dok se potrošačka kultura čini univerzalnom jer je prikazana kao područje slobode u kom svako može biti potrošač, smatra se takođe univerzalnom jer svako mora biti potrošač, ovaj tip slobode je prisilan.

Potrošački mentalitet nije u bogastvu dobara, već u načinu raspolaganja njima. Materijalna dobra nisu jedini krivac potrošačkog ponašanja. Više su krivi društveni odnosi koji od materijalnog blagostanja naprave paravan kroz koji ljudi ne mogu da prodru do bogatijeg duhovnog života, do humanijih, čovječnijih odnosa, do veće kulture u korišćenju materijalnih dobara, do potrošnje koja neće sama po sebi biti cilj, već će pomoći čovjeku da bude stvaralačkiji, da razvija sebe u skladniju, cjelovitiju ličnost. Nametljivo razmetanje trošenjem znalo je da bude u socijalističkim društvima, tako specifičnog oblika. Vođeno istorijskim recidivom „stići i prestići Zapad“, istovremeno je praćeno kompleksom siromaštva (koje u mnogim porodicama traje generacijama).

Otvaranjem trgovinskih mreža u većim gradovima Crne Gore, nastao je tzv. „trgovinski fetišizam“. Naime, radi se o tome, da se ljudi sve više identifikuju sa prestižnim trgovinskim centrima, koji su središta gdje se smještaju idealni, savršeni, rajski prostori, koji su paradigma čitavog svijeta u malom, „savršena slika kosmosa“. Oni su simbolička slika utočišta u kojem se sjeđinjuju svijest i volja. Da li je posrijedi navika, ili izgubljena ličnost pojedinca? Kao paradigma navedenog je i trgovinski centar „Delta City“ koji svojim gabaritima i uslužnim djelatnostima predstavlja ostrvo „Robinsonovog carstva“, simbolički je ekvivalent društvene usamljenosti pojedinca, tim što ostrvo nije pusto. Centar alijas ostrvo posjećuju i drugi (potrošači), gdje ne primjećuju jedni druge. Drugi su (potrošači) shvaćeni kao neprijatelji, pa sasvim prirodno djeluju njihova uvjerenja da ih treba novčano, manijski i hedonistički nadjačati. Takvi centri tipična su reifikacija kako po asortimanu sadržaja i usluga koje nude tako i kontekstu kičerskog gigantizma (postsocijalistički korektiv socijalističkog realizma). „Prestižni tržišni centar“, paradigma je kulturne politike koja se sprovodi u Crnoj Gori i nastojanja (ne)kulturnih agitpropova, kada je u pitanju filmska umjetnost. Jednu prestižnu kulturnu ustanovu zamijenice „tržišni multiplex – cineplex sa šest bioskopa“, koji kao prestabliro čedo masovne i

potrošačke kulture i „svakog dana“, zadivljuje, obmanjuje publiku recentnim filmskim ostvarenjima.

Potrošačka kultura svojim nastankom i razvojem, samo je proširila duhovne horizonte čovjekovog otuđivanja od esencije i smisla njegove egzistencije. I ne treba ispustiti iz vida da ova kultura u svojoj suštini ima planetaran i kosmopolitski karakter. Otudjenje, dakle, iako prevashodno socijalni fenomen, ima u osnovi antropološku dimenziju i ne treba ga vezivati samo za određene društveno-ekonomske sisteme i političke ideologije. Savremeno društvo, kao potrošačko društvo, zahtijeva i čovjeka koji će odgovarati njegovom imidžu. U masovnom društvu potrošnja se javlja kao znak moći i društvenog položaja, pa su zato ljudi sa mega zahtjevima poželjni kao akteri i apologete potrošačkog društva. Potrošačka psihologija i funkcionalna veza proizvodnje s potrošnjom masovnih proizvoda poslužile su apologetama masovnog društva da potrošnju proglase glavnim faktorom nove kulture, pa i svojstvom novog duha vremena.

Na žalost, izgleda da je crnogorsko društvo onaj Prometej (bolje reći njegov pseudonim) koji je ukrao lažni moral, hipokriziju, materijalni hedonizam Zapadu. Milioni siromašnih duhom, polupismenih i nepismenih ljudi dovedeni su u poziciju da sami, preko noći, postaju kreatori naše stvarnosti, čini se i sudbine. Postoji veliki broj pokušaja teorijskog definisanja uloge zadovoljstva u potrošačkoj i masovnoj kulturi. Ti pokušaji su izuzetno raznoliki, ali ono što im je zajedničko jeste da se ta zadovoljstava „šire“ putem sredstava masovnih komunikacija. Popularna zadovoljstva proističu iz društvenih pripadnosti koje formiraju različite društvene grupe, ali najčešće su fiksirani od centara moći. Raskoš rediteljskog talenta za kompjuterske vratolomije, naše palanačko iskustvo i priče za sva vremena, samo su u službi industrije zabave za mase. Može se postaviti načelno pitanje, šta je ostalo od individualnog pečata najpoznatijih pisaca, animatora naše istorije, ako se njihova djela kognitivno simplifikuju zarad palijativne popularnosti? Da li su i oni imali latentne amfibije i vodili se jednom životnom ideologijom-tržišnom, a ostalo su sve izmaštali?

Lukrativni tvorci vrše dezauratizaciju povijesnih djela, tako da možemo registrovati na djelu momenat u kome umjetnička ostavarenja gube svoju auru odnosno attribute neponovljivosti i originalnosti, prelazeći u svoje tehničko „drugo“ tj. u čisti medijum masovnog reproducibiliteta. U prilog njihove postmodernističke verzije estetskog ne ide u prilog ni Vajldova teza o božanskom podrijetlu ljepote koja se ne održava više u nečem što je dobro ili moralno, a koja se gradi izvan odnosa dobra i zla, morala i nemorala, jer su intencionalno desakralizujuće. Eklatantan primjer navedene dezauratizacije možemo vidjeti i na crnogorskim medijskim opštilima. Upotreba monomitija i polimitija ima za cilj uspostavljanje relacije između masovne publike i stvarnosti, odnosno materijalnog, ideološkog i semiotičkog sadržaja, koji treba da dobije svoju prođu na tržištu. Ono se ostvaruje putem raznih medijskih egzibicionizama i specifične medijske estetike, da bi se publika identifikovala s tzv. kolektivnim reprezentacijama, ostvarujući na taj način kontakt s istorijskim soterima kao najboljim *reprezentima potrošačke psihologije*, a u duhu aktiviranja svojevrsnog

emocionalnog realizma i petrificirane potrošačke manije. Pomalo zaboravljene velikane, *lukrativni ribari ljudskih duša* oživljavaju periodično. Jedan eklatan-tan ali i beskrupulozan primjer uputnih reklamnih sadržaja jeste i revitalizacija duhovnog vladike Petra II Petrovića Njegoša, kao paradigme elokventnosti i mudrosti, *da se djeluje promišljeno i hrabro protiv „recentne virusne pošasti“*. Čitava genealogija problema ogleda se u tome što je svijet moralnih vrijednosti ali i imaginacije postao neka vrsta resursa za potrošnju. Ipak, naši inženjeri duša i njihovi reklamni sadržaji odišu jeftinim formulama koje se upotrebljavaju u svrhu prodaje svega onog što je derivat potrošnog svijeta. Interesantno je da su konzumenti i djeca i odrasli. Ali to ipak nije industrija snova, već industrija terora.

Kada je u pitanju druga strana medalje tj. sfera politike i tu možemo de-tektovat i medijsku i političku neuralgičnost. Kao da postoji homologija između medijskih centara u Crnoj Gori, bar kada su u pitanju medijske poruke, koje su ideološki determinisane. Evanzivni elementi, koje koriste moderni mitomani, populističke parole, intonirane su već poznatim melodijama koje su prohujale ovim prostorima. Pacifističke ideje koje plasiraju, izmiču prosuđivanju ponaj-više stoga što na njih bitno utiču vulernabilno vlastoljublje i stranačko koristo-ljublje. U apsurdnoj zbilji, politički protagonisti „mašu zastavama evropskih boja“. Kada bi se u potrazi za istinom, udružili razum i savjest lako bi se zaklju-čilo, da je teško stići do lavirinta Evrope, a kamoli iz njega izaći. Ako je galantni Zevs za oduzetu nevinost, darivao Evropu nakitom i kopljem, šta vrednije naši politički prvaci mogu ponuditi Evropi, a čime već nije „darivana“. Pojedini mogu bar da se pohvale da su „spavali ne s Evropom već u Evropi“ (hotel/Sara-jevo). A kada se potroši takva ideologija, ostaje nesumnjivo saznanje na politiku kao prevaru. Zato i nije moguća suštinska promjena društva u odsustvu *frone-sisa*. Tu je tragikomična okolnost: oni koji najmanje znaju misle da znaju najviše, da znaju sve. Dnevници su postali fontane informativnih želja i apologe-te diplomatskih odnosa. Ergo, u sijasetu umijeća demonstrirali smo originarno umijeće, kako se postaje svjetska periferija potrošnje.

U našoj istraživačkoj praksi, bar kada se radi o pitanjima potrošačke kul-ture i njenih epifenomena, nije se nešto značajno odigravalo, tako da ova studija reminiscencija na prethodna teorijska polazišta, ali i „avanzuje“ interdiscipli-narni postupak u proučavanju ovih fenomena. Crnogorsko društvo, kao poseban potrošački entitet, čak i onda kada je bilo u sastavu jednog šireg potrošačkog miljea, predstavlja plodno tle za proučavanje „hedonističke i konzumerske vri-jednosne orijentacije“. Društvo je specifično potrošačko zato mnogo više troši nego što proizvodi, čime se gubi logika stvari. Visoke stope industrijalizacije, intenzivni procesi urbanizacije uzrokovali su izvjesno približavanje standarda kultura ogromne populacije; promjene u potencijalu proizvodnje i potrošnje. Ono što je karakterisalo potrošačku kulturu jugoslovenskog društva je to, što je potrošnja često preticala proizvodnju i stvorena je tipično potrošačka psiho-logija kao amalgam tri osnovna faktora. Naime, na tradicionalnom supstratu sinkretizovali su se uticaji sa strane i konkretna društveno-istorijska praksa.

Koliko god potrošačka kultura zahvatala široke mase, ona je značajno podređena društvenoj stratifikaciji. Istini za volju, potrebno je priznati da se većina crnogorskog stanovništva nalazila, a i danas se nalazi u formi posebnih entiteta, u položaju ljudi koji se bore za podmirenje egzistencijalnih materijalnih potreba, pa život, već i nužnošću, biva dosta jednostran i nedovoljno duhovan. Fond slobodnog vremena povećao se naročito kod omladine koja još nije involvirana u blagodeti moderne civilizacije. Slobodno vrijeme razumijevamo kao fundamentalnu ljudsku vrijednost, gdje čovjek potvrđuje svoje samoostvarenje. Iako se teži da bude „bastion vrijednosti“, kao i druge vrijednosti, i slobodno vrijeme je podložno i ranjivo na civilizacijske promjene. Svjedoci smo tehničke kulminacije i njenih epifenomena, koji djeluju subverzivno ne samo na pojedinca već na cjelokupno društvo. Ulazeći u sve pore društva savremeni (tehnički, potrošački) sistem vrijednosti narušava čovjekovu apstraktnu pojedinačnost, derogira onu mogućnost individualne svijesti da zauzme svoj stav i da odstupi od „prave linije“.

Ta „nova kultura“ (potrošačka) nije svuda jednako shvaćena; zasigurno, ona je imala notu ideološkog determinizma, koji se u komunističkim zemljama odlikovao indoktrinacijskim, a na zapadu komercijalizovanim determinističkim sklopom. Nije na odmet, podsjetiti se Morenove opaske vezane za masovnu kulturu i njeno asimetrično značenje na polaritetima društvene moći; masovna kultura je u komunističkim zemljama apsolutni gospodar, usmjerivač, modulator, te će je tako metaforički uporediti sa starom guvernantom Anastazijom koja je tu da strogo podučava, nasuprot pohotnim i zavodljivim gerlama koje su oličenje privatno komercijalizovane varijante uspjeha i profita zapadnog društva.

Globalizacija je ipak omogućila nastajanje, bar u potencijalnom smislu, nove, prilagodljive i otvorenije vrste nacije, koja pacifikuje svoj topos potrošačkom kulturom. Potrošačka kultura svojim nastankom i razvojem, samo je proširila duhovne horizonte čovjekovog otuđivanja od esencije i smisla njegove egzistencije. Širenje tržišta i tržišno posredovane potrošnje zahtijevali su i intenzivno rušenje starog statusnog poretka, i to je ono što je zaokupljalo rani moderni um: korozivni učinak monetarnih odnosa na tradicionalno društvo.

Ozbiljan posmatrač svijeta, ma sa koje strane pristupio stvarnosti, mora uvidjeti logiku prestiža koja dobija naglašeno mjesto. Mnogi spiritualni i moralni mališani prave od tehnike idola kome se klanjaju, i pozivaju sve da se tom idolu klanjaju i prinose mu žrtve. Tehnički izumi eksperimentalne nauke rezultiraju u pretjeranoj specijalizaciji koja dovodi do utrnjivanja kreativnosti. Čovjek tako od pasivnog posmatrača preko lagodnog konformiste se kreće do banalnog načina življenja. Potrošačka orijentacija dovodi do reifikacije čovjeka, tako da se prave (istinske) ljudske vrijednosti redukuju na stvari. Globalizacija je zapravo „roditelj“ kako usavršavanog (kosmičkog) naoružavanja i (ostvarenih) prijetnji silom, tako i nemilosrdne međunarodne ekonomske represije i rastakanja kulturnih razlika za račun jedinstvene masovne pseudokulture instant i kič-vrijednosti jedne univerzalno-mondijalne potrošačke populacije uzgajane (milom i silom) u svakom kutku planete.

Svaki pokušaj mišljenja koji bi predstavljao odgonetanje te moderne enigme potrošačke i masovne kulture simbolizovao bi borbu protiv vjetrenjača, ako ne i otvaranje nove Pandorine kutije. Izgleda da je jedino moguće rješenje, razvijanje kritičke svijesti, pomoću koje bi se detektovala savremena postvarenja, koje izaziva potrošačka kultura. Taj mehanizam odbrane odolio bi fiktivnom iskušenju društva blagostanja. Da se ne bi odali anahronim odisejama tradicionalizma, a ni prihvatili eshatološko-soteriološku misiju *novum*-a, neophodno je stalno afirmisati kritičku svijest i težiti kulturi koja bi bila stil života a ne puki okvir, koja ne bi supsumirala ciljeve života naletima sredstava, nego se afirmisala kultura u kojoj bi se čovjek ostvarivao kao samostvaralačko biće.

L i t e r a t u r a

- Adorno, T. (1979), *Negativna dijalektika*, Beograd: BIGZ.
- Arent, H. (1994), *Izvori totalitarizma*, Beograd: Feministička izdavačka kuća.
- Belančić, M. (2006), *O demokratiji koja će doći*, Novi Sad: Svetovi.
- Bodrijar, Ž. (1991), *Simulakrumi i simulacije*, Novi Sad: Svetovi.
- Božović, R. R. (2009), *Život kulture*, Beograd: „Filip Višnjić“.
- Brdar, M. (2007), *Srpska tranziciona ilijada / Aporije demokratskog preobražaja Srbije u geopolitičkom kontekstu*, Novi Sad : Stylos.
- Lasch, K. (1986), *Narcistička kultura*, Zagreb: Naprijed.
- Sokolov, E. V. (1976), *Kultura i ličnost*, Beograd: Prosveta.
- Tomić, Z. (2003), *Komunikologija*, Beograd: Čigoja štampa.
- Tubić, R. (2011), *Na obalama istorije savremenog sveta*, Beograd : Svet knjige.
- Šnel, R. (2008), *Leksikon savremene kulture : teme i teorije, oblici i institucije od 1945. do danas*, Beograd : Plato.
- Vidojević, Z. (2005), *Kuda vodi globalizacija*, Beograd : IP „Filip Višnjić“ / Institut društvenih nauka.