Kultura i društvo

KULTURA I DRUŠTVO 49

Biološka evolucija i kultura 52

Tipovi društva tijekom povijesti 53

Opće značajke kulture 56

Kulturna promjena 57

Komponente kulture 59

Simboli 59

Jezik 61

Norme 62

Vrijednosti 63

Rituali 65

Kulturne varijacije 67

Etničke grupe 67

Razlike među kulturama: etnocentrizam i kulturni relativizam 68

Razlike unutar kulture: subkultura i kontrakultura 69

Kultura u suvremenom društvu 71

Vrste kulture 71

Potrošačko društvo: porobljavanje ili oslobađanje? 72

Masovna kultura kao ideologija 73

Popularna kultura i kreativna potrošnja 74

Postmoderna kultura 75

Sažetak 78

Američki antropolog Horace Miner opisao je običaje i vjerovanja egzotičnoga naroda Nacirema, koji ima vrlo razrađene rituale povezane s njegom tijela. U svakoj nastambi postoji sveta prostorija u kojoj se obavljaju rituali tjelesne njege, a najvažniji predmet u prostoriji je pretinac u kojem ukućani drže magične predmete i čarobne napitke dobivene od travara u zamjenu za poklone. Sastojke ljekovitih napitaka određuju posebno moćni vračevi, koji ih zapisuju na drevnom i tajnovitom jeziku što ga razumiju jedino travari. Za svoj trud vračevi dobivaju neuobičajeno visoke nagrade.

Nešto niži položaj među vračevima imaju posebni stručnjaci koji se nazivaju "svećenicima usta". Narod Nacirema ima gotovo patološki strah i fascinaciju ustima – vjeruju da zdravlje čovjekovih usta ima nadnaravni utjecaj na sve društvene odnose. Svakodnevni ritual sastoji se u guranju malog svežnja svinjskih čekinja zajedno s posebnim praškom u usta i pomicanja toga svežnja strogo propisanim pokretima. Vjeruju da bi im – kad ne bi obavljali rituale povezane s ustima – zubi ispali, desni prokrvarile, čeljust se skupila, prijatelji bi ih napustili i ljubavnici odbacili. Narod Nacirema očito pridaje velik značaj magiji. Sa stajališta naše civilizacije, njihovi se običaji i vjerovanja čine primitivnima i smiješnima.

Horace Miner napisao je svoje izvješće jezikom antroploga. Ako ime egzotičnoga naroda Nacirema pročitate odostraga prema naprijed – što dobivate? Zamijenimo li u prethodnom opisu jezik antroplogije (rituale, magiju, napitke, svećenike) riječima: kupaonica, toaletni ormarić, kozmetika, četkica za zube, recepti, liječnici i zubari, shvatit ćemo Minerovu šalu. No, ta šala upućuje na potrebu da se odmaknemo od vlastite kulture i promotrimo je u objektivnijem svjetlu. U ovom poglavlju pozabavit ćemo se sociološkim pogledom na kulturu i njezinu ulogu u društvu.

U ovom poglavlju razmotrit ćemo sljedeća pitanja:

Što je kultura i zašto je ljudsko društvo nezamislivo bez kulture?

Koje su opće značajke i komponente kulture? Zašto su simboli i jezik toliko važni? Koja je uloga normi, vrijednosti i rituala u društvu?

U kojem su pogledu sve kulture slične, a u kojem različite? Što su to subkulture?

Kako izgleda kultura u suvremenom potrošačkom društvu? Mogu li se televizijske sapunice, rock'n'roll i rap smatrati kulturom? Što je to postmoderna kultura?

U sociologiji se pojam kulture upotrebljava u širem značenju nego u svakodnevnom govoru. **Kultura** se odnosi na cjelokupno društveno naslijeđe neke grupe ljudi, to jest na naučene obrasce mišljenja, osjećanja i djelovanja neke grupe, zajednice ili društva, kao i na izraze tih obrazaca u materijalnim objektima. Kultura je složena cjelina koja se sastoji od tri međusobno povezana skupa fenomena: a) ***proizvoda, oruđa i tehnika*** (tj. tehnologija) što su ih ljudi stvorili, b) ***obrazaca ponašanja*** koje ljudi rabe kao članovi društva i c) ***zajedničkih vrijednosti, vjerovanja i pravila*** kao sredstava za određivanje odnosa ljudi prema prirodnoj

Povijest i značenja riječi "kultura"

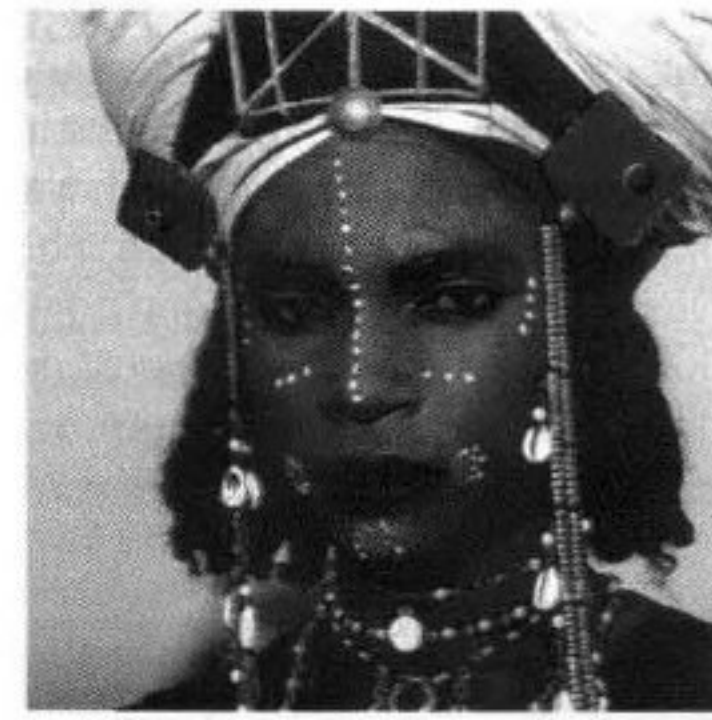
Riječ *kultura* dolazi od latinskoga *colere*, što je značilo: nastanjivati, uzgajati, štititi, štovati. Od značenja "nastanjivati" nastale su riječi *kolonija i kolonijalizam*. Od značenja "štovati" nastala je riječ *kult*. Prvotno značenje *kulture* ipak je bilo najpovezanije s uzgojem i gospodarenjem, što i danas nalazimo u poljoprivrednom rječniku ("ozime kulture", "kultivator"). Od 16. do 18. stoljeća značenje *kulture* kao prirodnog rasta prenijelo se na proces ljudskoga razvitka – u značenju *kultiviranja* i *civiliziranja*. *Kultura* i *civilizacija* imale su praktično isto značenje kao određeni stupanj razvoja. S pojavom *romantizma*, krajem 18. stoljeća, *civilizacija* se počinje shvaćati kao nešto materijalno, umjetno i tuđe, dok *kultura* (ponajprije u njemačkom romantizmu kao *Kultur*) dobiva značenje duhovna razvitka čovječanstva. Otad se o *kulturi* počinje govoriti *u množini* – kao o kulturama različitih naroda i razdoblja.

Osim u značenju uzgoja ("poljoprivredne kulture", "bakterijske kulture), danas se riječ *kultura* koristi u tri različita značenja, od najopćenitijega prema posebnom.

» ***Kultura nasuprot biologiji***, kao simbolički i naučeni – dakle nebiološki određeni – aspekti ljudskoga društva, kao specifično ljudska značajka i oblik prilagodbe. Biološke manjkavosti ljudska vrsta nadoknađuje razvojem kulture. Ljudsko je ponašanje određeno kulturom (jezikom, običajima, simbolima), a ne genima. Biološka evolucija ustupa mjesto *socio-kulturnoj evoluciji*.

» ***Kultura kao način života***, kao kulture različitih društava, naroda, razdoblja ili društvenih grupa. Te se kulture razlikuju po jeziku, vjerovanjima, odijevanju, ukusima, prehrani i mnoštvu drugih značajki. Možemo, primjerice, govoriti o renesansnoj kulturi kao različitoj od srednjovjekovne. Etnologija se bavi "narodnom kulturom", a antropologija kulturama različitih naroda. Moderna društva obuhvaćaju mnoštvo različitih načina života, pa se u sociologiji govori o različitim *subkulturama*.

» ***Kultura kao duhovna djelatnost i njezini proizvodi***, dakle, ponajprije kao umjetnost – glazba, slikarstvo, književnost, kazalište, film. Prvotno značenje odnosilo se samo na najbolja i najprofinjenija umjetnička djela, dok je danas ono šire: u sociološkom izučavanju kulture govori se o *elitnoj* i *masovnoj kulturi*, odnosno o *visokoj* i *popularnoj* kulturi.



Mjerila ljepote ovise o kulturi. *Svi ljudi na ovim slikama – iz Maroka, Južne Afrike, Nigerije, Miamara (Burme), Japana i Ekvadora – lijepi su za pripadnike svojih kultura.*

okolini i jednih prema drugima. Tako shvaćena, kultura je značajka svih tipova ljudskih društava. Ona čini osnovicu naše ljudskosti i društvenosti, iz čega slijedi da su svi ljudi kulturni, tj. imaju kulturu. Kultura se sastoji od naučenih i zajedničkih obrazaca društvenoga života. Rukovanje kao oblik pozdravljanja, vjerovanje u romantičnu ljubav ili ideja o tome da marljivim radom možemo uspjeti u životu neke su značajke kulture u kojoj živimo. Ti neopipljivi aspekti kulture često se nazivaju **nematerijalnom kulturom** i obuhvaćaju apstraktne tvorevine kao što su vrijednosti, norme, simboli, vjerovanja, običaji i slično. Pod **materijalnom kulturom**, nasuprot tomu, podrazumijevamo fizičke proizvode i objekte proizvedene ljudskom rukom, npr. posuđe, oruđa, zgrade, namještaj, strojeve itd. Ukratko, pod kulturom podrazumijevamo sve što nam je zajedničko s drugim ljudima i sve što proizvodimo.

Dvije "velike riječi" – ***društvo*** i ***kultura*** – najuže su povezane, ali je njihovo značenje ipak različito. Društveni život široko je rasprostranjena pojava u životinjskom svijetu i nije karakterističan samo za ljude. Lavovi, primjerice, žive u čoporima, koji se najčešće sastoje od vođe čopora, jednog ili dva mlađa mužjaka, nekoliko ženki i mladunčadi. Članovi čopora dijele hranu i sudjeluju u podizanju mladunčadi. Događa se da dvogodišnji mužjak čuva mladunčad, dok lavica lovi. I druge životinjske vrste vode društveni život: pčele i mravi izraziti su primjeri visoko razvijene podjele rada i organizacije. Sličnost životinjskih i ljudskih društava samo je prividna, jer je najveći dio životinjskoga ponašanja određen instinktima, dok je ljudsko ponašanje *naučeno*. Ali čak ni to razlikovanje ne govori sve, budući da je poznato da učenje ima značajnu ulogu i u socijalnom životu majmuna. Bitna je razlika u tome što se učenje u ljudskim društvima odvija kroz kulturu, te na osnovi toga možemo ljudska društva (nasuprot životinjskim) odrediti kao *kulturno uređene* odnosno kulturno regulirane sisteme. Neki sociolozi rabe pojmove društvo i kultura kao sinonime. No, postoji razlika: društvo možemo shvatiti kao relativno neovisnu, samoreproducirajuću skupinu ljudi koji žive na istom prostoru i sudjeluju u zajedničkoj kulturi. Najjednostavnije rečeno, kad govorimo o kulturi, to se odnosi na običaje nekoga naroda ili grupe, a kad govorimo

o društvu – mislimo na ljude koji primjenjuju te običaje. Odnos društva i kulture mogli bismo usporediti s "hardverom" (strojem) i "softverom" (programima) kod računala. Kultura nam pruža nacrt ili plan za interpretaciju našeg iskustva i usmjeravanje djelovanja (a čine je i proizvodi toga djelovanja); društvo predstavlja zbiljsku mrežu društvenih odnosa unutar skupine, sustav međusobnih veza što povezuje pojedince koji imaju zajedničku kulturu.

Kultura i društvo isprepleteni su i usko povezani. Ne postoji kultura bez društva, tj. bez ljudi koji je usvajaju i ponašaju se u skladu s njom. Isto tako, društvo (kao ljudsko društvo) nemoguće je bez kulture. Bez kulture ne bismo imali ljudskost u onom smislu kako obično shvaćamo taj atribut: ne bismo imali jezik kojim izražavamo potrebe, želje, strahove i nade, ne bismo mogli imati svijest o sebi, naše mogućnosti za mišljenje i djelovanje bile bi ozbiljno ograničene. Uređenost društvenoga života i usklađenost djelovanja pojedinaca u društvu ne bi bile moguće bez povezivanja ljudi zajedničkom kulturom.

Biološka evolucija i kultura

U usporedbi sa životinjama, ljudska je vrsta biološki relativno slabo prilagođena zahtjevima preživljavanja. Većina životinja naših dimenzija nadilazi nas u snazi, brzini i osjetilima. Brzina, primjerice, leoparda ili pantere pretpostavka je njihova preživljavanja i primjer prilagodbe uvjetima okoline. Mada smo skloni razmišljanju o ljudskoj vrsti kao o najvišem stupnju evolucije u prirodi, ta nadmoćnost ne prozlazi iz našega biološkoga naslijeđa nego iz kulture. Umjesto da se prilagođava zahtjevima okoline, čovjek oblikuje okolinu po svojim potrebama. U nedostatku krzna, ljudi izrađuju odjeću što ih štiti od hladnoće. Bez kandži i oštrih zuba, ljudi izrađuju oružja i oruđa. Da bi se zaštitilo potomstvo, kojem treba mnogo vremena da postane samostalno, nastalo je mnogo oblika obitelji i društva. Ukratko,

Kultura i prehrana

Zašto židovi i muslimani ne jedu svinjetinu? Zašto je krava za Indijce sveta životinja koju se ne smije ubiti? U oba slučaja odgovor je jednostavan: svinja je i u židovskoj religiji i u islamu označena kao prljava životinja i kao takva zabranjena za jelo. U indijskoj religiji – hinduizmu – krava je simbol svega što je živo. Kao što je u kršćanstvu Marija Majka Božja, za hinduse je krava majka života. Zato za hinduse nema većega svetogrđa od ubojstva krave.

I prljave svinje i svete krave čine se naprosto iracionalnim stvarima. Zapadni ekonomisti smatraju da štovanje krava ima teške posljedice za indijsko gospodarstvo, osobito s obzirom na prenapučenost i stalnu prijetnju gladi. No, Marvin Harris – jedan od najpoznatijih svjetskih antropologa – pokazao je da naizgled iracionalne zabrane konzumiranja svinjetine ili ubijanja krava imaju svoju racionalnu osnovu i služe vrlo praktičnim svrhama. Zabrane kao kulturni propisi povećavaju stupanj prilagodbe neke zajednice prirodnim uvjetima.

Krave su u Indiji neophodne za preživljavanje velikoga broja seljaka. Zapravo, u Indiji postoji stalni *manjak* krava, ali ne toliko kao izvora hrane (mada je mlijeko iznimno važno), nego zbog višestruke korisnosti kravâ. Volovi, naime, služe kao glavne pogonske životinje u poljoprivredi, a budući da je samo jedna četvrtina ukupnog broja muška telad, stalna je nestašica volova, što znači da treba biti razmjerno više reproduktivno sposobnih krava. Nadalje, kravlji je izmet glavno gorivo u kućanstvima te gnojivo u poljoprivredi. Računa li se kalorična vrijednost hrane, pokazuje se da ljudi dobivaju više kalorija u prehrani, ako se hrane izravno biljkama, nego ako kalorije dobivaju posredno – to jest prehranom životinjskim mesom. Krave pojedu više kalorija nego je kalorična vrijednost njihovih tijela, pa izravno konkuriraju ljudima u pogledu hrane. Drugim riječima, sa stajališta ekosistema, ekonomičnije je hraniti se izravno biljkama, nego posredno životinjama. Ljubav prema kravama, dakle, nije religijska zabluda nego aktivan element u fino uređenom materijalnom i kulturnom poretku.

Pogledajmo sad zabranu svinjetine. Razlog zabrane jest tvrdnja da je svinja prljava životinja. Svinje, međutim, nisu prljavije od drugih domaćih životinja. Dapače, u povoljnim okolnostima, to jest na temperaturi nižoj od 30 stupnjeva, one su čišće od drugih životinja. Na višoj temperaturi valjaju se u izmetu da bi se ohladile. Naime, usprkos izreci "znojiti se kao svinja", svinje se uopće ne znoje. U krajevima sa suhom i vrućom klimom, kakav je Bliski istok gdje su živjeli stari Židovi, za njih je trebalo osigurati hladovinu i vlažnost. Osim toga, područja s prirodnom ispašom s vremenom su se smanjivala, pa je

kada govorimo o prilagodbi, za ljudsku vrstu biološki čimbenici ustupaju mjesto kulturi. Nedvojbeno je da su neke biološke osobine bile pretpostavka nastanka kulture, osobito postupno povećanje obujma lubanje (tj. mozga) kod hominida. Pojavom *homo sapiensa* prije otprilike 35 000 godina završen je razvitak u biološkoj strukturi čovjeka – otad se sve promjene odvijaju u sferi kulture. Funkcionalnost kulture kao specifično ljudskog odgovora na zahtjeve prirodne okoline značajna je, mada nikako jedina, osobina kulture. Kultura čini i mnogo više od osiguravanja puka preživljavanja; ona također zadovoljava mnoge psihološke i društvene potrebe – za intimnošću i prijateljstvom, za materijalnom sigurnošću i bogatstvom, za društvenim ugledom. Mada su sve te stvari neopipljive, one su jednako tako realne i ljudima nužne kao hrana i sklonište. Sociolog Norman Storer ovako je to izrazio: "Životinje ne hvata panika na osnovi glasina, biljke ne bujaju zato što je vrtlar obećao dodati gnojivo slijedećega tjedna, niti se kamenje kotrlja uzbrdo zato što drugo kamenje vjeruje da je časnije stajati više na brdu. Samo se čovjek ponaša kao da su 'društvo', 'čast', 'publika' i mnogo drugih neopipljivih stvari realne."

Tipovi društva tijekom povijesti

Nevjerojatnu raznolikost društava u ljudskoj povijesti možemo svrstati na osnovi različitih kriterija. Od

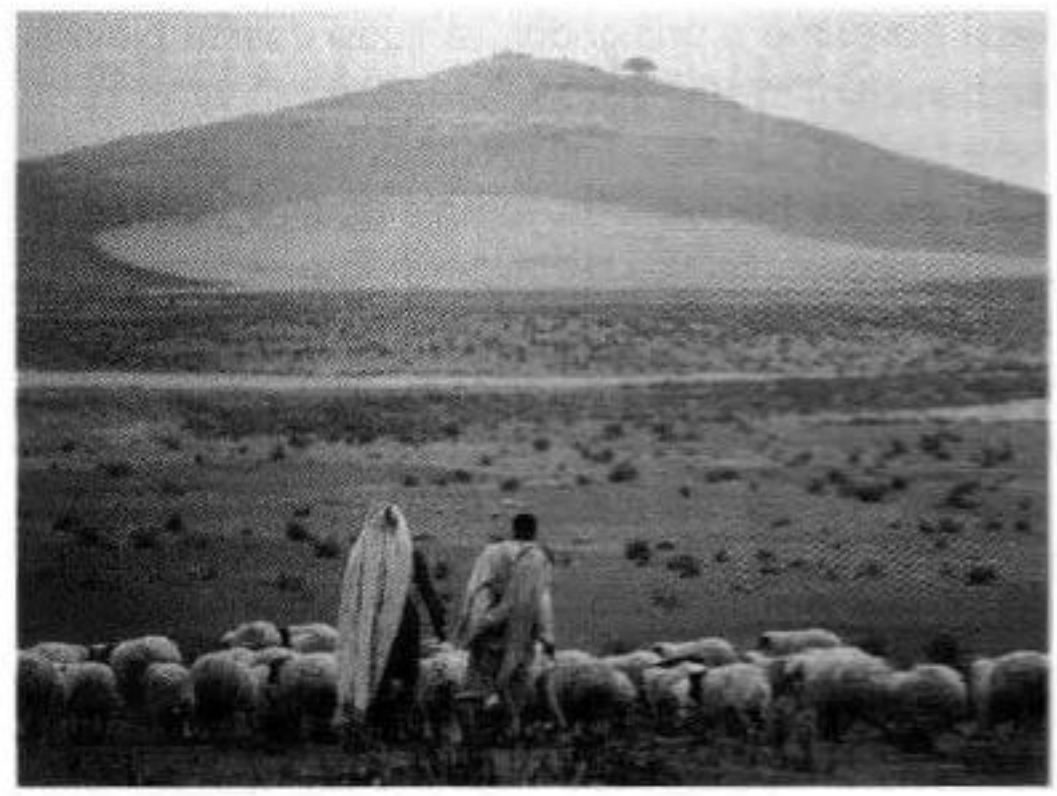
? *Zvuči li vam Harrisovo objašnjenje uvjerljivim? Navedite vrste hrane koju ni u kom slučaju ne biste mogli jesti, a koja se ipak jede u raznim krajevima svijeta. Je li definicija jestivosti uvijek povezana s ekologijom, kao što tvrdi Harris?*

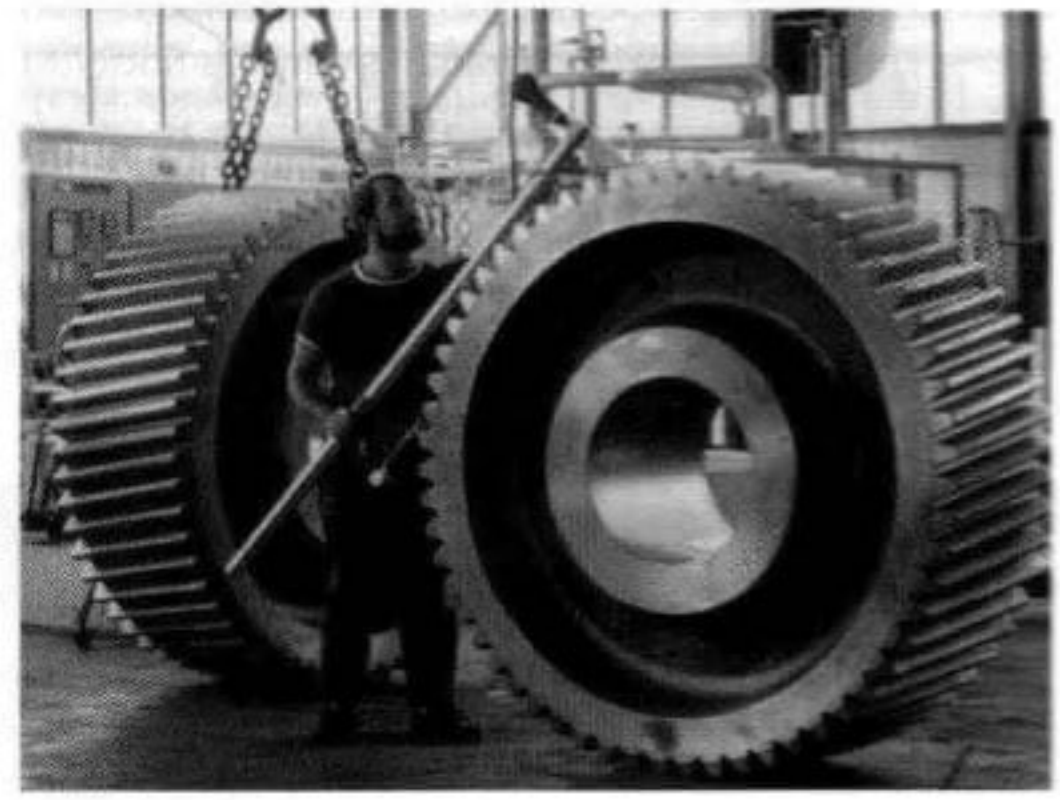
svinje sve više trebalo hraniti žitom, kao i ljude. U potrošnji vode i hrane, dakle, svinje su postajale izravni takmaci ljudima.

Iako ekološki skupe, svinje su, kao izdašan izvor bjelančevina i masti, stanovništu i dalje predstavljale iskušenje. Najučinkovitiji način uvođenja reda bio je potpuna zabrana uzgoja svinja i konzumiranja njihova mesa, a jamstvo da će se zabrana poštovati bio je božanski pravorijek. Svinje su okarakterizirane nejestivima. Islamska vjera, koja se kasnije pojavila na istom području, preuzela je tu zabranu.

Ekološko objašnjenje Harrisu služi da bi pokazao kako naizgled iracionalne religijske odredbe imaju u svojoj osnovi dobre razloge i razumne svrhe. To što židovi i muslimani koji žive u drugim krajevima svijeta, to jest u krajevima ekološki pogodnima za uzgoj svinja – i dalje poštuju zabranu, nema više veze s ekologijom, nego sa sociologijom: poštovanje istih načela ponašanja čini skupinu pojedinaca društvenom grupom i daje joj identitet.

Krave na ulicama gradova uobičajen su prizor u Indiji. Zapadni posjetitelji pitaju se zašto se meso krava ne koristi u prehrani ljudi. To je, međutim, nemoguće, jer je Indijcima krava sveta životinja. Marvin Harris smatra da je obožavanje krava racionalan običaj koji pomaže preživljavanju indijskoga društva. Velik broj svetih krava potreban je da bi se dobio dovoljan broj volova koji su nezamjenjive pogonske životinje u indijskoj poljoprivredi.





Tipovi društva. *Lovci i sakupljači u zadovoljavanju svojih životnih potreba potpuno ovise o prirodi. U stočarskim društvima ljudi žive sigurnije zahvaljujući uzgoju domaćih životinja. U ratarskim su društvima viškovi hrane još veći. Zbog potrebe za izgradnjom velikih sustava za navodnjavanje ta društva razvijaju političku i vojnu organizaciju, to jest tradicionalne države. U industrijskim društvima – upotrebom različitih izvora energije i strojeva – još više raste proizvodnost. U postindustrijskim društvima ljudski se rad sve više sastoji u manipulaciji simbolima, primjerice – riječima, slikama ili zvukovima, često uz upotrebu računala.*

prosvjetiteljstva nadalje imamo podjelu na ***primitivna*** i ***civilizirana*** društva, odnosno na ere *divljaštva*, *barbarstva* i *civilizacije*. U marksizmu se tipovi društva svrstavaju prema načinu proizvodnje, pa imamo: prvobitnu zajednicu, robovlasništvo, azijski način proizvodnje, feudalizam te kapitalizam, iza kojega bi trebao slijediti komunizam. Možda je najpogodnije najprije razlikovati društva prema stupnju složenosti: *jednostavna i složena*. Druga bitna značajka jest pitanje postoji li u društvu pisana komunikacija. Na osnovi toga možemo primijeniti klasifikaciju na: društva *bez pisma, povijesna društva* (u kojima postoji pisana komunikacija, ali povezana isključivo s vlašću) i *moderna društva* (u kojima je pismenost široko rasprostranjena). Napokon, možemo razlikovati tipove društva na osnovi načina osiguranja sredstava za život. Različiti i mije-

njajući načini preživljavanja utječu i na različitost socijalne strukture i kulture pojedinoga društva. Možemo govoriti o sociokulturnoj evoluciji: društvene strukture i kulture postaju tijekom vremena sve složenije i tom se procesu zasad ne vidi kraj. Najčešće se društva svrstavaju u sljedećih pet tipova:

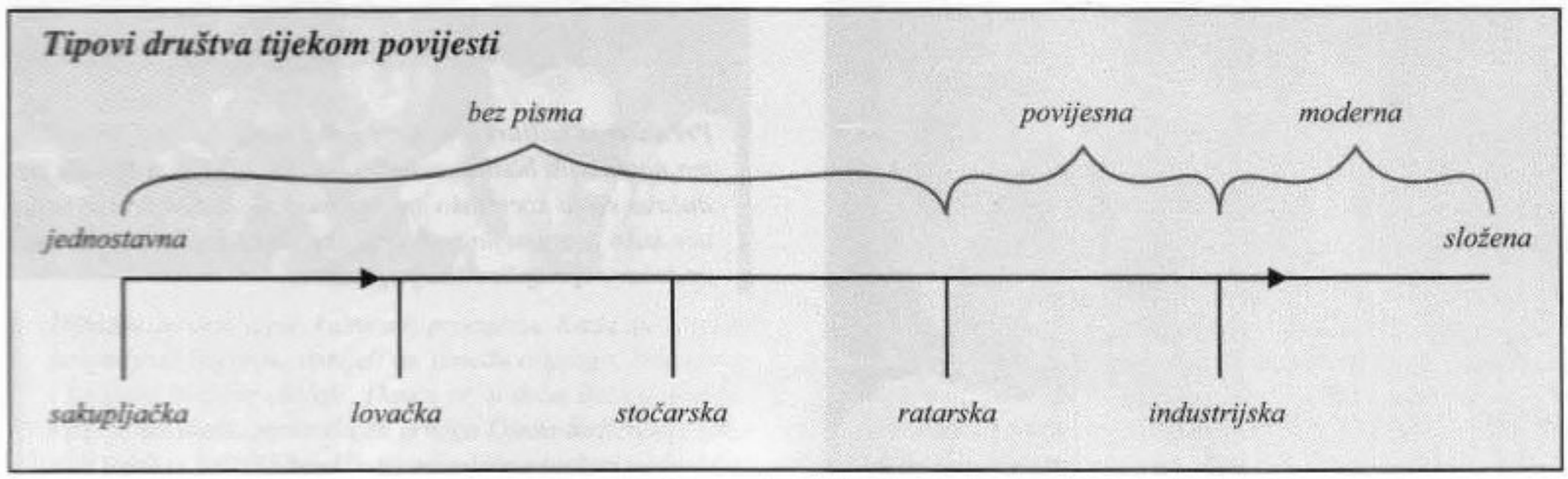
1) ***Lovačka i sakupljačka društva.*** Zahvaljujući iznimnom znanju o okolišu, takve skupine mogu osigurati preživljavanje lovom, ribolovom i sakupljanjem plodova. Vrlo su pokretljive, mala je nejednakost između članova grupe (temelji se ponajprije na spolu i dobi), a srodstvo je osnovica društvene strukture. Procjenjuje se da u svijetu danas u takvim društvima živi oko 250 000 ljudi, uglavnom u izoliranim dijelovima Brazila i Nove Gvineje.

2) ***Pastirska i ratarska društva.*** Prije oko 20 000 godina neke su sakupljačke i lovačke skupine prešle na uzgoj domaćih životinja ili obrađivanje zemlje kao način proizvodnje sredstava za život. Mnoga su društva kombinirala oba načina. Pastirska društva temelje se na uzgoju goveda, ovaca, deva ili konja. Budući da se neke od tih životinja mogu rabiti kao sredstvo prijevoza, ta su društva mnogo pokretljivija, pa često dolaze u dodir s drugim skupinama – radi trgovine ili rata. U njima također postoje veće razlike u moći i bogatstvu. Mongoli i Arapi povijesni su (a dijelom i suvremeni) primjeri takvih društava. Ratarska se društva temelje na uzgoju žitarica i drugih biljaka. Kao i kod pastirskih društava, takva proizvodnja osigurava relativno stalnu opskrbu hranom, pa su ta društva brojnija od sakupljačkih, a također se povećava i nejednakost među članovima. Zemljoradnja znači i izgradnju stalnih naselja, te uspostavljanje stalnih ekonomskih i političkih veza između više naselja.

3) ***Društva tradicionalnih država.*** Razvoj tih društava povezan je s rastom gradova, izrazitim nejednakostima u bogatstvu i moći i vladavinom kraljeva i careva. Zbog uporabe pisanih dokumenata, razvoja znanosti i umjetnosti često ih zovu civilizacijama, odnosno historijskim društvima. Najstarija carstva toga tipa nastaju u dolinama plodnih rijeka na Bliskom istoku, ostali primjeri su stara Kina, Rimsko Carstvo i carstva Inka, Asteka i Maya u Americi.

4) ***Industrijska društva.*** Industrijalizacija se temelji na primjeni znanstvenih spoznaja u proizvodnji i uporabi novih izvora energije (dakle, ne više ljudskih ili životinjskih). Na početku parni stroj, a kasnije stroj s unutarnjim izgaranjem, električna energija, a zatim nuklearna. U usporedbi s tradicionalnim društvima, tehnološki je razvitak industrijskih društava izuzetno brz. Tehnološki razvoj samo je jedna od značajki industrijskih društava. U odnosu na tradicionalna društva, u industrijskima većina ljudi radi u tvornicama i uredima, a vrlo mali dio radne snage (od 2 do 5 posto) u poljoprivredi. Industrijska su društva također urbanizirana – većina stanovništva živi u gradovima. Gradski način života znači veću impersonalnost (ljudi se međusobno ne poznaju) te veći utjecaj velikih organizacija (vladinih službi, korporacija) na život svakoga pojedinca. Ideje racionalizma, općega prava glasa, osobnih sloboda i jednakosti mijenjaju politički krajolik društva, tako da je industrijalizam povezan s razvitkom demokratskih institucija.

5) ***Postindustrijsko društvo.*** Neki znanstvenici smatraju da je na pomolu novi tip društva koje ima sljedeće značajke: prvo, sve veći broj ljudi zapošljava se u takozvanom tercijarnom sektoru, tj. u području usluga umjesto u proizvodnji materijalnih dobara. Drugo, računalna tehnologija dopušta automatsko upravljanje proizvodnim procesima, pa se mijenja i značaj ljudskoga rada: rad se sve više usmjerava na stvaranje, obradu i distribuciju informacija, intelektualizira se. Neki zato govore o informatičkom ili umreženom društvu. Radna snaga u tom tipu društva obrazovanija je nego u industrijskom društvu.

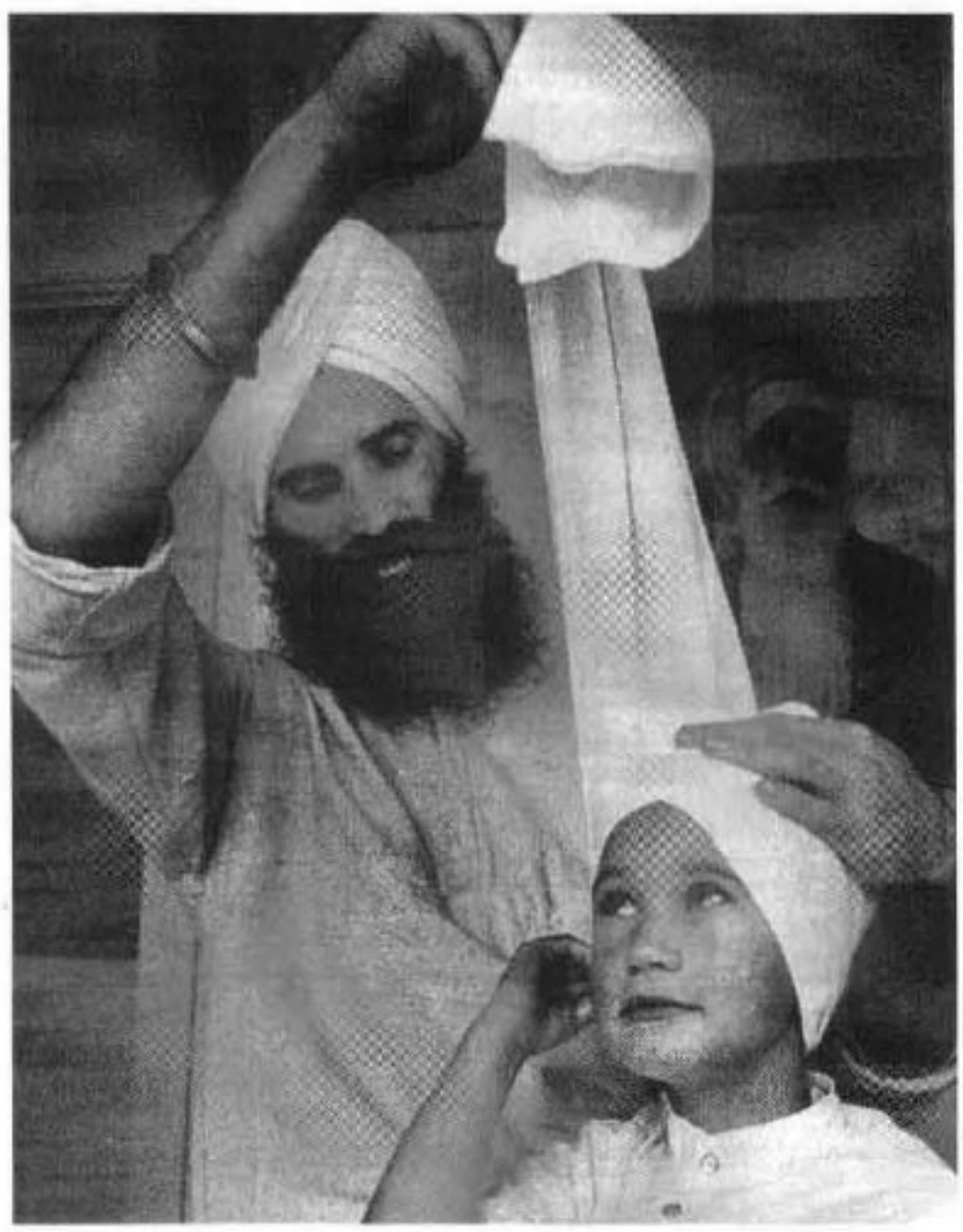


Opće značajke kulture

Najveći dio našega ponašanja i mišljenja određen je kulturom, mada smo malokad toga svjesni. Vlastitu kulturu obično uzimamo "zdravo za gotovo", kao nešto neupitno i prirodno. Tek u susretu s tuđim običajima postajemo svjesni vlastitih. Ova osobina odnosi se ponajprije na način sudjelovanja pojedinaca u kulturi i u većoj mjeri naglašava njezine subjektivne aspekte. Ako kulturu kao složenu cjelinu promatramo s objektivnoga stajališta, možemo uočiti neke opće zajedničke značajke svih kultura.

» ***Kultura je temeljena na simbolima.*** Simboli su bitni kao mehanizam za spremanje i prenošenje velikih količina informacija koje čine kulturu.

» ***Kultura je naučena*** i njezino prenošenje ne ovisi o biološkom naslijeđu. Glavni proces kojim se to obavlja jest proces socijalizacije.



Prenošenje kulture. *Na Baliju muškarac čita svojim unucima natpise na bambusovim trakama. U Indiji otac Sikh podučava svoju kćer kako smotati turban. U Kaliforniji mladi uče kako primjereno jesti artičoke. Žena iz plemena Navajo podučava djevojčicu tkanju prostirki.*

» ***Kultura je zajednička*** članovima nekoga društva ili grupe, to jest – ona je u većoj mjeri kolektivna nego individualna značajka. Pojedinci, naime, ne usvajaju niti slijede obrasce svoje kulture u jednakoj mjeri. Minimum konformnosti (prilagodljivost, suglasja) osigurava se procesom socijalne kontrole.

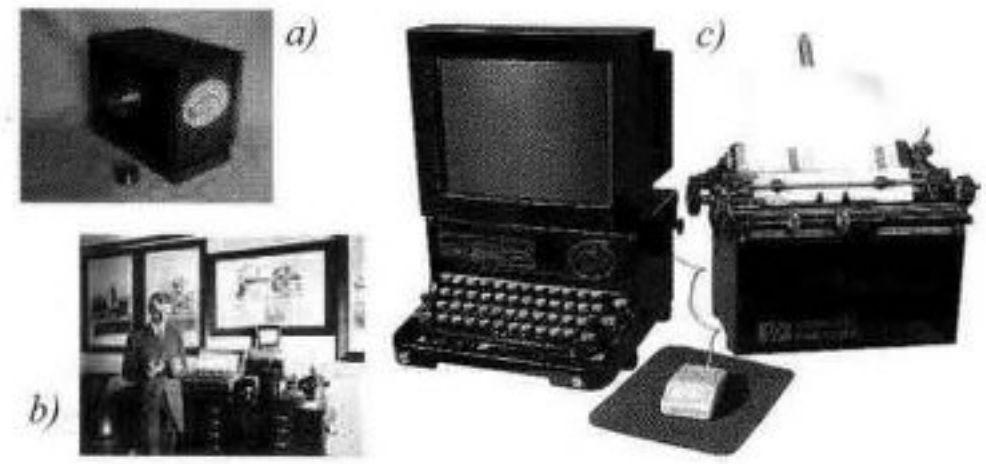
» ***Kultura je kumulativna.*** Kada to kažemo, mislimo da je kultura usmjerena prema neprestanom rastu, širenju i dodavanju novih elemenata.

» ***Kultura se neprestano mijenja.*** Nijedna kultura nije statična i fiksna – u njoj se stalno događaju promjene.

Kulturna promjena

Kulturna promjena dolazi i "iznutra", iz same kulture, i "izvana", najčešće dodirom s drugom kulturom. U sociologiji i antropologiji obično se razlikuju tri procesa povezana s kulturnom promjenom.

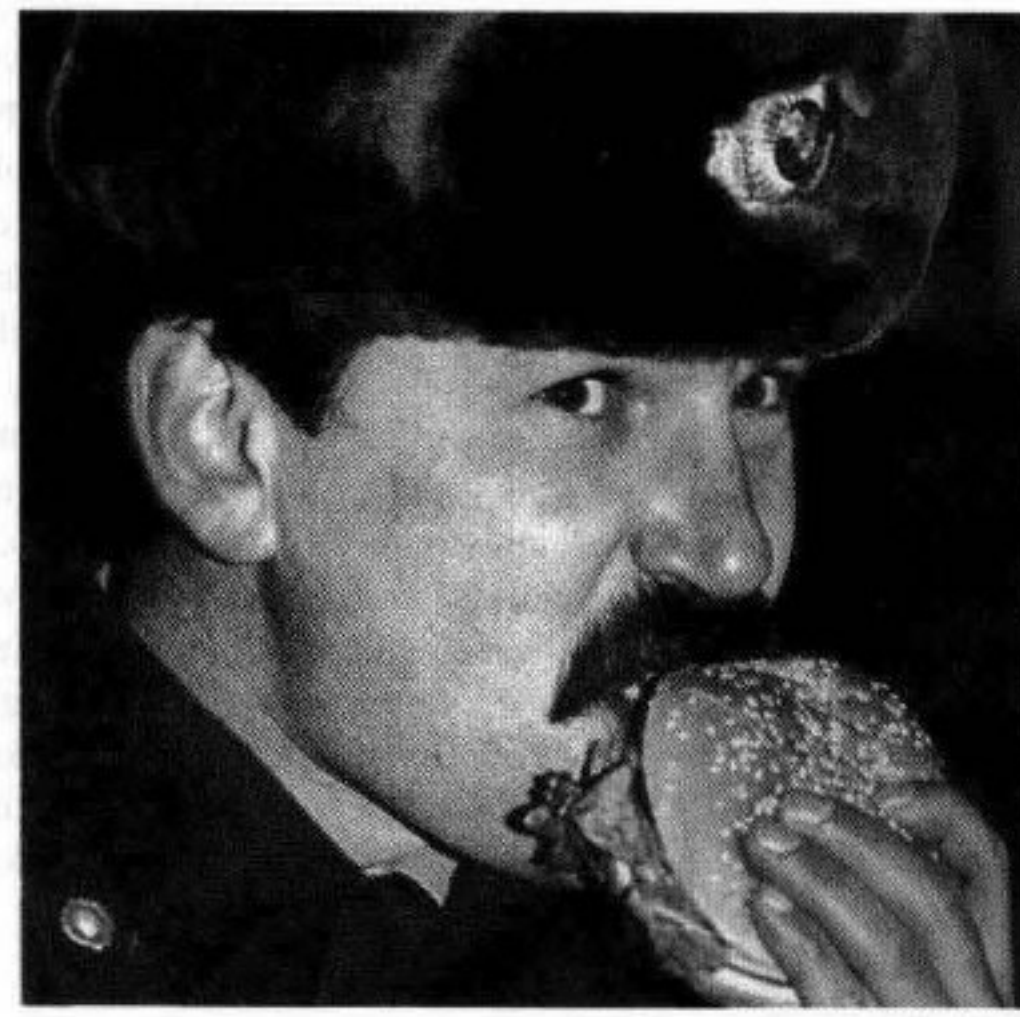
» ***Inovacija.*** Riječ kojom istodobno označavamo otkrića i izume. ***Otkriće*** znači uspostavljanje novih, dosad nespoznatih činjenica i odnosa među njima. Einsteinova teorija relativnosti ili utvrđivanje postojanja dotad nepoznata nebeskoga tijela primjeri su otkrića. ***Izumi*** znače novu kombinaciju poznatih elemenata – automobil ili osobno računalo, primjerice. Izum automobila ovisio je o prethodnim izumima: od prethistorijskog izuma kotača do modernoga motora s unutarnjim izgaranjem. Inovacije često imaju kumulativan učinak: izum stakla omogućio je proizvodnju posuđa, prozorskoga stakla, leća, žarulja, zrcala, TV-ekrana itd. Leće su pak pretpostavka za naočale, povećala, teleskope, kamere i tako dalje. Inovacije se ne odnose samo na tehnologiju, nego i na ideje i društvenu organizaciju. Protestantizam – verzija kršćanstva nastala krajem 15. stoljeća – je bio religijska inovacija. Demokratski izabran parlament ili sud za maloljetnike primjeri su organizacijskih izuma.



a) Jedan od prvih fotoaparata. b) Nikola Tesla u svojem laboratoriju. c) Mnogi uređaji proizvod su inovacija.

» ***Difuzija*** je proces kojim se nove ideje, ponašanja, tehnologije i vjerovanja prenose s osobe na osobu, s grupe na grupu ili s društva na društvo. U današnjem su svijetu sve kulture rezultat posuđivanja od drugih. Od Kineza smo, primjerice, "posudili" čaj, porculan, barut, svilu, rižu, suncobrane, kišobrane, papar, kompas, azbest, papirni novac i sustav identifikacije pomoću otisaka prstiju. Od američkih Indijanaca uzeli smo kukuruz, duhan, krumpir, kinin (lijek za malari-

Difuzija *je čest izvor kulturnih promjena. Kada su Englezi kolonizirali Nigeriju, donijeli su, između ostaloga, kršćanstvo i zapadne božićne običaje. Danas se, u doba Božića, u nigerijskim novinama može vidjeti crnoga Djeda Božičnjaka kako pati u teškoj odjeći i bradi neprimjerenima toplom podneblju.*



Još jedan primjer difuzije. *Kada je McDonald's otvorio prvi restoran u Moskvi, tisuće Rusa – uključujući i ovoga vojnika – pohrlili su kušati hamburger (nazvan Big Mac). Moskovski restoran ima 900 mjesta i u prvoj godini trebao je ostvariti deset puta veći prihod nego slični restorani u SAD-u.*

ju), tobogan, viseću ležaljku, krplje i kokain. Danas je proces difuzije obuhvatniji i brži – pomislimo samo na Coca-Colu ili McDonald's kao simbole američke kulture prisutne u čitavom svijetu. Nematerijalni dijelovi kulture – ideje i vjerovanja – sporije se i teže prenose, jer su po svojoj naravi trajniji i stabilniji. Prenošenje ili nametanje nematerijalnih dijelova kulture često izaziva otpore i sukobe. Kada neka grupa u dodiru s drugom gubi svoje izvorne kulturne značajke i preuzima tuđe, govorimo o ***akulturaciji***. U procesu difuzije dolazi do selekcije i izmjene. Pojedina kultura "izabire" samo neke dijelove druge kulture, dok druge odbacuje, ili pak mijenja preuzete elemente. U islamskoj zemlji nećete moći naručiti pizzu sa šunkom.

» ***Gubljenje kulturnih obrazaca.*** Mada je kultura kumulativna, neke se ideje, vještine i umijeća izgube i nestanu. Egipatsko umijeće balzamiranja pokojnika nije nam danas više poznato. Vještina gradnje vrhunskih violina koju su imali Stradivari i Guarneri danas je tajna i izazov suvremenoj znanosti. Pod utjecajem popularne kulture i televizije gube se mnogi stari običaji. Prehrambene i odjevne navike mladih ljudi danas su, pod utjecajem američke kulture, slične u čitavom svijetu, što znači da se gube navike koje su imali njihovi roditelji i bake i djedovi.

Čelične sjekire i kameno doba

Kako najobičniji predmet poput čelične sjekire može ugroziti čitavu kulturu, pokazuje primjer australskih domorodaca (Aboridžina) prije nekoliko desetljeća. Kao ni mnogi drugi Aboridžini, pleme Yir Yoront nije poznavalo proizvodnju metala. Prehranjivali su se lovom, ribolovom i sakupljanjem plodova. Kamena sjekira bila je najvažnije oruđe u njihovoj privredi.

Izrada i svakodnevna upotreba sjekire odvijala se u složenim društvenim odnosima: samo su muškarci smjeli izrađivati sjekire i to je bilo povezano s magijom i mitskim značenjima. Žene i djeca mogli su koristiti sjekire, ali su uvijek muškarce morali tražiti dopuštenje. Jedino je muškarac mogao reći: "To je *moja* sjekira.", dok je za žene to uvijek bila *tvoja* sjekira. Posuđivanje sjekira odvijalo se u okviru složenih srodničkih odnosa. Žena je posuđivala sjekiru od svoga muža. Ako je žena bila neudana ili je muž bio odsutan, otišla bi posuditi sjekiru od starijega brata ili oca. Samo bi iznimno otišla ujaku ili drugom muškom rođaku.

Posuđivanje sjekira uvijek se odvijalo kao interakcija dvoje ljudi, u kojoj je uvijek postojao jasan odnos nadređenosti i potčinjenosti. Sjekira je među Yir Yorontima bila važan simbol muškosti (kao što su kod nas brada ili pušenje lule). Žene su posuđivale od muškaraca, mlađi od starijih. Tako je sjekira određivala različite položaje po spolu i po dobi.

Dolaskom kršćanskih misionara u područje Yir Yoronta to se počelo mijenjati. Jedna od stvari koje su misionari donijeli Aboridžinima bila je čelična sjekira. Nova i bolja sjekira, međutim, nije toliko promijenila njihov način privređivanja – čelične su sjekire bile čvršće i trajnije, ali nisu donijele neku veliku promjenu u praktičnom smislu, jer su ih domoroci koristili na sličan način kao i kamene sjekire – promjena je bila kulturna.

Misionari su, naime, željeli popraviti uvjete života domorodaca, pa su masovno dijelili čelične sjekire. Žene i djeca mogli su tako dobiti *svoju* sjekiru. Muškarci više nisu imali monopol na sjekire; štoviše, moglo se dogoditi da muškarac posjeduje samo kamenu sjekiru, dok su njegove žene i sinovi posjedovali vlastite čelične. Sve je to dovelo do pomutnje u spolnim, dobnim i rodbinskim ulogama. Žene i mladići dobili su neovisnost.

Yir Yoronti su pokušali uključiti čeličnu sjekiru u svoj totemski sistem i svoje mitove. No, čelična sjekira – kao i većina industrijskih proizvoda – nema mit o postanku i nije povezana s duhovima predaka. Može li se, sjedeći popodne u hladovini, smisliti mit o postanku čelične sjekire? Ne može! – to je izazvalo užasavajuću sumnju da su i drevni mitovi Yir Yoronta o postanku možda pogrešni. Zavladala je nesigurnost, sumnja i tjeskoba.

Čelična sjekira nije samo fizički zamijenila kamenu, nego je ugrozila čitav kulturni poredak domorodaca. Ugrozila je mitsku prošlost totemskih predaka, a time i jamstvo sadašnjosti i izvjesnost budućnosti. Bez prošlosti, sadašnjost je besmislena, a budućnost neizvjesna i zbrkana.

Kulturno zaostajanje

Sociolog William Ogburn uveo je razliku između ***materijalne*** i ***nematerijalne kulture***. Materijalna kultura odnosi se na fizičke i tehnološke aspekte društvenoga života, a nematerijalna na načine upotrebe materijalnih objekata, kao i na običaje, vjerovanja, svjetonazore, oblike komunikacije i tako dalje. Promjene dvaju vidova kulture nisu usklađene: promjene u materijalnoj kulturi su brze, dok su prateće promjene u nematerijalnoj kulturi (vrijednostima, normama, vjerovanjima, zakonima, religiji, obitelji) sporije, pa dolazi do jaza i zaostajanja u prilagođavanju nematerijalne kulture promjenama u materijalnoj. Ogburn je to nazvao ***kulturnim zaostajanjem*** (*cultural lag*). Osim što neusklađene promjene mogu ometati društveni razvoj, kulturno zaostajanje može izazvati i društvene sukobe. Difuzija nekih elemenata materijalne kulture može stvoriti probleme u društvu. Pojednostavljeno govoreći, lakše je prihvatiti neki novi tuđi proizvod, nego tuđe ideje. Nematerijalna kultura mnogo je otpornija na promjenu od materijalne.

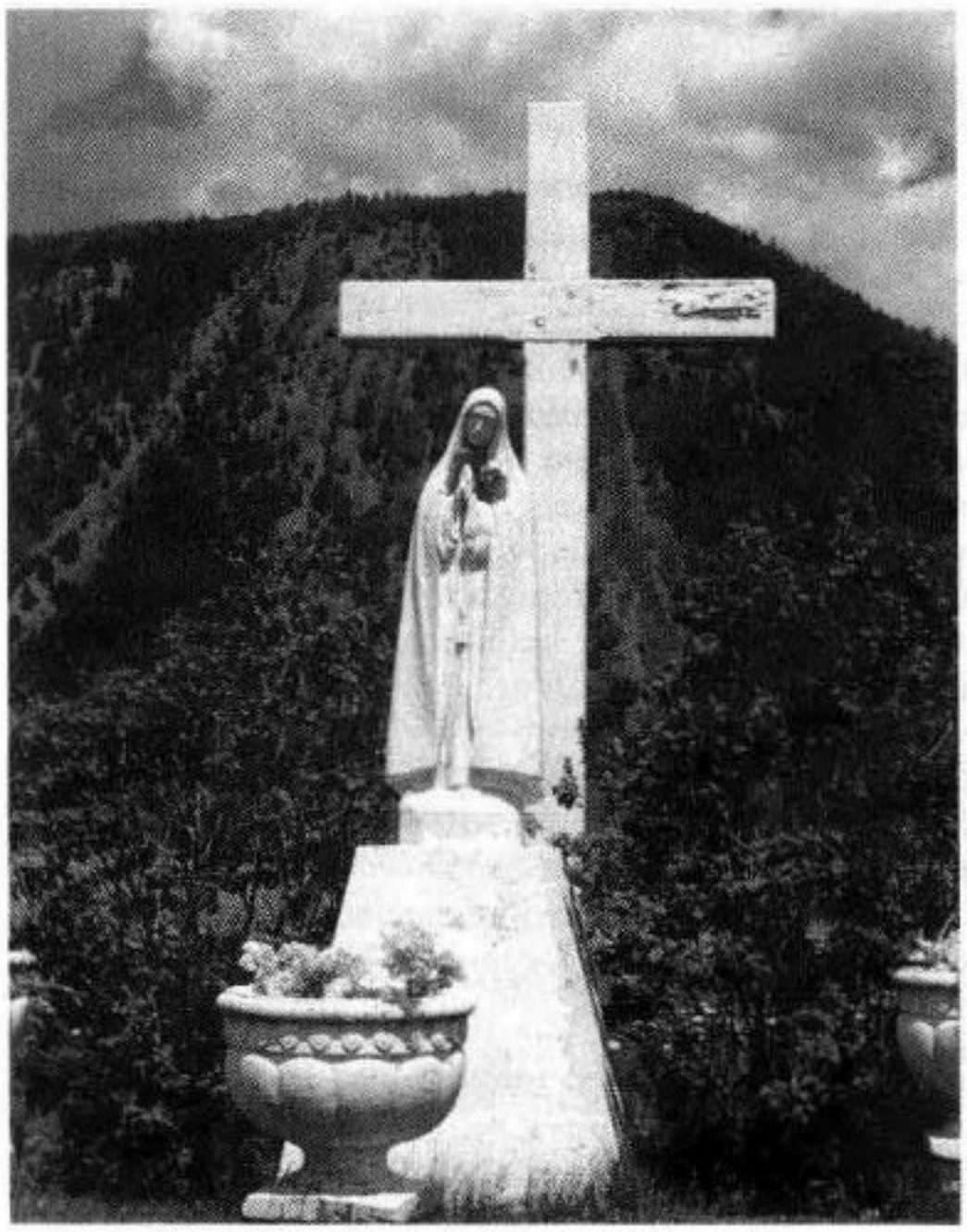
Hrvatski sociolog Josip Županov pokušao je (1970. g.) na osnovi Ogburnovih ideja objasniti zbog čega su rezulati u našoj industriji slabiji nego u zapadnim zemljama. Razloge nije našao u lošijoj tehnologiji ili slaboj kvalificiranosti radnika, nego u *egalitarnom sindromu* – skupu vrijednosti i stavova koji su u neskladu s industrijskim vrijednostima. Egalitarizam inzistira na "jednakim želucima", tj. jednakim potrebama svih ljudi, dok industrijalizam pretpostavlja različite nagrade za različite učinke. U egalitarizmu se nešto smatra "radom" jedino ako su to prljave ruke i znojno čelo (dakle, fizički rad), dok se umni rad ne cijeni. Iz toga proizlazi antiintelektualizam – obrazovani i stručni ljudi se ne cijene jer ništa ne rade nego samo "filozofiraju". Prema Županovljevu mišljenju, egalitarni sindrom kao značajka naše nematerijalne kulture vuče podrijetlo iz tradicionalnoga, seljačkoga društva i vrlo se sporo mijenja. Tako – bez obzira na najnoviju tehnologiju – nematerijalna kultura sprečava postizanje boljih ekonomskih rezultata. Osim na ekonomiju, egalitarni sindrom utječe i na druge vidove života: odnos prema ženama (patrijarhalnost), sklonost slijepoj poslušnosti autoritetu (autoritarnost) i nedemokratičnost.

? *Županov je članak o egalitarizmu napisao prije više od trideset godina. Mislite li da njegova stajališta još uvijek vrijede? Kakva je vaša predodžba napornoga rada? Što mislite o ideji "jednakih želudaca"?*

Komponente kulture

Simboli

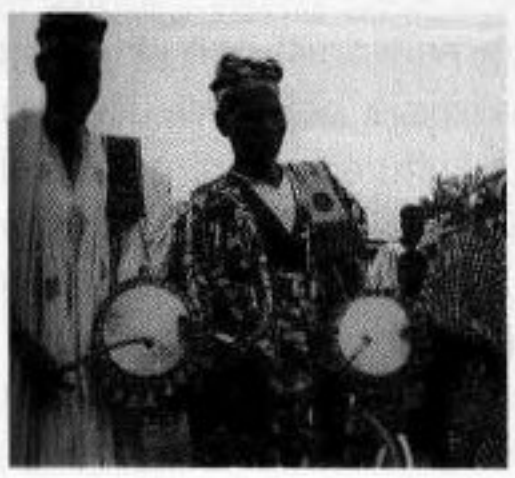
Nastanak kulture temeljen je na specifično ljudskom načinu komunikacije – simboličkoj komunikaciji. Sve životinje komuniciraju, tj. prenose bitne informacije, ali jedino ljudi to čine rabeći simbole. **Simbol** možemo definirati kao bilo koji fenomen kojem je društveno (tj. kulturno) pripisano određeno značenje. Drugim riječima, simbol se uvijek pojavljuje umjesto nečega drugoga. Simbol treba razlikovati od znaka. Odnos između znaka i značenja koje on prenosi je fiksiran, dok je odnos između simbola i značenja koje on prenosi *arbitraran* (proizvoljan). Tamni su oblaci, na primjer, znak skore kiše, povišena temperatura znak je bolesti, požutjelo lišće znak je da biljci nedostaje vode. I to je uvijek tako. Komunikacija među životinjama temeljena je na znakovima i genetski determinirana: "ples" kojim pčela priopćava da je našla pašu ili urlik vuka kojim doziva ostale članove čopora genetski su programirani činovi komunikacije, u kojima postoji strogo ograničen odnos između znaka i značenja što se prenosi. Prema tome, znakovi su zatvoreni, neproduktivni mehanizmi komunikacije, njihovo značenje je čvrsto predodređeno i ne može im se dodati novo. Za razliku od znakova, simboli su otvoreni i *produktivni*, mogu poprimiti novo značenje (ili čak više različitih značenja) i neusporedivo su efikasniji od znakova u prenošenju značenja. Simboli su osnovna komponenta kulture i omogućavaju ljudima da sebi i drugima predstave objekte, događaje i odnose u svojoj okolini. Najvažniji skup simbola koji posjedujemo jest jezik, ali i druge pojave – materijalni objekti i aspekti ponašanja – mogu također biti sredstvo za proizvođenje i prenošenje značenja. Odjeća, geste, način prehrane, arhitektura i mnogi drugi materijalni vidovi kulture mogu biti simboli odnosno imati simbolički karakter. Društvena okolina u kojoj živimo zapravo se sastoji od simbola čije je značenje društveno i kulturno određeno. Procesom socijalizacije pojedinci uče prepoznavati značenja simbola kulture u kojoj odrastaju. Istovremeno, kulture se međusobno razlikuju s obzirom na značenja što se pridaju istim simbolima. Tjelesna je debljina, primjerice, u nekim kulturama simbol moći i ugleda, dok u našoj kulturi nije tako. Svastika (kukasti križ) u našoj kulturi simbolizira nacizam, dok je u Indiji to simbol života i sreće.



Kulturne univerzalije

Trebamo li na temelju razlika u običajima među društvima zaključiti da ne postoje nikakve sličnosti među kulturama i nikakva mogućnost njihove usporedbe? Ili, drukčije kazano: možemo li govoriti o **kulturnim univerzalijama** – organiziranim i trajnim obrascima društvenoga života prisutnima u svim društvima? Pođemo li od toga da su svi ljudi u biti slični i susreću se s istim problemima, na posljednje pitanje možemo pozitivno odgovoriti: sve kulture sadrže zajedničke nazivnike ili konstante. Antropolog George P. Murdock sastavio je listu od 88 kulturnih značajki koje smatra univerzalnima u svim kulturama. Među njima su: jezik, prehrambeni tabui, pogrebni obredi, prava vlasništva, vjerski običaji, sistem srodstva, zabrana incesta, različita praktična znanja (paljenje vatre, upotreba oruđa, imenovanje različitih biljaka i slično), umjetnost, ples, pravila higijene, darivanje itd. Važno je napomenuti da pojam kulturnih univerzalija ne obuhvaća zbiljske detalje mišljenja i ponašanja ljudi, nego se odnosi na formu – obuhvatne tipove ponašanja koje nalazimo u svim kulturama. Računanje vremena, primjerice, kulturno je univerzalno, ali naša podjela tjedna na sedam dana značajka je samo zapadne kulture. Na Javi tjedan ima šest dana, a sajmeni tjedan u Nigeriji četiri.

Glazba kao kulturna univerzalija.



Jezik

Jezik je najbitnija komponenta ljudske kulture. Možemo ga definirati kao društveno strukturiran sistem zvučnih obrazaca – riječi i rečenica – sa specifičnim i proizvoljnim značenjima. Što znači kad kažemo da su značenja riječi *proizvoljna* (arbitrarna)? Ako jezik pojmimo kao sredstvo kojim predstavljamo svijet oko sebe, značenje bilo koje riječi – "drvo", na primjer – ne ovisi o drvetu kao predmetu u prirodi, nego o drugim riječima u jeziku (šuma, šikara, grm, ili pak kamen, željezo ili cigla). Značenje neke riječi, dakle, uspostavlja se na osnovi razlike spram drugih riječi u jeziku, a ne u odnosu prema predmetu u prirodi koji riječ označava. Da je tomu zaista tako dokazuje nam postojanje različitih jezika u kojima za iste predmete u prirodi postoje različite riječi. Prema tome, značenje riječi nije određeno njihovim odnosom prema predmetima i pojavama

Jezik, mišljenje i doživljaj svijeta

Antropolozi i lingvisti pitali su se doživljavaju li govornici različitih jezika svijet na različite načine. Povod za takvo pitanje poslužile su im uočene razlike među jezicima. U hrvatskom je jeziku, primjerice, jedna riječ za snijeg, dok Eskimi imaju dvadesetak različitih riječi kojima označavaju različite vrste snijega, ali nemaju riječ za snijeg općenito. Indijanci u Brazilu imaju brojne nazive za različite vrste papiga, ali – zanimljivo – nemaju riječ za papigu općenito. Beduini imaju oko 160 različitih naziva za devu, koji se odnose na vrstu, veličinu, boju, starost i tako dalje. Istraživači su općenito uočili da ljudi u jednostavnim društvima misle konkretnije, dok oni u razvijenim urbanim društvima imaju više apstraktnih pojmova. Prosječan član jednostavnoga društva može razlikovati 500 do 1 000 različitih biljnih vrsta, dok ih prosječan stanovnik grada može imenovati 50 do 100. Gradski stanovnici, nasuprot tome, imaju veći broj općih pojmova, primjerice: biljka, drvo, grm. Specifični uvjeti života Eskima i brazilskih Indijanaca stvaraju potrebu preciznijega nazivlja konkretnih prirodnih pojava.

Edward Sapir i Benjamin Whorf, dvojica antropologa koji su se posebno bavili jezikom, ustvrdili su da je jezik mnogo više od nadijevanja imena stvarima u "stvarnom svijetu". Budući da jezik stoji između nas i svijeta, smatraju, on zapravo *oblikuje* "stvarnost" koju doživljavamo. Takozvana ***Sapir-Whorfova hipoteza*** tvrdi da mi spoznajemo svijet samo jezikom. Upotreba različitih jezika ne znači samo različito imenovanje neke zajedničke "stvarnosti", nego znači doživljavanje *različite* stvarnosti. Ljudska percepcija je, prema tome, uvjetovana jezikom: različiti jezici znače i različite percepcije stvarnosti. Riječi "strah" i "sram", primjerice, omogućuju nam da razlikujemo ta dva osjećaja. Australski Aboridžini nemaju odvojene riječi za te osjećaje. Umjesto toga, oni imaju jednu riječ – *kuntan* kojom označavaju ne samo strah i sram nego i sramežljivost, nelagodu i posramljenje. Njima je teško razlikovati pet različitih osjećaja koje mi određujemo riječima pet različitih riječi. Čak i osnovne kategorije vremena i prostora doživljavat će se različito u jezika. Uspoređujući jezik Hopi Indijanaca i engleski, Whorf je zaključio da se u engleskom jeziku imenice grade tako da označavaju neku stvar ili objekt kao dio nekoga u prostoru i vremenu precizno smještena događaja. I prostor i vrijeme su mjerljivi i dijeljivi na manje jedinice. U hopijevskim rečenicama, međutim, događaji nisu smješteni s obzirom na vremensku točku, nego s obzirom na suprotnost između "postojanja" i "nastajanja". Umjesto prošloga, sadašnjeg i budućega glagolskoga vremena, gramatika hopijevskoga jezika razlikuje samo događaje koji su se dogodili i one koji se još događaju. Iz toga Whorf zaključuje da engleska gramatika pogoduje preciznom računanju vremena kakvo postoji u modernim društvima. Vrijedi napomenuti da mnogi osporavaju takav zaključak navodeći primjer civilizacije Maya u kojoj se govorio jezik vrlo sličan hopijevskom, koja je stvorila jedan od najpreciznijih kalendara uopće.

Ipak, činjenica jest da se jezici razlikuju po strukturi, a to utječe i na percepciju svijeta govornika. U romanskim i slavenskim jezicima imenice se prepoznaju po (muškom, ženskom i srednjem) rodu, dok engleski to nema. Jezik Kwakiutl Indijanaca razlikuje gramatičke oblike s obzirom na to je li objekt o kojem se govori blizu ili daleko, te je li vidljiv i nevidljiv.

Eskimi imaju brojne riječi za različite vrste snijega. Bismo li – kad bismo naučili te riječi – bili u stanju prepoznati različite vrste snijega kad ih vidimo? Drugim riječima, oblikuje li poznavanje riječi (jezika) našu percepciju stvarnosti? Prema Sapir-Worfovoj hipotezi, odgovor je potvrdan. Ljudi koji govore različite jezike različito misle i različito doživljavaju svijet.

Pozdravljanje je norma (folkway) u svim društvima. Načini pozdravljanja se, kao što vidimo, razlikuju.

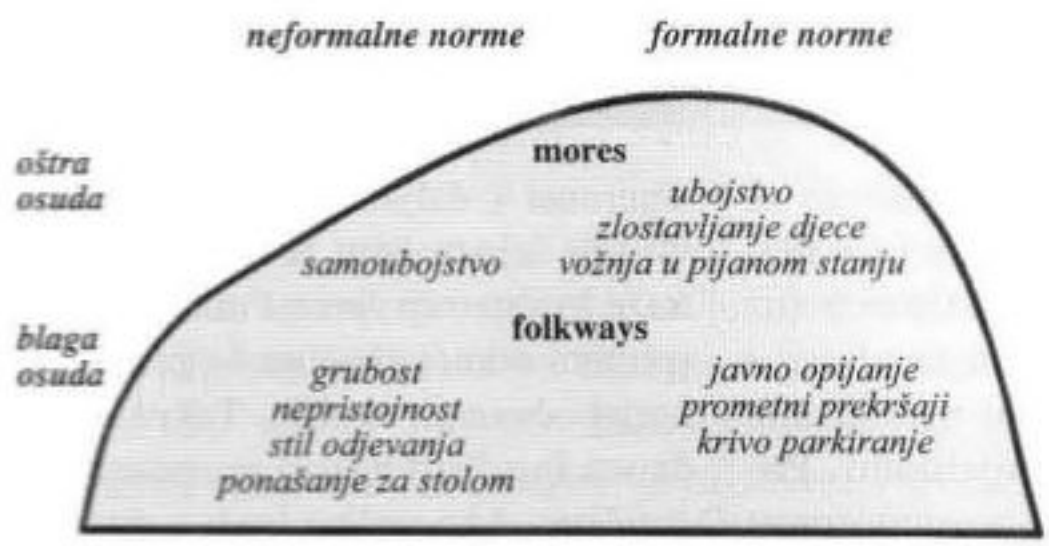
koje označavaju, nego odnosom prema drugim riječima jezika. Razlika između jezika kao skupa simbola i sistema znakova kojim barataju životinje potvrđuje nam činjenicu da je jezik izuzetno dostignuće ljudske evolucije. Nasuprot zatvorenom sistemu znakova, jezik je *otvoren* – simboli mogu poprimiti nova značenja. Govornici mogu izgovoriti rečenice koje nikada prije nisu izgovorene, što jezik čini *produktivnim* sistemom. Jezik nam, nadalje, omogućava da izrazimo stvari izvan neposrednog osjetilnog doživljaja svijeta: da govorimo o prošlosti ili o budućnosti, ili čak o stvarima koje ne postoje. Znakovi su, nasuprot tomu, uvijek ograničeni samo na one situacije u kojima je njihovo iskazivanje relevantno, tako da, primjerice, životinje odašilju signale o hrani jedino kad je zaista pronađu. Konačno, jezik se prenosi *učenjem*, za razliku od sistema znakova koji se prenose genetski. Jezik je osnovno sredstvo za *društvenu akumulaciju* iskustava, vještina i znanja te prenošenje toga naslijeđa na slijedeće generacije. Opisujući opasnosti automobilskog prometa, roditelj može objasniti djetetu zašto je prelaženje ulice opasno. Nije, dakle, neophodno da dijete nauči te činjenice metodom "vlastite kože". Osim toga, jezik nam pomaže da u društvenom životu koordiniramo djelovanje s drugim članovima društva, tj. da shvatimo tuđe i objasnimo i opravdamo vlastite postupke. Budući da žive u grupama, pojedinci moraju na neki način izraziti što očekuju od drugih i razumjeti što drugi očekuju od njih. Jezik omogućava da se to postigne.

Norme

Svako društvo ima manje-više precizna pravila o ponašanju u najrazličitijim situacijama. U našoj se kulturi, primjerice, smatra prikladnim jesti za stolom, upotrebljavati jedaći pribor, ne srkati, mljackati ili podrigivati se. U redoslijedu različitih jela uobičajeno je da se krene s predjelom, a zatim slijede juha, glavno jelo i na kraju desert. Ako jedemo meso, onda je to meso samo nekih životinja: bilo bi u najmanju ruku čudno poslužiti za ručak pečena jastreba ili pohanu zmiju, a gotovo odvratno meso psa ili mačke. Takva pravila nazivamo normama i nalazimo ih u gotovo svim društvenim situacijama – od svakodnevna komuniciranja ili odgoja djece do načina odijevanja ili osvajanja vlasti. **Norme** su, dakle, društvena pravila ili upute što određuju prikladno ponašanje u određenim situacijama. Prekršiti normu znači ne ispuniti očekivanja okoline i izložiti se sankcijama (prigovorima, preziru, podsmijehu, osudi). S obzirom na važnost koju društvo pridaje pojedinoj normi i s time povezanom oštrinom sankcija, razlikujemo nekoliko vrsta normi.

» ***Folkways.*** U našem je društvu normalno da se ljudi rukuju pri upoznavanju, pokriju usta kad zijevaju, odjenu se prikladno za svečane prigode, održavaju tjelesnu čistoću i slično. Ako se tko ne pridržava tih pravila, ocijenit ćemo ga "čudnim", neobičnim, "neodgojenim", nenormalnim ili otkačenim, ali u pravilu nećemo smatrati da je takvo ponašanje nemoralno, zlo ili kriminalno. U sociologiji se engleska riječ folkways (od *folk* = narod, *way* = način, navika, običaj) rabi za običajne norme kojima društvo pridaje manju važnost i kršenje kojih izaziva blage ili nikakve sankcije (najčešće ogovaranje ili podsmijeh).

» ***Mores*** (pl. od lat. *mos* = običaj) su pravila kojima se pridaje velik značaj, moralno su obvezujuća, a njihovo kršenje uzrokuje oštre sankcije. Krađa, prijevara, izdaja, silovanje, ubojstvo ili zlostavljanje djece uzrokuju snažnu moralnu osudu, smatraju se teškim grijehom i znače stroge kazne za počinitelje – izopćenje iz zajednice, zatvor ili čak i smrt. Mores su norme koje smatramo bitnim principima društvenoga života, a njihovo kršenje izaziva snažne emocionalne reakcije – zgražanje, bijes, snažno protivljenje. Među ovim normama posebno mjesto zauzimaju tabui. Riječ ***tabu*** je polinezijskoga podrijetla i južnopacifičkim je narodima označavala



zabranu ili isključivanje. Danas ona označava norme čije je kršenje apsolutno zabranjeno. U našoj se kulturi, na primjer, kanibalizam (jedenje ljudskog mesa) smatra ne samo nemoralnim nego neprirodnim, neljudskim. ***Tabu incesta*** (zabrana spolnih odnosa s najbližim srodnicima) prisutan je u svim društvima; francuski antropolog Claude Lévi-Strauss smatra da predstavlja točku prijelaza ljudske vrste iz prirodnoga u kulturno stanje.

» ***Zakoni.*** U malim, jednostavnim društvima svakodnevni je život reguliran običajima i pravilima poznatima svakom članu zajednice. Svi se međusobno poznaju te se poštovanje normi osigurava neformalnom društvenom kontrolom. U većim i kompleksnijim društvima, međutim, treba regulirati ponašanje velikoga broja vrlo različitih pojedinaca i grupa. **Zakoni** su formalizirane društvene norme čije poštivanje i provođenje osiguravaju posebne društvene grupe i institucije (sudstvo, policija i sl.). Bitna je osobina zakona legitimna upotreba sile za njihovo provođenje. Običaji (*mores*) su važan izvor zakona, ali su u modernim društvima zakoni najčešće rezultat svjesnog planiranja i formalnoga proglašavanja u zakonodavnim tijelima. S obzirom na to, podložniji su izmjeni nego ostale vrste normi.

Vrijednosti

Dok su norme pravila i upute za ponašanje, **vrijednosti** su apstraktne ideje o tome što je dobro, ispravno i poželjno. Vrijednosti su opće i obuhvatne, tako da – za razliku od normi – ne propisuju izravno prihvatljivo ili neprihvatljivo ponašanje. Umjesto toga, one služe kao mjerila za prosudbu ljudi, pojava i događaja s obzirom na standarde dobroga, lijepoga, moralnog itd. Istodobno, vrijednosti nam služe kao kriterij za izbor ciljeva i za njihovo opravdanje. Vrijednosti su osnova za društvene norme, s napomenom da su norme konkretnije, tako da jedna vrijednost može biti izražena kroz više normi. Jednakost kao društvena vrijednost, na primjer, može biti izražena kao norma jednakosti pred zakonom (dakle, jednakost ljudi bez obzira na spol, rasu, vjeru, etničku pripadnost itd.), ali i kao jednakost u bogatstvu i životnom standardu (norma egalitarizma prisutna u tzv. socijalističkim društvima). Vrijednosti se razlikuju od kulture do kulture. U zapadnoj kulturi, primjerice, pozitivno vrednujemo čistoću. Jedan američki znanstvenik ponio je na svoje putovanje u Maroko zalihu boca s čistom vodom. Lokalni stanovnici, za koje pijenje blatnjave vode predstavlja znak muškosti, zaključili su da Amerikanac ne zaslužuje osobito poštovanje. Na sreću, jedan od znanstvenikovih pomoćnika proširio je glas da Amerikancu vjera nalaže da pije samo pročišćenu vodu. To je objašnjenje bilo prihvatljivo, jer Arapi visoko vrednuju pobožnost.

Vrijednosti su univerzalna pravila, ali uvijek postoje i iznimke od tih pravila. Božja zapovijed "Ne ubij!" izražava poštovanje ljudskoga života općenito, kao i opasnost od društvenoga nereda i sukoba koji bi uslijedili ako bi ubojstva bila nešto uobičajeno. No, ubojstva u ratu smatraju se prihvatljivima, tako da se ubojicama daju i odličja. Isto tako, smrtna kazna je "službeni" oblik ubojstva kojim se nastoji zaštititi društveni poredak.

Norme i vrijednosti pojedine kulture ne mogu se naprosto prosuđivati sa stajališta druge kulture. Običaj u nekim muslimanskim zemljama koji nalaže da žensko tijelo mora biti skriveno od pogleda sa stajališta naše kulture čini se u najmanju ruku čudnim. Naša navika otvorena pokazivanja tijela sa stajališta muslimanskih žena izgleda sramotnom i opscenom.

Materijalističke i postmaterijalističke vrijednosti

Sociološka istraživanja vrijednosti usmjerena su na utvrđivanje najrasprostranjenijih i najprihvaćenijih vrijednosti u društvu te na promjene u sustavu vrijednosti. Mada su vrijednosti relativno trajne i stabilne, i one se mijenjaju pod utjecajem ekonomskih, političkih i kulturnih promjena. Djeca i mladi imat će neke vrijednosti drukčije od svojih roditelja. Povećana obrazovanost stanovništva značit će i promjene u vrijednosnom sustavu nekoga društva. Općenito, povijesni razvoj dovodi do napuštanja tradicionalnih i prihvaćanja modernih vrijednosti. Modernost se očituje kao povećana racionalnost, visoko vrednovanje znanosti i tehnologije, ekonomski rast, razvoj tržišta, slabljenje zajednice (*Gemeinschaft*) i jačanje individualizma i egoizma. To su teme kojima se sociologija bavila tijekom zadnja dva stoljeća.

Američki sociolog Ronald Inglehart poduzeo je nekoliko vrlo obuhvatnih istraživanja, da bi provjerio postavku o još jednoj promjeni vrijednosnoga sistema krajem 20. stoljeća. Njegova je osnovna ideja da se u najrazvijenijim zemljama modernistički vrijednosni sustav mijenja prema postmodernističkom. Povijesni prijelaz s tradicionalnih na moderne vrijednosti očitovao se kao sve veće naglašavanje individualnog ekonomskoga postignuća (uz slabljenje obveza prema zajednici) i inzistiranje na važnosti materijalnih stvari u životu (materijalizam). Prijelaz iz modernosti u postmodernost znači sve veće naglašavanje *kvalitete života* i izražavanja vlastitih sposobnosti. U modernosti je ekonomski rast glavni i općeprihvaćeni društveni cilj. U postmodernosti je ekonomska sigurnost i dalje važna, ali je ljudi više ne izjednačuju sa srećom, nego traže kvalitetniji život. Ponekad su se spremni odreći ekonomskoga rasta u korist očuvanja okoliša. Takve vrijednosti Ingelhart naziva *postmaterijalističkim*. Ako većina ljudi u društvu ima zadovoljene osnovne potrebe i ima osjećaj sigurnosti, vrijednosti će izražavati druge potrebe i ciljeve – povezane sa samoostvarenjem i kreativnosti.

Materijalističke i postmaterijalističke vrijednosti u Hrvatskoj 1995. godine

Materijalističke vrijednosti (osnovne potrebe)		Postmaterijalističke vrijednosti (društvene potrebe i samoostvarenje)	
opstanak	***sigurnost***	***pripadanje i poštovanje***	***intelektualne i estetske***
stabilna ekonomija	jaka vojska	manje impersonalnosti	lijepi gradovi i priroda
ekonomski rast	borba protiv kriminala	veći utjecaj na radnom mjestu	uvažavanje novih ideja
sprečavanje rasta cijena	održanje reda	veći utjecaj u politici	sloboda govora

? *Kako biste vi poredali vrijednosti po važnosti? Pokušajte realno sagledati svoju situaciju i procijeniti da li su vam važnije vrijednosti na lijevoj ili na desnoj strani tablice.*

Rituali

Rituali su načini izražavanja središnjih vrijednosti i bitnih tema nekoga kolektiva ili grupe. To su oblici ponašanja koji se odvijaju po standardiziranim pravilima i u određeno vrijeme, najčešće uključujući simbole. Ritualno djelovanje često je repetitivno, ali upravo to služi kao važno sredstvo izazivanja osjećaja, usmjeravanja spoznaje i organiziranja društvenih grupa. Ritual uvijek ima osobine drame: ne samo u pogledu smisla (sadržaja) rituala (npr. borba dobra i zla), nego i u pogledu načina izazivanja osjećaja sličnom kao u kazalištu – različitim podražajima svjetla, bojâ, pokretâ i zvuka. U svim kulturama nalazimo dvije vrste rituala: rituale solidarnosti i rituale prijelaza.

Rituali solidarnosti služe povezivanju pojedinca s grupom ili s društvom u cjelini. Emile Durkheim je, analizirajući religiju australskih domorodaca, zaključio da se u religijskim ritualima ideja društva pojavljuje u simboliziranom obliku kao nešto božansko (totem, duh illi slično). Simbolički aspekti rituala izazivaju kod sudionika snažne emocije koje se dodatno pojačavaju posebnim postupcima – od ritmičkoga kretanja, plesanja do uzimanja opojnih sredstava. Sudjelujući u ritualu, svaki pojedinac doživljava duboku povezanost s kolektivom, da bi se nakon toga osnažen i obnovljen vratio redovitu životu. Na taj se način obnavlja i solidarnost grupe, povećava se njezin stupanj integracije. Rituali solidarnosti ne tiču se samo religije, nego i politike. U suvremenim se društvima solidarnost, političko jedinstvo i patriotizam izražavaju ritualima poštovanja nacionalne zastave, pjevanjem državne himne ili obilježavanjem povijesnih događaja s velikim simboličkim značenjem. Dvojica sociologa su, primjerice, analizirali krunidbu britanske kraljice Elizabete II. 1952. godine kao ritual solidarnosti u kojem je – zahvaljujući televizijskom i radijskom prijenosu – sudjelovalo čitavo kraljevstvo. Prema njihovu mišljenju, čitava se Britanija osjećala kao jedna jedinstvena obitelj. Ako ostanemo kod britanske kraljevske obitelji, vjenčanje princa Charlesa i Diane, a onda i pogreb tragično preminule princeze Diane također su primjeri rituala solidarnosti. Emocionalno "vrenje" i snažni kolektivni osjećaji glavna su sredstva kojima politički rituali pružaju tumačenje značajnih kolektivnih simbola.

Rituali prijelaza određuju položaj pojedinca u grupi. Bitni događaji u životu pojedinca – rođenje, pubertet, vjenčanje, smrt – odvijaju se uvijek kao prijelaz od jednoga prema drugom društvenom položaju. Belgijski antropolog Arnold van Gennep, kojemu dugujemo teoriju o ritualima prijelaza (*rites de passage*), napisao je kako se osoba ne rađa jednostavno kao član društva, nego mora kroz rituale prijelaza biti ponovno stvorena kao društveni individuum kojega će društvo prihvatiti. U mnogim se društvima, primjerice, ritualima označava prijelaz mladih ljudi iz statusa djeteta u status odraslih (takozvana inicijacija). Van Gennep je u takvim ritualima razlikovao tri faze koje pripravnik za status

Rituali solidarnosti. *Krunidba britanske kraljice Elizabete II. i prvosvibanjska parada u bivšem Sovjetskom Savezu. U suvremenim se društvima solidarnost, političko jedinstvo i patriotizam izražavaju ritualima poštovanja nacionalne zastave, pjevanjem državne himne ili obilježavanjem povijesnih događaja s velikim simboličkim značenjem.*

Rituali prijelaza. *Maturalni ples u američkoj srednjoj školi približava se definiciji rituala kojim se označava prijelaz u "odraslost". Na drugoj je fotografiji prikazan "maturalni ples" u plemenu Masai.*

odrasloga prolazi: a) fazu *odvajanja* od dosadašnjega statusa (odvajanje od roditelja, stavljanje na kušnju, izolacija, simbolička smrt), b) fazu *liminalnosti* (od lat. *limen* = prag, granica), u kojoj je pripravnik odvojen od staroga statusa, ali mu još nije pridan novi. Za trajanja liminalne faze stvari su postavljene drukčije nego u normalnom svijetu: uloge se izokreću, tako da muškarci izigravaju žene, stari se ponašaju kao mladi i sl.; c) faza *ponovnog uključivanja* (reinkorporacije), gdje se novi status simbolički potvrđuje. Mada diljem svijeta postoji obilje primjera, možemo spomenuti hrvatske etnologe koji su ludovanje maturanata (od lat. *maturus* = zreo, dakle, koji se sprema za "ispit zrelosti") na kraju srednje škole (tzv. norijadu) i maturalni ples analizirali upravo kao ritual prijelaza: a) odvajanje od škole (uništavanjem knjiga i bilježnica), b) ludovanje, izigravanje nezrele djece, remećenje reda i c) maturalni ples u odijelima i večernjim haljinama koji simbolizira ulazak u društvo zrelih i odraslih.

Tri faze rituala prijelaza mogu se primijeniti i na druge rituale u društvu. Karnevalsko ludovanje možemo promatrati kao ritual koji u svojoj srednjoj, liminalnoj, fazi znači uzdrmavanje ustaljena društvenoga poretka: nemoćni preuzimaju vlast, siromašni ismijavaju bogate, vlada opći kaos u kojem su izokrenute društvene uloge i položaji. Nakon što se svi ispušu, poredak se ponovno uspostavlja, možda i učvršćeniji nego prije karnevala.

? *Opišite neke rituale u kojima ste sudjelovali. Jeste li ikada doživjeli duboku povezanost s kolektivom o kojoj govori Durkheim?*

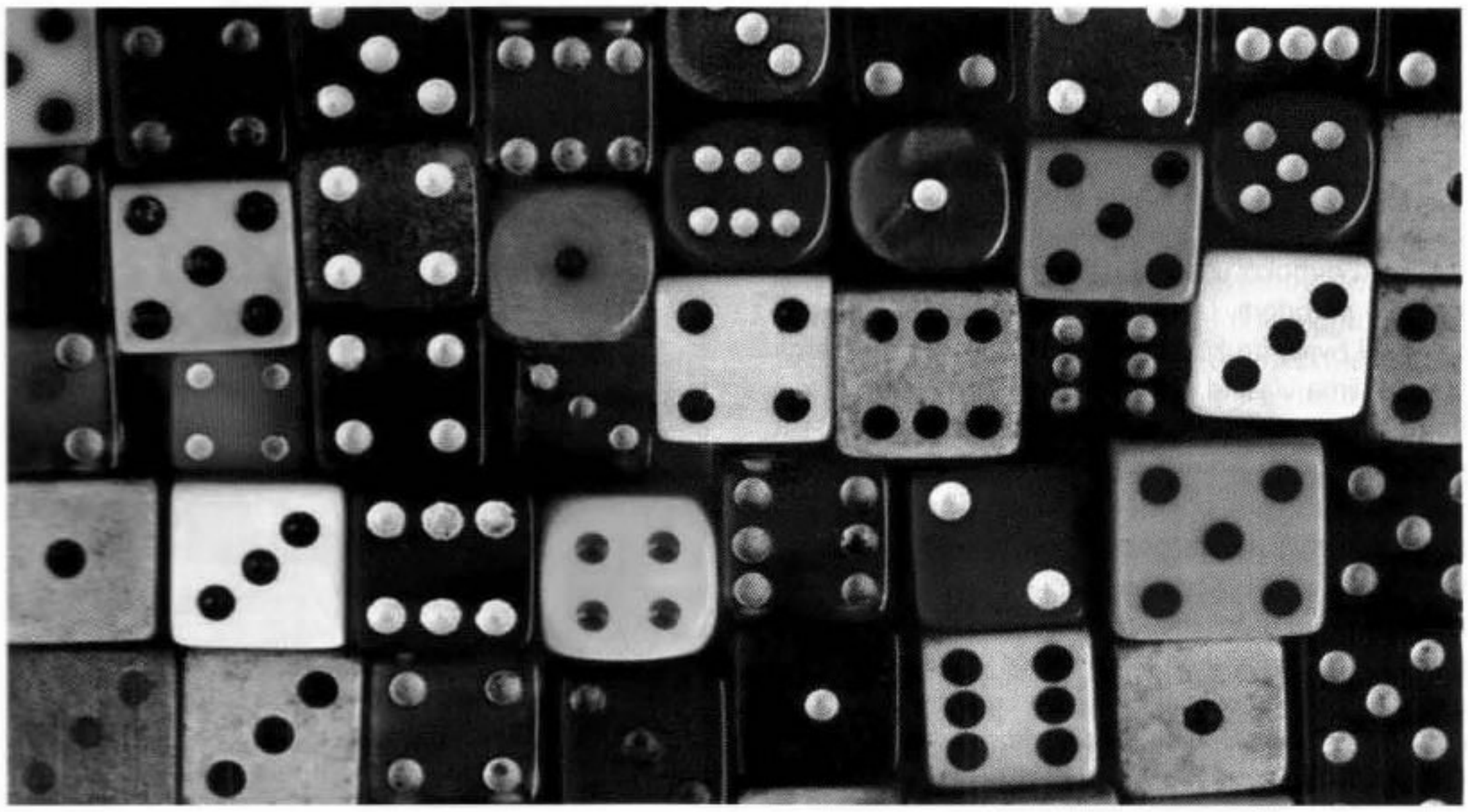
Mada se značenje simbola u njima izrazito razlikuje, rituali postoje u svim društvima: U suvremenim društvima su, osim političkih rituala, sociolozima posebno zanimljivi *rituali otpora*, osobito među mladima. Različite omladinske stilove života – od punkera do ekstremnih nogometnih navijača – neki tumače kao ritualni otpor odrasloj, roditeljskoj kulturi. Američki je sociolog Erving Goffman, pak, istraživao *interakcijske rituale*. Prema njegovom mišljenju, naš se svakodnevni život – to jest pravila ponašanja i razgovora – može promatrati kao skup rituala, koji nisu tako ozbiljni i sveti kao religijski, ali imaju sličnu strukturu. Najobičnije obraćanje učenika profesoru odvija se na točno određen način, kao mala kazališna predstava, odnosno kao ritual.

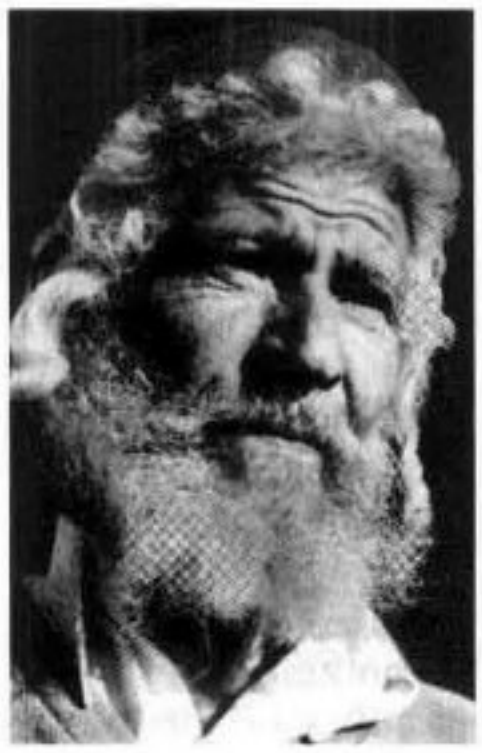
Kulturne varijacije

Etničke grupe

Etničke grupe su društvene grupe koje se međusobno razlikuju poglavito u kulturnim značajkama: jeziku, religiji, povijesti i podrijetlu (stvarnima ili zamišljenima), običajima, stilu odijevanja ili kićenja. Članovi etničkih grupa za sebe drže, ili drugi u društvu tako drže, da imaju zajedničke karakteristike po kojima se razlikuju od drugih grupa u društvu. Te grupe vrlo često karakterizira osjećaj solidarnosti i doživljaj zajedništva. Pripadnici etničkih grupa gaje subjektivnu vjeru u zajedničko porijeklo, koja rezultira stvaranjem duboko ukorijenjenog osjećaja pripadanja zajednici i njezinim snažnim pozitivnim vrednovanjem. Etnicitet kao najbitnije svojstvo etničkih grupa objedinjuje kulturne i psihološke aspekte, otkrivajući narodu cjelokupnost njegove povijesti i njegove strukture: njegovu privredu i jezik, običaje i vjeru, politiku i susjede, težnje i interese. Za razliku od etniciteta, koji je duboko ukorijenjen u tradicionalnim mitovima i kolektivnoj svijesti, nacija je novija pojava, vezana uz nastanak građanskoga društva.

Etnička grupa razlikuje se od rase (koja najčešće uključuje i prepoznatljiva tjelesna obilježja). Ona je također različita od klase kao društvene grupe, jer etnička pripadnost obuhvaća ljude različitih zanimanja, bogatstva i ugleda. Židovska zajednica u SAD možda je ponajbolji primjer etničke grupe, jer uključuje poje-





Članovi etničkih grupa za sebe drže, ili drugi u društvu tako drže, da imaju zajedničke karakteristike po kojima se razlikuju od drugih grupa u društvu. Svi ljudi na ovim fotografijama smatraju se Židovima. Muškarac je rođen u Jemenu, prva mlada žena u Indiji, a druga u Maroku, dok su dječaci rođeni u Izraelu.

dince različita rasnoga podrijetla (od istočne Europe do Afrike), različite klasne pripadnosti, različitoga materinskoga jezika, različitih političkih uvjerenja i religijske uključenosti (od ortodoksnih do ateista). Usprkos svim tim razlikama, američki Židovi smatraju da imaju zajednički židovski identitet po kojem se izdvajaju od ostalih grupa u američkom društvu. Osim s identitetom, kao pozitivnom kulturnom i psihološkom pojavom, etnicitet je povezan i s negativnim pojavama: predrasudama i diskriminacijom prema pripadnicima drugih etničkih grupa (ksenofobijom). Europski su Židovi stoljećima doživljavali prijetnje i progone, od kojih su posljednji – *holokaust* – proveli nacisti u 20. stoljeću.

Razlike među kulturama: etnocentrizam i kulturni relativizam

Pripadnici svake kulture emocionalno su vezani za svoje norme, običaje i vrijednosti. Obrasci kulture toliko su duboko usađeni u nas da su postali našom drugom prirodom, tako da nam je teško i pomisliti da se može živjeti drukčije. Prosudba tuđe kulture prema standardima vlastite naziva se **etnocentrizam**. Tada kao pretpostavku imamo da je način života u našem društvu ili grupi jedini normalan i ispravan način mišljenja, osjećanja i ponašanja. Vlastita grupa nam je središte svega, pa – s obzirom na to – vrednujemo i rangiramo ostale. Kada su grenlandski Inuiti (Eskimi) prvi put sreli Europljane, zaključili su da su Europljani poslani na Grenland da tamo nauče vrline i lijepo ponašanje. Najveća pohvala što ju je Europljanin mogao čuti od Inuita bila je da je, ili će uskoro biti, dobar kao Grenlanđanin. Etnocentrizam je pojava karakteristična za različite društvene grupe: nacije, plemena, obitelji, sveučilišta, crkve, političke stranke. Misao da pripadamo "najboljima" stvara osjećaje grupnoga ponosa, pripadanja i kolektivnu samosvijest, što sve povećava grupnu koheziju, ali istodobno uzrokuje i sukobe s drugim grupama. Vjerovanje nacista u nadmoć arijske rase i kulture dovela je do najstrašnijih zločina u prošlom stoljeću.

Premda sociolozi i antropolozi nisu manje ljudi i time manje etnocenrični od bilo koga drugoga, nastoje suspregnuti takav stav u promatranju drugih kultura. Ponašanje drugih ljudi ne možemo shvatiti

"Zaklinjete li se da ćete govoriti istinu, cijelu istinu i ništa osim istine, a ne nešto relativistički?"

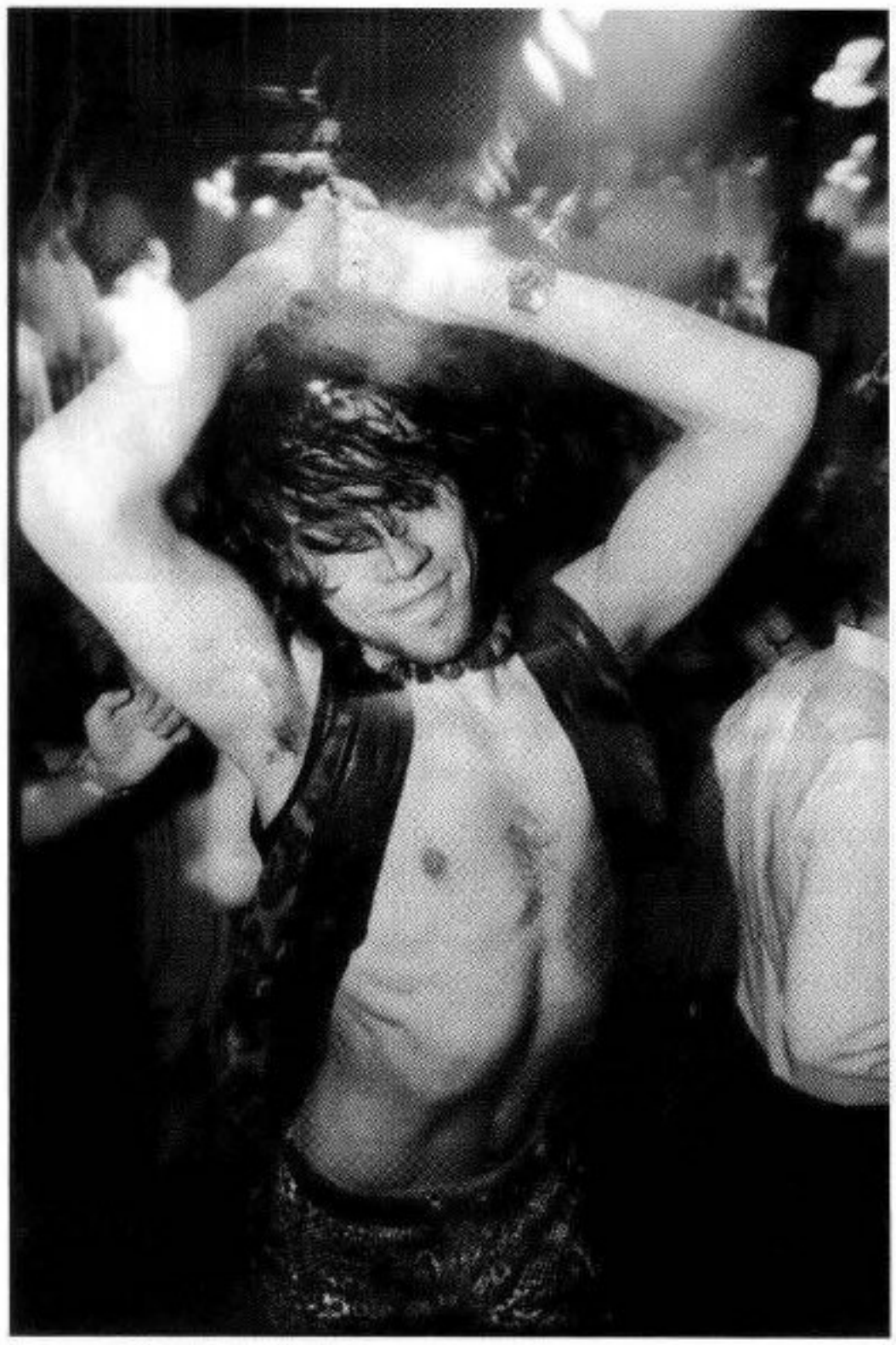
interpretirajući ga sa stajališta svojih vrijednosti, vjerovanja i motiva. Umjesto toga, trebamo ispitivati njihovo ponašanje iznutra, sa stajališta njihovih vrijednosti, vjerovanja i motiva. Kulture su prilično integrirane cjeline, svaki se dio mora promatrati u kontekstu te cjeline. Valja promatrati čitavu kulturu, kaže jedan sociolog, da bi se razumjeli značenje i funkcija pranja zubiju ili poligamije. Promatranje dijela kulture sa stajališta te kulture naziva se **kulturni relativizam**. Takav pristup kulturi ne pita je li neka značajka moralna ili ne, nego kakvu ulogu ima u životu društva. Uzmimo primjer kanibalizma, koji je tabu u gotovo svim društvima: antropološki izvještaji pokazuju da on u nekim društvima postoji, ali ne kao način prehrane nego kao ceremonijalno konzumiranje mesa ratnih zarobljenika. Ritualizacija nečega što se inače smatra neljudskim, odvratnim činom može se promatrati kao društveni mehanizam uspostavljanja reda (nad kaosom), komunikacije s nadnaravnim, obnavljanja društva ili preuzimanja neprijateljeve snage. Umjesto osude, antropolog treba razumjeti takve postupke u kontekstu kulturne cjeline. Naime, društva koja su kanibalizmu pridala religiozno značenje (stanovnici otoka Fiji, Asteci, neka plemena s Nove Gvineje) naglašavaju tjelesni aspekt u svojim mitovima o postanku čovjeka. Oni bit života i društvene obnove vide simbolizirane tjelesnim tekućinama, hranom i jedenjem. Kulture s apstraktnijim, metafizičkim objašnjenjima postojanja, primjerice – Navajo Indijanci koji vjeruju da život potječe iz duha vjetra – uopće nisu sklone kanibalizmu.

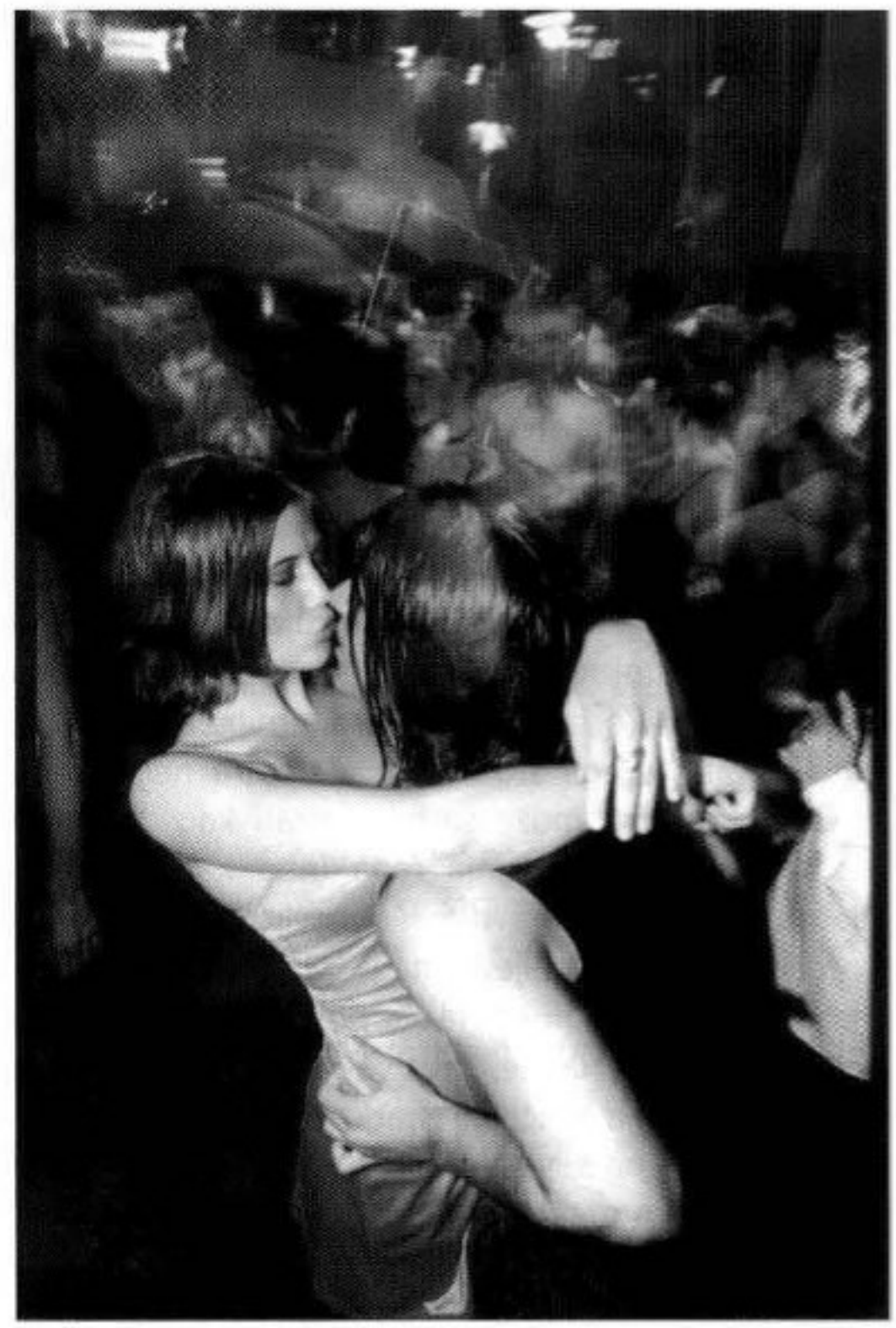
Razlike unutar kulture: subkultura i kontrakultura

Malena, jednostavna društva (plemena što žive od lova i sakupljanja plodova) najčešće su kulturno jednoobrazna. To se, međutim, ne može ustvrditi za moderna, kompleksna društva. Mada smo članovi istoga društva, ne ponašamo se jednako. Govoriti o američkoj ili japanskoj kulturi u jednini, kao o jednom načinu života, nije posve točno, jer su ta društva kulturno vrlo raznolika. Premda svi pripadnici kompleksnoga društva sudjeluju u dominantnoj kulturi toga društva, tj. dijele s ostalim članovima društva jedan opći, zajednički sloj kulture, istovremeno imaju mnoštvo normi, vrijednosti i običaja specifičnih za društvenu grupu kojoj pripadaju, to jest – sudjeluju u posebnoj subkulturi (potkulturi). **Subkultura** je skup normi, vrijednosti i obrazaca ponašanja što razlikuje grupu ljudi od ostalih članova društva. Kada grupa ljudi svjesno ili nesvjesno, svojom

Mitski događaj kontrakulture 60-tih godina 20. stoljeća – trodnevni Woodstock rock-festival, na kojem se 1969. godine okupilo oko pola milijuna ljudi.

voljom ili bez nje, uspostavi vlastiti "kulturni otok", djelujući na način koji ih razlikuje od drugih i daje im osjećaj grupnog identiteta, te kada se ti posebni obrasci mišljenja i ponašanja prenose na nove članove, nazivamo je subkulturom. Živopisna ilustracija za to su Amiši, vjerska sekta u Americi (inače prikazana u filmu "Svjedok" Petera Wiera, s Harrisonom Fordom u glavnoj ulozi). Ta je sekta nastala u Švicarskoj i Njemačkoj tijekom 16. stoljeća. Zbog progona, mnogi su Amiši početkom 18. stoljeća emigrirali u Pennsylvaniju. Većinom žive na farmama, iako se neki bave i stolarstvom i drugim obrtima. Oni interpretiraju Bibliju doslovno i odbijaju moderne standarde odijevanja, morala, svjetovne zabave, automobile i školovanje. Veoma cijene fizički rad. Amiši su vrlo zadovoljni u svojem odbacivanju svjetovnih standarda i drže da su vrlo posebni zbog svojeg odvajajnja od svijeta. Osim vjere, postoji mnoštvo drugih društvenih karakteristika oko kojih se stvaraju posebne subkulture: to može biti rasna, etnička ili nacionalna pripadnost, spol ili dob, socioekonomski status, profesija ili pak devijantno ponašanje (npr. narkomanska subkultura). Ljudi se mogu roditi u subkulturi (na primjer, u Kineskoj četvrti ili Maloj Italiji u New Yorku) ili je svjesno izabrati (priključujući se nekoj vjerskoj ili političkoj grupi). Etnolozi su upozorili na postojanje ženske subkulture u široj, seljačkoj kulturi u Hrvatskoj krajem prošloga stoljeća. Uočljive su razlike između radničke i službeničke subkulture glede socioekonomskoga statusa. Profesionalna subkultura računalnih inženjera drukčija je od subkulture sociologa ili rock-glazbenika. Iz ovih je primjera očito da svaki pojedinac sudjeluje u mnogim subkulturama, premda ne u svima jednakim intenzitetom i ne tijekom čitava života. Kultura nije krut sistem: ljudi prilagođavaju





Takozvani "clubbing", odnosno posjećivanje plesnih klubova jedan je od oblika subkulture mladih u modernim društvima.

norme i vrijednosti svojim potrebama i interesima. Subkulture su zapravo varijacije unutar dominantne kulture, prilagodba vladajućih vrijednosti i normi.

Kad su, međutim, vrijednosti, norme i stil života neke grupe u potpunom raskoraku i proturječju s kulturom šire društvene zajednice, govorimo o **kontrakulturi**. Članovi kontrakulturne grupe kritiziraju i odbacuju mnoge standarde šire kulture. U pokušajima da bitno izmijene dominantnu kulturu neke su kontrakulture po svojem karakteru revolucionarne. No, većina nije takva, nego se ograničavaju na odbacivanje i povlačenje iz dominantna načina života. Toj grupi pripadaju primjerice "beatnici" iz pedesetih, "hippies" iz šezdesetih i "punkeri" iz osamdesetih godina 20. stoljeća. Neke pripadnike suvremenih antiglobalističkih pokreta također možemo označiti kao kontrakulturu.

?

Kakvo je značenje riječi "kultura" u svakodnevnom govoru, a kakvo u sociologiji? Zašto je kultura važna za društvo? Navedite nekoliko primjera materijalne i nekoliko primjera nematerijalne kulture. Od kojih se komponenti sastoji kultura? Na koju se vrstu normi odnosi Deset zapovijedi Božjih? Smjestite sljedeće vrijednosti u ljestvicu važnosti (za vas): nacija, novac, sloboda, brak, prijateljstvo, poštenje, vjera, seks, zabava. Zašto je etnocentrizam važan za grupe? Smatrate li se etnocentričnim? Ako da, zašto? Nogometni navijači (BBB, Torcida, Armada), "skinheads", vegetarijanci, dragovoljci Domovinskoga rata, rastafarijanci različite su grupe u društvu. Koja od njih pripada subkulturi, a koja kontrakulturi? Pripadate li i vi nekoj subkulturi? Ako da, u čemu se ona razlikuje od dominantne kulture?

Kultura u suvremenom društvu

Vrste kulture

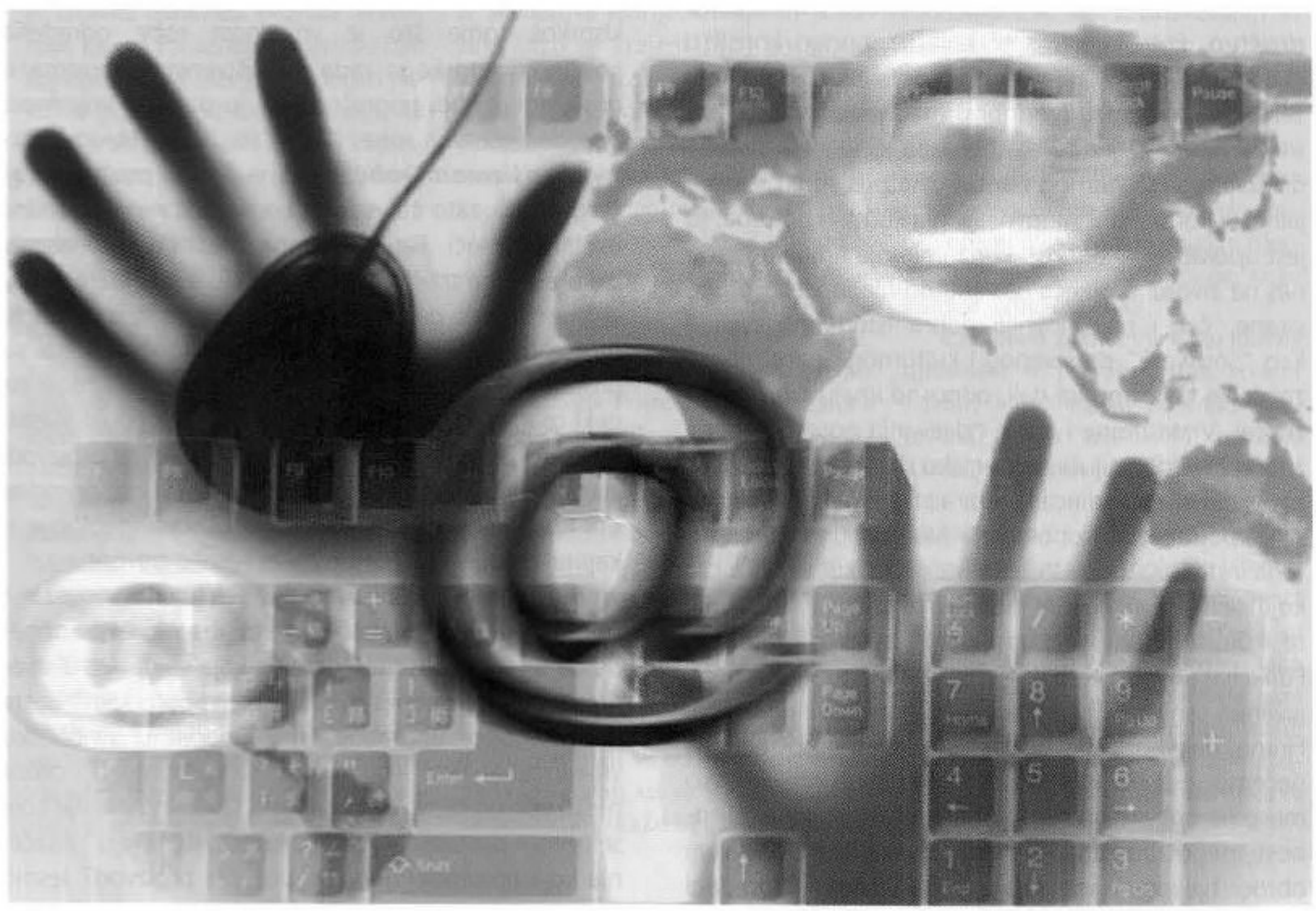
Dosad smo o kulturi uglavnom govorili u jednini. U antropologiji, koja se bavi izučavanjem jednostavnih i prilično homogenih društava, takvo je shvaćanje opravdano. No, ako želimo govoriti o kulturi u suvremenom svijetu, imamo pred sobom drukčiju sliku. Ovdje se kultura ne sastoji od tradicije, običaja, mitova i rituala, nego od filmova, CD-a, televizije, mode i interneta. Umjesto kao o tradiciji i vrijednostima, o kulturi trebamo govoriti kao o *proizvodima* i *potrošnji*. Moderna je kultura, dakle, nešto raznoliko, pluralističko i promjenjivo. S obzirom na to možemo razlikovati nekoliko tipova kulture u suvremenim društvima.

» ***Visoka kultura*** sastoji se od kulturnih tvorevina koje se smatraju posebno vrijednima. Djela visoke kulture smatraju se vrhuncem ljudskoga duhovnoga stvaralaštva. Ona obuhvaćaju djela tradicionalnih umjetničkih oblika – slikarstva, opere, kazališta, lijepe književnosti. To je ozbiljna umjetnost o kojoj se uči u školi, o kojoj skrbi ministarstvo kulture i kojom se bave kvalificirani pojedinci.

» ***Narodna (pučka) kultura*** je kultura običnih ljudi. Ona obuhvaća pučke napjeve i pripovijesti što se prenose s naraštaja na naraštaj. Predstavnici visoke kulture često pučku kulturu smatraju manje vrijednom, ali je njezina vrlina u izvornosti, autentičnosti i demokratičnosti. U njoj svi sudjeluju i ona neposredno odražava život i iskustva naroda. Pučka je kultura značajka poglavito predindustrijskih društava.

» ***Masovna kultura*** proizvod je industrijskoga društva, osobito masovnih medija. Filmovi, televizijske serije, popularna glazba, turizam – sve su to proizvodi masovne kulture. Neki smatraju da je ona manje vrijedna od narodne kulture, zato što su u masovnoj kulturi ljudi samo puki potrošači, dok u narodnoj aktivno djeluju kao stvaraoci.

» ***Popularna kultura*** donekle je slična masovnoj kulturi. Naziv se odnosi na sve one kulturne proizvode koje cijeni velik broj običnih ljudi. Za razliku od masovne kulture, kojoj se često odriče bilo kakva



vrijednost, neki smatraju da popularna kultura ima umjetničku vrijednost. Filmovi poput *Titanica* ili *Gospodara prstena*, detektivski ili znanstveno-fantastični romani, glazba Madonne ili Eminema – sve se to smatra umjetničkim djelima popularne kulture. Valja se sjetiti da je i Shakespeare pisao svoje drame kao zabavu za široku publiku, dok se danas one smatraju visokom kulturom.

Potrošačko društvo: porobljavanje ili oslobađanje?

Sociološka istraživanja popularne kulture u modernim društvima najuže su povezana s pojmovima potrošačkog društva i masovnih medija. Okruženi smo sve većim brojem sve raznolikijih proizvoda koji su globalno dostupni. Pizza i hamburger postali su običajena hrana u čitavom svijetu. Jedan putnik piše o restoranu u Bahreinu koji nudi "arapsku, kinesku, indijsku hranu, pizzu, hamburger i jela s roštilja, koje pripremaju i poslužuju Filipinci uz pratnju grčke glazbe". U bilo kojem kutku svijeta nerijetko ćete vidjeti japanski auto, slušati Madonnu ili Stinga na radiju, jesti kroasan za doručak i pratiti istoimenu sapunicu na televiziji.

Pogledajmo najprije značenje izraza ***potrošačko društvo***. Potrošnja je riječ koja se mnogo koristi u ekonomiji – to je kupovanje i upotreba dobara koje želimo ili trebamo. Ta dobra, međutim, imaju dvostruku narav: s jedne strane, ona čine "hardware" društvenog i kulturnog života. Ona posjeduju materijalnost i korisnost u zadovoljavanju ljudskih potreba, to jest *uporabnu vrijednost*: konzumiranje hrane održava nas na životu, a odjeća nas štiti od hladnoće. S druge strane, čak i najosnovnija dobra istodobno djeluju kao "software" društvenog i kulturnoga života: nose značenje koje smislima dali, odnosima imaju ***simbolički*** značaj. Vrsta hrane i način odijevanja nose određena značenja. Odbacujući ekonomsko shvaćanje potrošača kao izolirana pojedinca koji bira stvari koje bi zadovoljio svoje potrebe, antropologinja Mary Douglas umjesto toga razmatra potrošnju sa stajališta kulture. Dobra koja se troše u nekom društvu izražavaju kategorije te kulture i grade i održavaju društvene odnose. Funkcija potrošnje, dakle, nije naprosto u zadovoljavanju osnovnih potreba, nego u stvaranju smisla. Hrana, dakako, zadovoljava naše tjelesne potrebe, ali ne samo jesti baš sve što možemo probaviti: ljudsko meso ne odbacujemo zbog male prehrambene vrijednosti, nego zbog značenja koje ima za nas. Uobičajeni obroci tijekom dana imaju svoja imena i određeni sadržaj, svaki obrok ima neki predviđeni redoslijed jela. To nam govori da ovdje nije riječ samo o zadovoljavanju bioloških potreba. Ukratko, mogli bismo reći da hrana nije toliko važna za jedenje, koliko je važna za mišljenje.

U kapitalističkoj privredi ova dvostruka narav dobara (upotrebna i simbolička) zadobiva dodatnu karakteristiku jer se dobra proizvode kao robe za tržište i na tržištu dobivaju svoju *razmjensku vrijednost*, to jest vrijednost izraženu novcem. Dototovo se sve u društvu može izraziti novčanom vrijednošću. Dobra koja su posve različita po svojim osobinama (to jest po svojoj korisnosti, upotrebnoj vrijednosti) mogu se pomoću novčane mjere uspoređivati. Jedna knjiga vrijedi kao deset piva. Ulaznica za kino vrijedi kao tri kilograma kruha. Različiti proizvodi na tržištu rezultat su *ljudskoga rada* koji se odvija u složenim odnosima međuzavisnosti u društvu. Ti složeni društveni odnosi, međutim, proizvođačima robâ nisu vidljivi, zato što je jedina povezanost koju oni neposredno vide povezanost na tržištu kao odnos između cijena (to jest razmjenske vrijednosti) različitih robâ. U kapitalističkoj proizvodnji stvari se proizvode samo kao robe, to jest samo radi razmjene na tržištu, dok je njihova uporabna vrijednost (zadovoljavanje potreba) sporedna. Usprkos tome što je vrijednost robe određena količinom ljudskoga rada u društvenim odnosima u proizvodnji, ljudi pogrešno vjeruju da je ta vrijednost *prirodna* osobina robe. Karl Marx tu ju zabludu nazvao ***fetišizmom robe***. Fetiš je fizički predmet koji se obožava zato što se vjeruje da ima neke posebne osobine i moći. Fetišizam robe znači da ljudi vjeruju kako robe na tržištu prirodno imaju svoju razmjensku vrijednost (kao da im je "od boga dana"), a ne da su proizvod ljudskoga rada i društvenih odnosa. Mada su proizvod ljudskoga rada, ljudi vjeruju da su robe na neki magičan način samostalne i da posjeduju vlastiti život. To je ***lažna ili kriva svijest***, u kojoj se proizvodi vlastita rada ljudima pojavljuju kao neovisna, prirodna sila koja vlada nad njima. To je osnova ideologije u kapitalizmu, o kojoj ćemo malo kasnije govoriti.

Razmjenska vrijednost nije uvijek i nužno povezana s upotrebnom vrijednošću. Zapravo se vrlo često događa da upravo kulturna značenja koja se nalaze u stvarima budu najvrednija roba. Roba "s potpisom" koštat će više jer, osim uporabne, ima i dodatnu simboličku vrijednost – ona svojim kupcima nešto znači i služi nešto više od osnovne korisnosti. Osnovno pitanje koje se pritom postavlja jest: kako kupci "iščitavaju" značenja koja prodavači nude uz pojedini proizvod? Jesu

kulturni naivci uhvaćeni u mrežu marketinške manipulacije, koja predodređuje naš "slobodan izbor"? Ili su kulturni heroji sposobni zanemariti reklamne poruke i pridati stvarima vlastito značenje? Jesu li potrošačka dobra sredstvo socijalne kontrole i ideološke dominacije, ili su to sredstva za izgradnju kulture?

Pogledajmo dvije skupine odgovora na ta pitanja: u prvoj su skupini kritičari potrošačkoga društva i masovne kulture, dok su u drugoj oni koji pozitivno vrednuju popularnu kulturu. U skladu s ranije spomenutim vrstama kulture, možemo primijetiti da prva skupina ističe ***proizvodnju kulture*** i njezino *širenje* putem masovnih medija, pri čemu pojam ***masovna kultura*** ima *negativno značenje*, kao nešto površno, jeftino i plitko (nasuprot visokoj, autentičnoj, *elitnoj* kulturi). Druga se skupina, nasuprot tomu, usredotočuje na ***potrošnju kulture*** i njezinu *upotrebu*, i radije koristi izraz ***popularna kultura*** i to u *pozitivnom značenju*.

Masovna kultura kao ideologija

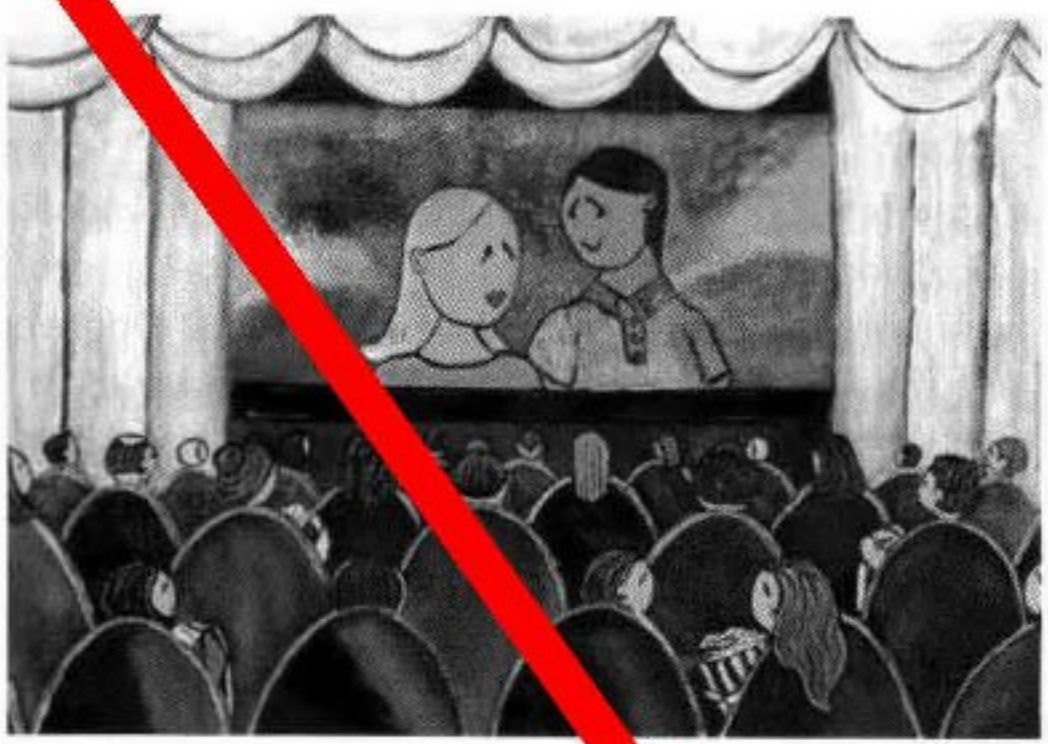
Marksistički teoretičari smatraju da je kapitalizam sustav temeljen na ekonomskoj eksploataciji radnika i društvenoj nepravdi. Kako se održava takav društveni poredak i zašto se potlačeni ne bune? Odgovor je: zahvaljujući ideologiji. **Ideologija** je skup ideja i predodžbi koji zbilju prikazuje na iskrivljen način. Iskrivljena slika stvarnosti ide u prilog povlaštenih skupina u društvu, a na štetu potčinjenih. Ali ta iskrivljenost nije naprosto laž, nego društveno uvjetovana zabluda za koju ljudi vjeruju da je *prirodno* i prema tome neupitno stanje stvari. Uzmimo, na primjer, suvremeno shvaćanje obitelji. Mnogi vjeruju da su uloge u obitelji – ponajprije oca i majke – posve prirodne: otac će zarađivati, a majka će se brinuti za djecu i kućanstvo. Kao hranitelj obitelji, "prirodno" je da muškarac bude nadređen, da zna tko je "glava obitelji", odnosno "tko nosi hlače u obitelji". Takvo shvaćanje položaja

Romantička etika i duh konzumerizma

Britanski sociolog Colin Campbell dao je svojoj knjizi naslov koji je izravna parafraza poznate Weberove knjige *Protestanstka etika i duh kapitalizma*. Weber je u toj knjizi pokazao povezanost između religijske etike protestantizma i razvoja kapitalizma. Protestantska etika zahtijevala je od svojih vjernika skromnost u potrošnji, trezvenost, štedljivost, umjerenost, marljiv rad, disciplinu, asketizam. Sve veća ekonomska proizvodnja i akumulacija kapitala smatrani su ciljem po sebi, bogu ugodno djelo, a ne izrazom želje za bogatstvom i zadovoljstvom. Ta religiozno-etička potpora lijepo se slagala s unutarnjom logikom kapitalističkog ekonomskoga sistema, odnosno "duhom kapitalizma" usmjerenog na proizvodnju i dobit. Poklapanje (danas bismo rekli kompatibilnost) kulturne i ekonomske dimenzije objašnjava prijesnu činjenicu da se moderni kapitalizam najprije razvio upravo u protestantskim zemljama zapadne Europe i u Sjevernoj Americi, te zemlje i danas pripadaju najrazvijenijima u svijetu.

Kao nadopunu i izvanak te poznate Weberove teze, Campbell pokazuje kako se kroz 18. i početkom 19. stoljeća – pod sjenom puritansku etiku, koja je nalagala ulaganje zarade natrag u proizvodnju – pojavila ***romantična etika*** kao nadopuna života u kojem su ljudi postajali sve svjesniji vlastitih žudnji i užitaka. Za moderni je kapitalizam – za razliku od tradicionalnih društava – karakteristično odvajanje proizvodnje od potrošnje. Proizvodnja je povezana s protestantskom etikom. Potrošnja je povezana s romantičkom etikom. Taj ***duh konzumerizma*** (usmjerenosti na potrošnju) nema materijalističku osnovu. Traženje užitka je nešto vrlo različito od zadovoljavanja potreba. Potrošača ne tjeraju njegove nezasitne potrebe da potroši neki predmet, nego ga motivira žudnja da ostvari svoje zamišljene užitke, a svaki "novi" proizvod šansa je da se to i učini. U tradicionalnim društvima ljudi su tražili užitak u pretjerivanju: stari su se Rimljani tjerali na povraćanje kako bi nastavili uživati u jelu. Njihov užitak temeljio se na *osjetima*, na podražavanju osjetila. Moderno traženje užitka temelji se na *osjećajima*, emocijama – užitak se može pronaći u bilo čemu, čak i sam život može biti izvor užitka. Iz toga proizlazi da moderni potrošač nema toliko želju *za određenim predmetom*, nego više *želju da želi*, bez obzira o kakvom je objektu riječ. Ta želja nije stvar psihologije, nego kulture, odnosno etike.

Campbell zaključuje kako glavna djelatnost u potrošnji nije stvarni izbor, kupovina ili upotreba proizvoda, nego maštovito traženje užitka, pri čemu je "stvarna" potrošnja u biti samo posljedica toga "mentalnog" hedonizma. Potrošnja nam daje osjećaj da možemo ispuniti svoja maštanja. No, stvarni užici koje nam potrošnja pruža uvijek su nekako manji od onih u mašti, tako da opet tražimo jos. Potrošnja nam služi kao pomoć u ispunjenju naših maštanja, a ne zadovoljavanju fizičkih potreba. U potrošačkom društvu neprestano smo frustrirani.



žene – kao "prirodno" podčinje[illegible] domaćice i majke – oznaka je patrijarhalne ideologije. [illegible]na se ne očituje samo u shvaćanju obiteljskih odnosa, [illegible]go i u društvu općenito: postoje "muški" i "ženski" p[illegible]lovi, smatra se da žene ne mogu biti na važnim po[illegible]ajima niti obavljati odgovorne poslove i tako dalje.

Masovna kultura u modernom kapitalizmu [illegible]na sličnu ideološku ulogu kao obitelj. Iskrivljena slika [illegible]ieta *koju nudi masovna kultura prikazuje nejednakos[illegible] i* odnose moći u društvu kao nešto prirodno. Kapitalistički se sistem prikazuje ne samo kao prirodan, nego kao neizbježan i jedino moguć. Svoj loš društveni položaj ljudi će tumačiti kao posljedicu vlastitih [illegible] sposobnosti i slabe sreće, a ne kao posljedicu sis[illegible]na nepravednih društvenih odnosa. Valja naglasiti [illegible] ideologija ne funkcionira kao neki razrađeni sus[illegible] ideja, kao intelektualna cjelina o kojoj se može [illegible]spravljati – više je podsvjesna: ideologija oblikuje [illegible]e misli, želje i žudnje upravo zahvaljujući tomu [illegible] je uzimamo "zdravo za gotovo", kao prirodnu i [illegible]upitnu organizaciju stvarnosti.

"Frankfurtska škola" je na[illegible] za grupu marksističkih teoretičara koji su se [illegible]osebno bavili kulturnim i ideološkim aspektim[illegible]razvoja kapitalizma (M. Horkheimer, Th. Adorno, [illegible]. Marcuse i dr.). Oni su smatrali da kapitalistič[illegible] racionalizacija, to jest sve razvijenija tehnologi[illegible] birokracija i masovni mediji, pretvara moderna [illegible]ruštva u **masovna društva** sastavljena od izol[illegible]nih, pasivnih i međusobno sličnih potrošača. Ma[illegible]orkheimer i Theodor Adorno nazvali su masovnu [illegible]ulturu karakterističnu za takvo društvo kulturnom [illegible]ndustrijom. **Kulturna industrija** obuhvaća s[illegible]tore i organizacije kapitalističkoga društva usmje[illegible]ne na zabavu, slobodno vrijeme, oglašavanje, trg[illegible]nu, stilove života i masovne medije. Izborom t[illegible]ina "industrija" željeli su naglasiti da moderna [illegible]asovna kultura ne izrasta spontano iz mase, nego je namjerno i planski proizvedena. Osnovni cilj k[illegible]urne industrije su komercijalni proizvodi koji dono[illegible] dobit, a proizvodnja takvih sadržaja planira se i i[illegible]di na isti način kao i bilo kojeg industrijskoga p[illegible]izvoda, na primjer automobila. Sadržaj kulturnih [illegible]bizvoda (knjiga, filmova, TV emisija i tako dalje) [illegible] standardiziran, predvidiv i stereotipan, podilazeć[illegible]ajnižim ukusima. Prema Horkheimeru i Adornu [illegible]lturna je industrija bitan čimbenik održanja i re[illegible]odukcije kapitalizma. Ona stvara pasivne i zado[illegible]jne potrošače nesposobne za kritičko prosuđiv[illegible]je, ljude sklone bijegu u maštu. Osim toga, m[illegible]ovnom se kulturom izravno promiču poruke kap[illegible]lističke ideologije: poštovanje autoriteta, prilago[illegible]vanje, trošenje, naporan rad i individualno pos[illegible]nuće. Kao primjeri za to često se navode holivu[illegible]i vesterni, detektivske TV serije i "sapunice".

Kao al[illegible]nativu površnoj, trivijalnoj i manipulirajućoj m[illegible]ovnoj kulturi pripadnici frankfurtske škole zagov[illegible]aju "visoku kulturu", osobito umjetničku ava[illegible]ardu. Misle da je takva kultura u umjetničkom i [illegible]elektualnom pogledu vrednija, ona stimulira kriti[illegible]o razmišljanje. To je gledište nedvojbeno elitističko, neki čak kažu i snobovsko. Naime, masovna kultura ne može se automatski izjednačiti s lošom kvalitetom. [illegible]nogi vrlo popularni kulturni proizvodi imaju i vrlo v[illegible]ku umjetničku kvalitetu. Osim toga, teoretičari fran[illegible]urtske škole usredotočuju se na *proizvodnju* masovne [illegible]lture (velike filmske i diskografske kompanije, televizij[illegible] masovne medije), ne uzimaju u obzir način na koji *po[illegible]šači* konzumiraju masovnu kulturu. Nije, dakako, isto[illegible]ko slušate "Magazin" i Britney Spears ili "Majke" i Rya[illegible]podera. Ali, lako je moguće da slušate *sve* to i da *znate* [illegible]zliku u umjetničkoj vrijednosti pojedinih izvođača, ali [illegible]s svejedno ponekad veseli poslušati i nešto bezvrijed[illegible]. Teoretičari masovne kulture u središte svojih kritika [illegible]tavljaju kritičko prosuđivanje i estetsku čistoću, a potp[illegible]no zanemaruju užitak i zadovoljstvo koje potrošači d[illegible]ivljavaju u konzumiranju masovne kulture.

Popularna kultura i kre[illegible]ivna potrošnja

Pozitivno gledište na popularnu kult[illegible]u i na potrošačko društvo općenito naglašava akt[illegible]n odnos ljudi prema proizvodima popularne kulture. [illegible]dna od dobrih karakteristika kapitalističkoga tržišta je [illegible]orba proizvođača za kupce. To ima za posljedicu izn[illegible]nu raznolikost proizvoda, jer se potencijalni kupci ra[illegible]

ki po svojim klasnim, spolnim, etničkim, dobnim i mnogim drugim značajkama. Svaki je kupac slobodan odabrati bilo što i čak izgraditi vlastiti životni stil iz te raznolikosti. Reklamna industrija zapravo ne oglašava toliko same proizvode, koliko nudi određeni stil života koji određeni proizvod simbolizira. Kupci imaju slobodu odabira i kombinacija različitih proizvoda. Potrošači nisu međusobno jednaki – sve više teže razlikovanju, originalnosti i "personaliziranju". Zagovaratelji potrošačke kulture tvrde da potrošači nisu lutke na koncu kulturne industrije, nego vješti praktičari koji su naučili dekodirati kulturne poruke i dati im vlastito značenje. Pojedinci i grupe tako stvaraju vlastite kombinacije – za što se obično koristi francuska riječ ***bricolage*** – različitih, naizgled nepovezanih i neusklađivih, kulturnih obrazaca i stilova. To se osobito dobro može vidjeti u odijevanju.

Ograničimo li se na popularnu kulturu (kao važan aspekt potrošačkoga društva), vidjet ćemo da se sociolozi sve više usredotočuju na istraživanje ***aktivne publike***. Umjesto pretpostavke da se kulturno značenje nekoga proizvoda stvara u procesu proizvodnje (to jest u kulturnoj industriji), a potrošači ga pasivno prihvaćaju, taj aktivni pristup istražuje što se događa s značenjima u procesu potrošnje, odnosno kako primatelji popularne kulture preinačuju značenja proizvoda. Empirijska istraživanja televizijske publike utvrdila su, primjerice, da gledatelji(ce) sapunica iščitavaju razna značenja iz TV sapunica, primjenjuju neke stvari u vlastitom životu, prepoznaju da je to fikcija i znaju zakonitosti žanra, te da reakcija publike na sapunicu ovisi o varijablama obitelji, klase, spola i susjedstva.

Televizija kao prvenstveno komercijalna djelatnost najviše je pridonijela povezivanju i isprepletanju potrošačke i popularne kulture. Neizbježna je u proizvodnji i emitiranju *promidžbene kulture* u kojoj se vizualnim sredstvima stvaraju potrošačke marke. Takve reklamne kampanje zapravo stvaraju posebnu globalnu kulturu, pa tako mnogi govore o "*Coca-Cola* kulturi" ili o "*Nike* kulturi". Kritičari takvih pojava govore o opasnostima od *kulturne homogenizacije* – pojave u kojoj diljem svijeta imamo identičnu, komercijalnu, standardiziranu (amerikaniziranu!) kulturu. Ipak, postojanje istih potrošačkih dobara diljem svijeta ne znači da je njihov utjecaj svugdje isti. Globalna potrošačka dobra prate proces ***glokalizacije*** u kojem dobivaju različita značenja u lokalnoj potrošnji. Uz Hollywood – simbol američke filmske industrije, primjerice, imamo Bollywood u Bombayu – simbol također vrlo raširene indijske filmske industrije. Indija proizvodi oko

Bollywood – indijski odgovor Hollywoodu. Na slici je indijsko kino u Leicesteru u Velikoj Britaniji.

900 filmova godišnje, koje distribuira u mnoge zemlje s brojnom indijskom zajednicom. Tematski se filmovi bave uglavnom problemima opstanka obitelji u brzim ekonomskim promjenama te ljubavnim teškoćama tipa "siromašan mladić i bogata djevojka". Glokalizacija znači, između ostaloga, da se u današnjem globaliziranom svijetu počinje prepoznavati i cijeniti ono lokalno. U susretu s globalnom kulturom na lokalnoj se razini događaju kulturni procesi otkrivanja zaboravljene lokalne tradicije (u prehrani i glazbi, na primjer) i pak procesi *hibridizacije* i *kreolizacije*. *Kreolizacija* označava međusobni utjecaj i miješanje različitih kultura. Dolazi od riječi "kreol" koja općenito označava osobu rođenu na jednom mjestu, ali podrijetlom iz drugoga kraja svijeta. U kontekstu kulture to znači lokalno prihvaćanje nekog elementa iz druge (to jest danas globalizirane) kulture, davanje drukčijega značenja tom elementu od onoga u izvornoj kulturi, te spajanje tog elementa s lokalnom tradicijom da bi se stvorili novi kulturni oblici. Kreolizacija se vrlo često događa u hrani, odijevanju i glazbi. Na Karibima su, primjerice, dodajući Coca-Colu lokalnom piću – rumu – stvorili takozvani Cuba libre (rum-kolu), dok njemački turisti na našoj obali obožavaju *mišmaš* – mješavinu kole i domaćega crnog vina.

Postmoderna kultura

Velike kulturne promjene što se zadnja desetljeća odvijaju u modernim društvima često se definiraju kao "postmoderne". Postmoderno je nešto što dolazi *poslije* modernoga, ali i nešto što je *različito* od modernoga. Britanski sociolog Scott Lash tu razliku određuje kao promjenu od ***diskurzivnoga*** (glavne značaj

dernosti) prema ***figuralnom*** kao glavne značajke postmodernosti. Što to znači?

Modernost, odnosno moderna *diskurzivnost,* daje prednost riječima pred slikama, promiče racionalistički pogled na svijet i istražuje značenja kulturnih proizvoda odvajajući ih od potrošača. Postmoderna *figuralnost* je vizualna, crpi sadržaje iz svakodnevna života, osporava racionalistički pogled na kulturu i naglašava žudnju potrošača za kulturnim proizvodom.

Ukratko, možemo spomenuti neke karakteristike postmoderne kulture. Postmoderni filmovi vrlo se često sastoje od citata i podsjećanja na prošle filmove. *Plavi baršun* ili *Bladerunner* često se spominju kao postmoderni filmovi u kojima se miješaju žanrovi znanstvene fantastike, horora i kriminalistička filma. Takve se mješavine stilova još bolje vide u popularnoj glazbi: takozvana *world music* izravno preuzima tradicionalnu narodnu glazbu iz svih krajeva svijeta i kombinira je s modernim izrazom. Glazbeni se brojevi često sastoje od *samplova* iz drugih pjesama ili se radi veći broj *remixa* iste pjesme. Članove britanskog rock banda *Oasis* optuživali su za neoriginalnost i kopiranje *Beatlesa*, na što su oni ironično odgovorili naslovom jednog svojeg albuma – *On the Shoulders of Giants* (Na ramenima divova). Tko zna, možda bismo u postmodernu kulturu mogli smjestiti i Marka Perkovića Thompsona s njegovom jedinstvenom kombinacijom ABBA-ine glazbe, hajdučkih tekstova i *heavy metal* imidža?

Ironiju, parodiju i relativizam značenja možda ponajbolje možemo vidjeti u televizijskim crtićima *The Simpsons* i *South Park*. U *Simpsonovima* su dogodovštine glavnih junaka – članova problematične američke obitelji – prikazane tako da je to istodobno zabava za djecu i ironičan komentar američkoga načina života za roditelje. Mali Simpsoni u seriji obožavaju gledati crtić koji je parodija *Toma i Jerryja*, čime se ismijavaju dvostruka mjerila po kojima se nasilje na televiziji istodobno osuđuje i rado gleda. U *South Parku* imamo parodije rasnih, spolnih, dobnih i drugih stereotipa. U tom se crtiću ironično vrijeđa sve i svakoga, ali se te uvrede istodobno relativiziraju i potkopavaju. Ništa se ne shvaća ozbiljno, ali se šalju ozbiljne poruke o društvenim problemima.

Thompson – postmoderni umjetnik?

Diskurs

Diskurs je opći teorijski izraz koji označava regulirane načine govora koji definiraju i proizvode neki predmet spoznaje. To je zapravo uređen i strukturiran okvir zasnovan na prihvaćenim pretpostavkama unutar kojega ljudi shvaćaju svoj svijet. Francuski filozof Michel Foucault opisuje, primjerice, povijesne promjene ***diskursa o ludilu***, to jest načine govorenja i razmišljanja o ludilu. U srednjem se vijeku ludilo nije smatralo opasnim za društvo, dapače – povezivalo se sa svetim, odnosno s Božjim gnjevom i Božjom milosti. Nisu postojale nikakve posebne ustanove za luđake, oni su normalno živjeli s drugima. U renesansi se mislilo da luđaci posjeduju neku unutarnju mudrost i da na komičan i ironičan način govore istinu. Nešto kasnije, ludilo je postalo bolest čiji su uzroci pripisivani lijenosti i tjelesnom propadanju. Bolesnike se počelo zatvarati u posebne ustanove i podvrgavati često nehumanim postupcima. Ludilo se smatralo suprotnim razumu. U 19. i 20. stoljeću diskurs o ludilu definira se kao bolest koja zahtijeva liječenje, a psihijatrija je postala grana medicine. Vidimo, dakle, kako povijesne promjene diskursa (u obliku teksta, govora i djelovanja) proizvode promjene razumijevanja ludila kao pojave i u modernoga doba pretvaraju u bolest.

Moderna kultura	Postmoderna kultura
riječi	slike
racionalizam	osjećaji, ironija, nesigurnost
značenja kulturnih objekata	relativizam značenja
odvajanje potrošača od kulture	žudnja potrošača, estetizacija svakodnevna života
visoka i niska kultura	brisanje razlike između visoke i niske kulture
jedinstvena kultura	fragmentacija kulture
originalnost i autentičnost	citiranje, reciklirani bricolage
jasno odredive umjetničke vrste i žanrovi	miješanje vrsta i žanrova
HTV	MTV

Kulturne promjene povezane s postmodernizmom dovode do nastanka mnoštva kultura koje više nisu u hijerarhijskom odnosu. Razlika između *visoke i popularne* kulture sve je manje izražena: visoka (elitna) kultura nije više mjerilo pravih vrijednosti, nego postaje samo *još jedna* subkultura u mnoštvu drugih. Umjetnici iz visoke kulture postaju pop zvijezde, poput Pavarottija ili Bocellija. Kultura postaje manje hijerarhijska i zato jer se različite klasne, etničke i nacionalne subkulture počinju više vrednovati. Ali nije samo suživot mnoštva kultura karakterističan za postmodernost: bitna je karakteristika postmodernosti, vidjeli smo, i miješanje i kombiniranje različitih kulturnih elemenata. Ljudi se slobodnije kreću preko kulturnih granica jer konzumiraju kulturu jednako kao i bilo koji drugi proizvod. Oni prihvaćaju stilove i slijede modu u odijevanju ili prehrani, odabirući i kombinirajući iz različitih dostupnih kulturnih izvora izgradnju osobnoga životnog stila (u odijevanju, prehrani, stanovanju, potrošnji) pojedinci počinju shvaćati gotovo kao umjetnički projekt, pa se govori o *estetizaciji svakodnevna života*. Stilovi iz različitih razdoblja ili zemalja kombiniraju se i u umjetnosti – u arhitekturi ili popularnoj glazbi, na primjer. To se često čini zbog efektnosti, spektakularnosti i privlačenja pozornosti namjernim kršenjem ustaljenih kulturnih pravila. Ta zaigranost i ironija još više ističu sve prisutnije značajke nove strukture osjećaja koju ljudi imaju u postmodernim društvima – strukture osjećaja kojom dominiraju fragmentarnost, dvojbenost, neizvjesnost, nestalnost, relativnost, svijest o različitostima i osjećaj sve većeg ubrzanja života. Kao da život sve više sliči seriji spotova na MTV-u.

? *Smatrate li se žrtvama potrošačkoga društva ili nalazite užitke u trošenju? Nosite li odjeću "s potpisom" i je li vam to važno? Razmislite o TV emisijama, filmovima i glazbi koje pratite. Mislite li da je to masovna kultura, proizvodi kulturne industrije što zaglupljuju publiku? Ili je to naprosto zabava koja nikako ne utječe na mišljenje i ponašanje ljudi?*