

Univerzitet umetnosti u Beogradu
Interdisciplinarne postdiplomske studije

Menadžment u kulturi i kulturna politika na Balkanu

Magistarska teza:

REDEFINISANJE I TRANSFORMACIJA
IDENTITETA I IMIDŽA SRBIJE U KONTEKSTU
EVROPSKIH INTEGRACIJA

Autor:

Ljiljana Rogač

Mentor:

Dr Divna Vuksanović, vanr. prof.

Beograd, septembar 2007.

SADRŽAJ

APSTRAKT	5
UVOD	6
I TEORIJA, METODE I HIPOTEZE	10
1.1. Interdisciplinarni pristup temi	10
1.2. Pojmovno određenje	14
1.3. Predmet i cilj istraživanja	23
1.4. Metod istraživanja	25
1.5. Opšta i posebne hipoteze	26
II KONTEKSTUALIZACIJA IDENTITETA I IMIDŽA SRBIJE U PROCESU EVROPSKIH INTEGRACIJA	28
2.1. Evropske integracije	29
2.1.1. Osnovni aspekti procesa pridruživanja i pristupanja Evropskoj uniji	30
2.1.2. Kultura kao značajan faktor u procesu evropskih integracija	32
2.1.3. Evropski kulturni identitet	33
2.2. Balkan / Jugoistočna Evropa kao regionalni okvir identiteta i imidža Srbije	36
2.2.1. Istorijsko i geopolitičko određenje Balkana	36
2.2.2. Obrasci percepcije i identitet Balkana	37
2.3. Srbija u turbulentnim promenama krajem XX i početkom XXI veka	40

III KULTURNA DIJAGNOSTIKA IDENTITETA I IMIDŽA SRBIJE	42
3.1. Značaj kulture u poimanju identiteta i imidža	42
3.2. Uloga medija u konstrukciji i reprodukciji identiteta i imidža	45
3.3. Identitet Srbije	48
3.3.1. Osnovne pretpostavke identiteta Srbije: sistem vrednosti, kulturni obrazac, društveni i nacionalni karakter	48
3.3.2. Važni identifikatori – nosioci identiteta Srbije: nacionalni mitovi, religija i jezik	55
3.3.3. Mesto tradicije i modernizacije u identitetu Srbije	59
3.4. Imidž Srbije	64
3.4.1. Predstavljanje Srbije u javnosti i državni simboli	64
3.4.2. Slika Srbije u svetskim medijima	66
3.5. Stereotipi i autostereotipi u predstavama identiteta i imidža Srbije	69
3.6. Bitni uslovi za redefinisavanje identiteta i imidža Srbije	73
IV STRATEŠKO PROMIŠLJANJE TRANSFORMACIJE IDENTITETA I IMIDŽA SRBIJE U KONTEKSTU EVROPSKIH INTEGRACIJA	77
4.1. Kulturna politika kao okvir transformacije identiteta i imidža Srbije	77
4.2. Strategija komunikacije i odnosa s javnošću u funkciji pozicioniranja identiteta i imidža Srbije	81

V ZAKLJUČAK	83
VI BIBLIOGRAFIJA	91
VII ANEKSI	100
SUMMARY	119
O AUTORU	120

APSTRAKT

ključne reči: *identitet, kulturni diskurs, imidž, medijski diskurs, stereotipi, evropske integracije, kulturna politika*

U kontekstu globalnih procesa postavlja se pitanje kakav je položaj kulturnih i etničkih identiteta, te koje su mogućnosti za njihovo očuvanje i razvoj, a kakve su implikacije politike identiteta na šire društvene tokove i trendove?

Uloga kulture u savremenom društvu ima sve veći značaj, dok predstave stvorene različitim mehanizmima, oblikuju opšteprihvaćene društvene vrednosti koje čine mozaik identiteta. Zato uloga kulture nikad kao sad nije bila važnija, kao ni potreba za preispitivanjem sistema vrednosti i drugih elemenata koji kulturu povezuju s identitetom. Reč je o ideološko-društvenim promenama: promeni vrednosnog sistema i sistema nacionalne identifikacije i reprezentacije.

Fenomeni Evrope i evropskih integracija čine se kao relevantan kontekst za promišljanje navedenih tema kroz jedinstven tematski okvir, koji će obuhvatiti kompleksnost evropskih, balkanskih i srpskih kulturno-civilizacijskih krugova.

Šta su identitet i imidž Srbije danas, i kakvi su oni u odnosu na Evropu? Postoji li jasna zamisao o sopstvenom identitetu u Srbiji? Koji faktori ugrožavaju razvoj identiteta Srbije u procesu evropskih integracija? Koliko su prisutni stereotipi i predrasude u poimanju i samopoimanju Srbije? Koje su perspektive tako određenog identiteta i imidža Srbije? To su pitanja u kojima se očitava unutrašnja dijalektika reprezentacije Srbije.

Kulturna dijagnostika, kao oblik jednog specifičnog sagledavanja Srbije, upućuje na potrebu za izlaženjem iz okvira uobičajenog poimanja problema i naizgled bezizlaznih situacija vezanih za predstave o identitetu, imidžu i integracijama. Zato je ova vrsta analize ujedno predstavljala i traganje za smislom kao nečim esencijalnim što u aktuelnom trenutku nedostaje Srbiji.

UVOD

Živimo u svetu u kome su pitanja identiteta od velikog značaja. Na temu identiteta se danas raspravlja u velikoj meri, pri čemu sam koncept identiteta često ostaje nejasan i mistifikovan. Neke debate o identitetu kreću se do krajnjih granica, da se gotovo osporava sama smislenost postojanja ove kategorije u savremenom društvu. Pa ipak, izgleda kao da sopstveno osećanje identiteta pojedinca paradoksalno postaje deficitarna kategorija u društvenoj praksi; odnosno, što se više govori o identitetu, to ga je sve teže prepoznati u njegovim gotovo neuhvatljivim preobražajima.

U kontekstu globalnih procesa postavlja se pitanje kakav je položaj kulturnih i etničkih identiteta, te koje su mogućnosti za njihovo očuvanje i razvoj. Dalje, koji su dominantni faktori integracije i dezintegracije prisutni u slici tih identiteta? I konačno, kakve su implikacije politike identiteta na šire društvene tokove i trendove?

Nedavna istorija tranzicije Regiona je pokrenula brze i ponekad veoma haotične promene, koje su uticale na shvatanje i interpretaciju kako kolektivnih tako i individualnih identiteta. Procenjivanje promena identiteta i predviđanje eventualnih posledica nikada nije sistemski preduzeto. Na kulture je vršen pritisak da traže simboličku identifikaciju koja se najbolje uklapala u opšti politički i ekonomski okvir društva.

Sam identitet se često vidi kao važan faktor u objašnjenju postsocijalističkog političkog pejzaža u Jugoistočnoj Evropi. Uništenje uspostavljenih identiteta i veza, ponovno pojavljivanje starih identiteta, izmišljanje novih identiteta, često se posmatraju ne samo kao karakteristike postsocijalističkih društava, već i kao pokretačke snage promene. U takvom okruženju redefinisavanje kulturnih identiteta i selekcija „istinskih“ vrednosti još uvek je na početku. Reč je, dakle, o „tranziciji identiteta“, koja se dešava u okviru procesa političke, ekonomske i kulturne tranzicije. Predstave ispunjene predrasudama i stereotipima, kao i turbulentna politička prošlost doprinele su nastanku izrazito negativnog imidža, usled čega se dodatno otežavaju ovi procesi.

Uopšte, povezanost identiteta i imidža, ne samo na ovim prostorima, je izuzetno kompleksan fenomen, naročito imajući u vidu sve veću ulogu medija u formiranju slike o

„sebi“ ali i o „drugom“, koja je na primeru Balkana doživela verovatno najekstremnije forme, prevashodno u negativnom smislu. S druge strane, taj isti prostor (i fizički i simbolički) poslužio je kao jedinstveni kulturni prostor, iz koga je proisteklo bogatstvo kulturnih različitosti.

Uloga kulture u savremenom društvu ima sve veći značaj, kao i njene brojne funkcije u svim društvenim sferama. U društvenim odnosima, predstave stvorene različitim mehanizmima, oblikuju shvatanje sopstvene ličnosti i opšteprihvaćene društvene vrednosti koje čine mozaik identiteta. U isto vreme, to isto društvo i kultura se nalaze u stanju konstantnih previranja i promena. U ovom kontekstu, želimo da istaknemo važnost i ulogu kulture u širokom spektru aktuelnih društvenih procesa, kako na lokalnom tako i na globalnom planu. Zato uloga kulture nikad kao sad nije bila važnija, kao ni potreba za preispitivanjem sistema vrednosti i drugih elemenata koji kulturu povezuju s identitetom. Reč je o ideološko-društvenim promenama: promeni vrednosnog sistema i sistema nacionalne identifikacije i reprezentacije. Promena kulturnih vrednosti i načina života povezana je sa promenom celokupnog sistema organizacije društva; dakle, kulturne promene se ovde ne razmatraju samo u odnosu na kulturni razvoj, već i u odnosu na jedan širi socio-kulturni kontekst. Prepoznavanje kulturnih sfera kao resursa za održivi društveni razvoj je u tom smislu od izuzetne važnosti, pre svega kako bi se radilo na smanjenju moralne i vrednosne krize u kojoj se Srbija danas našla.

Fenomeni Evrope i evropskih integracija čine se kao relevantan kontekst za promišljanje navedenih tema, jer „evropska kontradiktornost“, zapravo, duboko korespondira sa sadašnjim trenutkom Srbije. Time želimo da postavimo perspektivu u kojoj se Evropa posmatra kao konstruktivna mogućnost, ambijent u kome će se u budućnosti razvijati Srbija. Ovaj pristup je daleko od evropocentričnosti ili nekih drugih krajnosti – on je pre pokušaj sinteze svega što Evropa i proces evropskih integracija predstavljaju za Srbiju, posmatrano s jednog, prevashodno kulturološkog stanovišta. Ovo je, dakle, pokušaj da se obezbedi jedinstven tematski okvir, koji će obuhvatiti kompleksnost evropskih, balkanskih i srpskih kulturno-civilizacijskih krugova, u vremenu kada Balkan i dalje potresaju etnocentrizam i ksenofobija, a Evropa strahuje od folklorizacije i primitivizma.

Srbija je oduvek bila u Evropi, a evropske integracije su u ovom trenutku naporan povratak u vidu multinacionalne, multikulturne i multikonfesionalne države, u kojoj vladaju demokratski principi upravljanja. Šta su identitet i imidž Srbije danas, i kakvi su oni u odnosu na Evropu? Postoji li jasna zamisao o sopstvenom identitetu u Srbiji? Koji faktori ugrožavaju

razvoj identiteta Srbije u procesu evropskih integracija? Koliko su prisutni stereotipi i predrasude u poimanju i samopoimanju Srbije? Koje su perspektive tako određenog identiteta i imidža Srbije? To su pitanja u kojima se očitava unutrašnja dijalektika reprezentacije Srbije. Namera je da se ide ka uspostavljanju punog razumevanja onoga što su identitet i imidž savremene Srbije, uz razmatranje mogućnosti njihovog razvoja, uvođenjem sistemskih promena u domenu kulturne politike, kao i šire komunikacione strategije države.

Dosadašnja istraživanja

Dosadašnja istraživanja različitih tipova identiteta u Srbiji uglavnom su bila neposrednije povezana sa pojedinačnim naučnim disciplinama. Ređe su pisane teorijske studije, a više pažnje posvećivano je empirijskim istraživanjima. Pokušaji, da se ostvari širi pregled stanja problema, bili su retki. Međutim, tendencija ka interdisciplinarnosti postaje sve izraženija, a pažnja stručnjaka iz različitih društvenih nauka i humanističkih disciplina uglavnom se usmerava na nekoliko aspekata problema: na etnički identitet i identitet nacionalnih manjina, na nacionalni identitet u periodu tranzicije i njegov odnos prema ideologijama poput nacionalizma, te na probleme društvene konstrukcije rodni identiteta.

U izučavanju problematike ovog rada i traganju za dimenzijama teme, od najvećeg značaja su nam bile studije prof. dr Zagorke Golubović, pre svega njena antropološka istraživanja individualnog i kolektivnog identiteta *Ja i drugi* (1999), kao i mnogi radovi prof. dr Branimira Stojkovića, naročito o kolektivnim identitetima i međukulturnoj komunikaciji *Identitet i komunikacija* (2002).

Društvena i naučna opravdanost teme

Tema identiteta Srbije jeste u žiži interesovanja i šire i naučne javnosti već duže vreme, i ona ostaje gotovo neiscrpno polje debata i osporavanja. Međutim, u ovom radu polazimo od ideje da se kompleksnom društvenom problemu identiteta i imidža Srbije pruži jedna nova „nijansa“ - analitički doprinos, kojim bi se proširile mogućnosti za delovanje u praksi.

Svesni opsasnosti bavljenja „opštim mestima“ ili „opštom temom“, kakva može biti reprezentacija države i njenih naroda, prihvatili smo ovaj izazov bez pretenzija ka traženju idealnih odgovora, već pitanja koja otvaraju nove mogućnosti teorijskog i praktičnog saznanja.

I TEORIJA, METODE I HIPOTEZE

Fenomeni kojima se ovaj rad bavi pripadaju redu onih kompleksnih pojmova koji su predmet izučavanja u različitim oblastima, a neretko rasprava i sporova koje ponekad rezultiraju čak „teorijskim ratovima“. U tom smislu, referentni okvir ovoga rada jeste disperzivan, ali samo u onoj meri u kojoj ispunjava zadatke interdisciplinarnosti. U ovom poglavlju se bavimo teorijsko-metodološkim implikacijama i osnovnim idejnim orijentacijama u odnosu na temu.

1.1. Interdisciplinarni pristup temi

Redefinisanje i transformacija identiteta i imidža Srbije u kontekstu evropskih integracija je tema postavljena unutar humanističkih i društvenih nauka. Interdisciplinarnim pristupom su ovde obuhvaćene brojne oblasti: kulturna antropologija, sociologija kulture, socijalna psihologija, komunikologija, kulturni menadžment – koje u interakciji pružaju specifični okvir za istraživanje u okviru studija kulturnog menadžmenta i kulturne politike na Balkanu pri Univerzitetu umetnosti u Beogradu. Upravo kroz objedinjenje ovih disciplina, smatramo da je moguće adekvatno integrisano proučavanje fenomena identiteta, imidža i integracija.

Teorijski referentni okvir za obradu ove teme čine: studije kulture, studije interkulturalnosti, društvena teorija, teorije medija i komunikacije i teorija reprezentacije (politika predstavljanja). Zapravo, sve ove pristupe objedinjujemo u pristupu kulture, koja u značajnoj meri otvara mogućnost interdisciplinarnog proučavanja fenomena identiteta i imidža. U takvom teorijskom interdisciplinarnom kontekstu, naročito se bavimo komunikacijskim aspektima i medijskom reprezentacijom identiteta i imidža. U cilju bližeg tematskog određenja u okviru samih disciplina, teorija i orijentacija, pružamo kratak presek onih karakteristika koje su od značaja u ovom istraživanju.

U analizi fenomena kulture i društva, ali i kulture i ličnosti, odnosno identiteta uopšte, polazište je u kulturnoj antropologiji. Na ovu disciplinu se nadovezuje određenje kulture kao načina života, zatim forme kulturnih procesa, mesto kulturnih elemenata u datom društvenom i, konkretnije, u kulturnom sistemu. Sociologija kulture se upliće sa aspekta promišljanja posebnih segmenata u odnosu društva i kulture. Ovde prihvatamo, pre svega, kulturološki orijentisane pristupe, kao i stav da kultura prožima sve društvene strukture i procese. U vezi s ovom disciplinom su, takođe, pojmovi kulturni obrazac, kulturni identitet, kulturni razvoj i sistem vrednosti u okviru opšte sociologije. Socijalna psihologija, koja se u osnovi oslanja na sociologiju i kulturnu antropologiju, ovde je polazište u kome analiziramo psihološke aspekte društvenih pojava, procese vezane za socijalizaciju (akulturacija, individuacija), odnosno za procese izgradnje identiteta, i pojmove „društveni karakter“, odnosno „nacionalni karakter“. Oblast interkulturalnosti, koja se oslanja na socijalnu i kulturnu antropologiju, jeste polazište u proučavanju kulturnih obrazaca, te pronalaženju strategija komuniciranja i uzajamnog prilagođavanja, a povezujemo je sa drugim fenomenima u okviru studija i teorija medija i komunikacije.

Komunikologija se poima u bazičnom smislu, kao okvir i pretpostavka interakcije, odnosno komuniciranja, u ovom slučaju naročito masovnog komuniciranja. Kulturni menadžment, kao deo kulturologije i savremenog menadžmenta, predstavlja glavni okvir za integralno razmatranje teorijskih pretpostavki i praktičnih implikacija teme ovog rada. Polje kulturne politike ovde se razmatra u idejno-vrednosnom smislu, kao i kroz definisanje ključnih tačaka strategija i konteksta evropskih integracija.

Termin studije kulture (*cultural studies*) upotrebljavamo u širem smislu za sve aspekte proučavanja kulture, počev od sociologije, istorije, etnografije, do teorije književnosti. Studije kulture se ovde vezuju, pre svega, za delovanje Birmingemskog centra za savremene studije kulture (*Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies*) osnovanog 1964. godine pod vođstvom Ričarda Hogarta (Richard Hoggart) a kasnije Stjuarta Hala (Stuart Hall). Iz ovog okvira kasnije je nastao multidisciplinarni pristup kulturi, uglavnom preko društvenih nauka, s nekim radikalnim pristupima kao što su feminizam, marksizam i semiotika. Ovo mnoštvo pristupa dovelo je do preispitivanja i rekonceptualizacije onoga što se podrazumeva pod terminom „kultura“. Konkretno, studije kulture su se postavile nasuprot pretpostavkama o kulturi koje se nalaze u tradicionalnim oblastima kritike, kao i estetici. Dok su te tradicionalne pretpostavke uglavnom tretirale kulturne proizvode kao objekte ili tekstove koji se legitimno mogu proučavati izolovano od društvenog i istorijskog konteksta njihove produkcije i

konsumacije, dotle su predstavnici studija kulture bili u potrazi za pozicioniranjem kulturnih produkata eksplicitno u odnosu na druge društvene prakse, naročito u odnosu na političke strukture i društvene hijerarhije, kao što su rasa, klasa i pol.

Ljiljana Baćević (1994) smatra da u okviru ovog duhovnog toka masovni mediji imaju veoma značajno mesto u društvu, ali ne i drugačije od mesta ostalih oblika simboličkog komuniciranja ili umetničkih tvorevina.

Usmeren je na analizu medijskih poruka, nastojeći da analizom sadržaja otkrije društvene uslove i uslovljenost produkcije i potrošnje (prijema) medijskih poruka. Zajedničko polazište jeste da su odnosi unutar i između savremenih društava u pogledu bogatstva i moći neravnopravni, i da reprodukcija neravnopravnosti značajno počiva na masovnim medijima. (Baćević, 1994: 92)

U ovom radu nas prevashodno interesuju aspekti studija kulture koji se odnose na formiranje identiteta i kulturne promene, te promociju kulturnog diverziteta, kao i shvatanje kompleksne uloge kulture u društveno-političkom kontekstu, na primeru Srbije u procesu pridruživanja Evropskoj uniji.

Posredstvom razumevanja strukture i dinamike društva, društvena teorija pruža mogućnosti za tumačenje procesa koji se tiču oblikovanja identiteta, kao kompleksnih činilaca društvenih i političkih diskursa. Ova oblast je prisutna i kao oblik racionalne samosvesti, jedinstvo teorije i prakse, celovitost i istoričnost pristupa društvu, kritika ideologije, kao podsticaj za istraživanje pojedinačnih elemenata u savremenom društvu.

Kritička teorija društva, nastala na temeljima Frankfurtske škole (Horkhajmer, Adorno, From, Markuze, itd.) tridesetih godina XX veka, okrenuta je ka kritičkom saznavanju istorijskog kretanja, povezanosti sa stvarnim društvenim odnosima i fenomenima, kao i mogućnostima prevazilaženja društvenih problema i protivurečnosti. U krugu teoretičara sledbenika Frankfurtske škole je i Jirgen Habermas (Jürgen Habermas), s teorijom komunikativnog delovanja čoveka u društvu. On određuje komunikaciju kao prvenstveno simboličku interakciju i kompleksan društveni fenomen, uz pretpostavku „idealne govorne situacije“ koju karakterišu ravnopravnost i komunikaciona kompetentnost svih učesnika u komunikaciji.

Svoj doprinos teorijama medija dali su, konačno, i autori s radikalnijim stavovima – Maršal Makluan (Marshal MacLuan) kroz „medijski determinizam“ i Žan Bodrijar (Jean Baudrillard) u postmodernističkom dekonstruktivizmu. Makluan je sredinom XX veka, na osnovu ideja Edvarda Sapira (Edward Sapir) i Harolda Inisa (Harold Innis), razvio teoriju s čuvenom rečenicom „Media is message“, smatrajući da su mediji (opština) nastali kao

posledica čovekove potrebe da nadomesti sopstvena vremensko-prostorna ograničenja. Na taj način, mediji, kao čovekovi čulni „produžeci“, ostvaruju ideju o svetu kao „globalnom selu“. S druge strane, Žan Bodrijar (Jean Baudrillard), u duhu Ničeove (Friedrich Nietzsche) koncepcije „vesele nauke“, i u postmodernističkom okviru, vrši zahvat na dekonstrukciji stvarnosti, sagledavajući masovne komunikacije kroz koncept *stvarnost – simulacija – simulakrum*, po kome stvarnost nestaje u televizijskom simulakrumu, pa ostaju samo simulacije simulakruma.

U teorijskom smilu, u ovom radu je zastupljena kombinacija modernističkih teorija s nekim postmodernističkim perspektivama, kao način za razradu kulturnog i medijskog diskursa.

Ovde se, takođe, u metodološkom smislu oslanjamo na kritičke, multikulturalističke i multiperspektivne studije kulture Daglasa Kelnera (Douglas Kellner). Kelner (2004: 48) tvrdi da najvažnije tradicije studija kulture objedinjuju društvenu teoriju, analizu kulture, istoriju, filozofiju i neke aspekte politike, i na taj način prevazilaze standardnu akademsku podelu rada, kao i specijalizaciju koja razdvaja sfere analize medija, kulture i komunikacija. Studije kulture tako dobijaju transdisciplinarnu koncepciju, koja se zasniva na društvenoj teoriji, ekonomiji, politici, istoriji, studijama komunikacija, teoriji književnosti i kulture, filozofiji, kao i drugim teorijskim granama. Isti autor podseća na važnost pozicije Rejmonda Vilijamsa u studijama kulture, koji ističe pitanje granica, odnosno uviđa međusobnu povezanost kulture i komunikacija, kao i njihovu povezanost s društvom u kome nastaju, i u kome dolazi do njihove distribucije i konzumacije.

Kritičke studije kulture upravo pokazuju na koji način kultura obezbeđuje materijal i resurse za stvaranje identiteta, i kako se u svakodnevnom životu kulturni sadržaji usvajaju i koriste za stvaranje ličnog i kolektivnog identiteta. One analiziraju medijske poruke i efekte, pokazujući na koji način određeni diskursi oblikuju društvenu stvarnost. Na taj način se uzima učešće u savremenim društvenim tokovima i promovišu se društvene promene koje vode ka demokratičnijem okruženju i kulturnom razvoju.

1.2. Pojmovno određenje

Pojmovi kultura, identitet i imidž spadaju u onu kategoriju pojmova koji su teški za definisanje - jednim delom zbog svoje kompleksne ontološke prirode, a delom zbog različitosti diskursa u kojima su aktuelni. Može se ipak reći da su sva tri pojma u savremenom kontekstu podjednako aktuelni. Da bismo konkretizovali istraživanje, u definisanju ključnih pojmova pomenućemo samo neke odrednice, koje su bliske tezama koje se ovde zastupaju.

Kultura

Pojam kultura (od lat. *colere*) ima izvorno značenje uzgajati, negovati, a odnosio se na obrađivanje zemlje (*cultura agri*). Ciceron (Cicero) je dao kulturi značenje ljudske duše (*cultura animi*), da bi ovaj pojam u srednjem veku označavao intelektualno usavršavanje (*cultura mentis*). Konačno, u XVIII veku, pojavom u knjizi *Istorija kulture* od Adelunga (Johann Christoph Adelung), i ulaskom u rečnike, počinje bogata istorija pojma i ideja o kulturi.

Mnogobrojne definicije kulture¹ nagovestile su značaj koji ona ima u društvu i ukazale na potrebu stalnog preispitivanja i što preciznijeg određenja ovog pojma, koji je bio predmet pažnje i mnogih istaknutih filozofa.

U Ničeovom shvatanju dioniskog porekla helenske kulture, kultura je, pre svega, „jedinstvo umetničkog stila u svim životnim ispoljavanjima jednog naroda“, a „raznolikost koja se sliva u jedinstvo stila“ pretpostavka je svake kulture. Tradicionalno poimanje kulture deo je Kantovog (Immanuel Kant) shvatanja, koji kulturu poima kao umnost u samom čoveku, a neophodnost kultivisanja kao dužnost čoveka prema samom sebi (vid. *Metafizika čudoređa*).

Različiti odnos prema pojmu kultura nasleđe je francuske, nemačke i, kasnije, anglosaksonske tradicije. Kako konstatuje Edgar Moren (Edgar Morin) „Od XIX do početka XX veka, nemačka misao će više vrednovati pojam kulture koji izražava specifični genije (duh) jednog naroda, a francuska misao pojam civilizacije kao dobrobiti koja se može proširiti

¹ Širok pregled definicija kulture i srodnih pojmova, uz analitički osvrt na teorije o kulturi, daje Ratko Božović (1990, 2006) naglašavajući 'neophodnost obazrivog definisanja kulture'. Analizom oko tri stotine definicija pojma kulture bavili su se antropolozi Alfred Kreber i Klaj Klakhon koji su se, takođe, saglasili da je teško doći do jedne definicije kulture, ukazujući na činjenicu da je kultura višeznačan pojam i da obavlja više različitih funkcija.

na sve narode“ (Moren, 1989: 58). Tačka u kojoj su se definitivno razišli pojmovi kulture i civilizacije² jeste duh naroda (*Volksgeist*), pojam koji je uveo Johan Gotfrid Herder (Johan Gottfried Herder) krajem XVIII veka, a po kome svaki narod, bez obzira na stepen svog istorijskog razvoja, postoji na način koji je jedinstven i nezamenjiv.

Anglosaksonska tradicija, kroz naučnu koncepciju kulture američkog antropologa Lesli Vajta (Leslie White), polazi od stava da je kultura „simbolički, kumulativni i progresivni proces“, koja se kao autonomna vrednost, entitet *sui generis* može proučavati objektivno i nezavisno od čoveka, odnosno da se može objasniti isključivo sama sobom. Ovo krajnje ekstremno depersonalizovano shvatanje kulture vodi ka tzv. kulturnom determinizmu.

U okviru sociologije kulture Pjera Burdijea (Pierre Bourdieu), kultura postaje društveni činilac koji prožima sve društvene strukture, i koja dolazi na mesto tradicije i religije.

Sveobuhvatni karakter kulture prisutan je i u nekim savremenim sociološkim definicijama.

Kultura je, dakle, celokupnost materijalnih i duhovnih dobara koja su svojim radom članovi određenog društva stvorili kroz istoriju da bi ovladali stvarnošću i prilagodili je svojim, ljudskim potrebama; ona je tesno povezana sa strukturom društva posredstvom društvenih pravila kojima je regulisano ponašanje njegovih pripadnika. (Koković, 1997: 26)

Pod odrednicom kultura u *Sociološkom rečniku* Zagorka Golubović (2007: 268) navodi dva pristupa objašnjenju ovog pojma. Prvi, klasični empirijski pristup Edvarda Tejlora (Edward Taylor), u pozitivističkom svetlu shvata kulturu kao kompleksnu celinu objektivnih datih elemenata realnosti - znanja, verovanja, umetnosti, morala, zakona, običaja i drugih društvenih svojstava čoveka (kultura kao „način života“). Drugi pristup, moderni normativno-konceptualni, prepoznaje se u definiciji Kliforda Gerca (Klifford Geertz)³, prema kojoj kultura predstavlja značenja koja se pridaju stvarima, „simbolički program upisan u vreme i prostor društvenog života“ (kultura kao „simbolički univerzum“).

Na liniji ovog modernog određenja kulture može se identifikovati značajan opseg definicija kulture, kao što je ona kod Krebera i Parsonsa, koji određuju kulturu kao „prenesene i stvarne sadržaje i obrasce vrednosti i drugih simboličkih sistema koji formiraju ljudsko ponašanje i takođe proizvode kao rezultate ponašanja.“ (Klosovska, 2001: 15).

² Dva koncepta civilizacije i kulture u vezi su sa formiranjem dva koncepta nacije, takođe francuskim i nemačkim, tj. izbornom teorijom (*théorie électorale*) i etničkom teorijom (*théorie ethnique*) (Sticht, 2000: 24).

³ Gerc (1998: 58) tvrdi da „bez čoveka, naravno, nema kulture; ali isto tako, i što je još važnije, bez kulture nema čoveka“ kao i to da „ne postoji nikakva ljudska priroda nezavisna od kulture“.

U tom smislu, može se reći da kultura nije samo kontekst sveta u kome živimo, već je ona način (obrazac) života; određeni simbolički sistem kojim se izražavaju interiorizovana iskustva, ideje i vrednosti; ona je i lično i društveno nasleđe informacija, znanja i kodova, kao i sam način mišljenja i verovanja.

U dokumentima UNESCO-a (1980) kultura se definiše kao „celina saznanja i vrednosti koje nisu predmet nikakvog specifičnog obrazovanja, ali koje je ipak usvojio svaki pripadnik zajednice“.

Kultura kao „konstitutivni društveni proces“ (R.Vilijams) doprinosi društvenom razvoju i njegovom identitetu. Kulturni razvoj je stoga nedeljiv od opšteg društvenog razvoja, što znači da kultura nije efemeran fenomen već integralni deo sveukupnog društvenog razvoja. Na taj način izraženi kriterijumi za utvrđivanje kulturnog razvoja: životni standard, stil života, kvalitet života, stepen političkih sloboda, mogu se smatrati i kriterijumima opšteg društvenog razvoja.

Određenje kulture, oko koga je saglasna većina autora, vezano je upravo za razvojni aspekt kulture, po kome je ona neizostavan deo ljudskog života, bez koga se čovek ne bi mogao razvijati. Razvijanjem sposobnosti za uočavanje razlika „ja“ i „drugi“, te podsticanjem usaglašavanja tih razlika, kultura igra vitalnu ulogu u procesima ličnog i kolektivnog identiteta. Dakle, kultura se danas ne predstavlja u smislu ideala tradicionalne akademske kulture, već u smislu raznolikosti koja podstiče toleranciju, a koja je važna odrednica identiteta. To potvrđuju i neki pristupi u okviru studija kulture, koji se bave društvenim odnosima i kulturnim praksama, kao i njihovim ulogama u formiranju identiteta.

U kontekstu ovoga rada, oslanjamo se na koncept koji u osnovi ima antropološko određenje kulture. To je upravo onaj koncept koji polazi od stava da je kultura kompleksni svakodnevni život kroz koji se krećemo, razvijajući sopstvene potrebe i tragajući za sopstvenim identitetom.

Identitet

Identitet (od lat. *idem*) u osnovnom značenju se određuje kao „isti“, a izvedenica (lat. *identitas*) kao istovetnost i poistovećivanje. Preko francuskog *identité* reč je prešla u upotrebu u mnoge jezike. Pojam identiteta se često određuje kao sinonim pojmovima individualnost i personalnost.

Debate oko značenja identiteta navode na nužnost utvrđivanja društveno-istorijskog konteksta primene samog pojma, odnosno ponovnog preispitivanja njegovog značenja (vid.: Golubović, 1999; *Sociološki rečnik*, 2007: 181).

Kako navode autori Edgar i Sedgwick (eds., 1999: 58) u tradicionalnoj evropskoj filozofiji, bar na osnovu Dekartovih (Rene Descartes) dela iz XVII veka, pretpostavljalo se da *ego-cogito* (ego ili subjekt) postoji kao nezavisna celina, a da je ova egzistencija uzela oblik „misleće stvari ili supstancije“. Ovo shvatanje nezavisnog subjekta, sigurnog u svoj identitet koji je samo trenutno opažljiv i krhak, jer je uspostavljen pomoću aktualnih kognicija, bilo je dominantno ne samo u filozofiji, već takođe i u političkoj misli (liberalizam) i psihologiji. Tu ideju je doveo u pitanje škotski filozof Dejvid Hjum (David Hume) u XVIII veku, smatrajući da sadržaj svesti čine slike i utisci svega o čemu se misli, bilo da se ono direktno percipira ili posredno putem sećanja. Stoga je, prema interpretaciji Edgara i Sedgwicka (isto, :59), Hjum propovedao teoriju po kojoj je subjekt ništa više nego skupina čulnih utisaka koji se kontstantno menjaju zajedno sa novim iskustvima. Krajem XIX veka, Emil Dirke (Emil Durkheim) je postavio fundamentalni izazov liberalnom individualizmu, prema kome se individualnom daje primat, a time je društvo sastavljeno od pojedinaca. Nasuprot tome, Dirke je smatrao da je pojedinac proizvod društva, a ne da je društvo proizvod pojedinaca. Njegov argument bio je da je moderno shvatanje individualnosti i samorazumevanje ljudi u modernom društvu proizvod te određene kulture.

Psihoanaliza otvara dalje čitavu seriju pitanja protiv tradicionalnog shvatanja identiteta. Za Frojda (Sigmund Freud), identitet počiva na detetovoj asimilaciji sa osobama iz okoline. *Self* se gradi kroz odnos ega, ida i super-ega, u kome je id instinktivni substrat *selfa*, super-ego suštinski moralna svest internalizovana u proces psihičkog razvoja, a ego ili kao kombinacija ida i super-ega, ili stvar nezavisna od njih. Ova druga interpretacija je, u tekućem kontekstu, verovatno više interesantna, jer sugerise da ego nikada nije potpuno sebi identičan. Erik Erikson (Erick Erickson), u svojoj psihodinamičkoj teoriji, upravo razvija ovu tvrdnju. Identitet je za Eriksona proces između identiteta pojedinca i identiteta kulture zajednice. I

upravo je Erikson uveo frazu „kriza identiteta“ tokom 1940. godine. U početku, termin se odnosio na osobu koja je izgubila „osećaj lične istovetnosti i istorijskog kontinuiteta“. Kao takav, pojedinac je odvojen od kulture koja može pružiti koherentnost njegovom osećaju subjekta. Kasnije je to postala karakteristika mladih, kao stanje u psihičkom razvoju bilo koje individue.

U Lakanovoj (Jacques Lacan) interpretaciji Frojda, problematični identitet *selfa* ili subjekta se dalje istražuje. Za Lakana, samosvesnost se pojavljuje samo u fazi ogledala, gde novorođenče prepoznaje svoju refleksiju kao refleksiju sebe i na taj način posredno upoznaje sebe. Lakan još smatra da je nesvesno strukturisano na isti način kao jezik. U suštini, time se tvrdi da je subjekt postavljen na takav način da uvek guši sopstveni nedostatak celine. Altuserova (Louis Althusser) strukturalistička verzija marksizma nudi paralelno objašnjenje subjekta, sada kao proizvoda ideologije. Fuko (Michel Foucault), s druge strane, govori o „smrti subjekta“, te u tom smislu i identiteta. Strukturalističko i post-strukturalističko preispitivanje prirode ličnog identiteta, kao što se to nalazi u delu Lakana, Altusera i Fukoa, takođe može biti povezano s politikom identiteta. Spoznaja da identitet nije samo delimično oblikovan, već da zavisi od nekog drugog, otvara teorijski prostor za marginalizovane ili potlačene grupe da se bore s identitetom koji im je nametnut u procesu dominacije društvenih sila. Time su brojni identiteti, pa i etnički i kulturni, dovedeni u proces političke promene.

Savremene teorije identiteta nisu usaglašene po brojnim pitanjima, počev od same definicije identiteta. Kod modernih teoretičara se identitet shvata kao egzistencijalni projekat, uz pretpostavku o nepostojanosti sopstva (Kjerkegor, Niče, Sartr). Ovi teoretičari su se bavili i elementima koji ugrožavaju lični identitet, i koji dovode do njegovih kriza. To je, na primer, anksioznost, koja je povezana sa potvrđivanjem i vrednovanjem sopstvenog identiteta, od strane društvenih faktora.

U postmodernističkoj teoriji shvatanje o esencijalističkom karakteru identiteta zamenjeno je konstruktivističkim problematizujućim shvatanjem. Naime, postmodernisti problematizuju i sam pojam identiteta, smatrajući da on u svojoj fragmentiranosti nestaje kao posledica društvenih procesa u masovnom društvu. Tako diskontinuitet postaje fundamentalna karakteristika postmodernističkog identiteta. Jedan od autora koji pripisuju ogromnu moć medijima u konstituisanju takvog identiteta je Bodrijar.

Za mnoge današnje društvene teoretičare i kriticare kulture i društva, pitanja identiteta su od suštinske važnosti. Ideja da je identitet važan zato što se osporava ili zato što je u krizi

je opšteprihvaćena u akademskim debatama koje treba da preispitaju i objasne širok proces političke i kulturne promene, čime se problematizuju tradicionalna shvatanja identiteta.

Tema identiteta je centralna u studijama kulture, u toj meri što studije kulture proučavaju kontekste u okviru kojih i kroz koje individue i grupe stvaraju, preispituju i brane svoj identitet ili samorazumevanje. Studije kulture se u velikoj meri oslanjaju na one pristupe problemu identiteta koji preispituju ono što se može nazvati tradicionalnim objašnjenjem identiteta, a koje pretopostavlja da je subjekt nešto stabilno i nezavisno od svih spoljnih uticaja. Studije kulture podvlače one pristupe koji drže do toga da je identitet odgovor na nešto spolja i da je različito od drugoga, odnosno da su subjektivnost i identitet upravo „stvoren u okviru diskursa“. Stjuart Hol (vid. Hall i Du Gay, 1996) se posebno bavi pitanjima koncepcije kulturnog identiteta u društvu, u kome dominiraju prosvetiteljski subjekt, sociološki subjekt i postmoderni subjekt. Kao što je već rečeno, prosvetiteljski subjekt je obuhvatao nedeljivi individualni subjekt i jedinstveni identitet pojedinca, a nastao je iz Dekartovog učenja o celovitoj ličnosti, koja je „identična“ sa sobom (ali samo na mahove, tokom aktualnog čina samoposmatranja, što je ujedno bila i kritika na račun njegove teorije i njenih ograničenja). S druge strane, koncepcija sociološkog subjekta rezultat je promena koje nastaju u društvu, gde je pojedinac vezan za društvene grupe, klasu, nacionalnost i na tome gradi svoj identitet. Konačno, savremeni kontekst karakteriše mnogostrukost identiteta, u kome postmoderni subjekt postaje fragmentaran, uz prisustvo više protivrečnih predstava o sebi. U tom smislu, Daglas Kelner pruža jasnu distinkciju između postmodernističkog i modernističkog identiteta.

Dok se modernistički identitet vrti oko profesije, funkcije u javnoj sferi (ili porodici), postmodernistički identitet je zasnovan na dokolici, na izgledu, imidžu i potrošnji... I modernistički i postmodernistički identitet sadrže izvestan stepen refleksivnosti, ..svesti o tome da se identitet bira i konstruiše. (Kelner, 2004: 402)

Pojam identiteta u savremenom kontekstu zadobio je širok odjek, unutar i izvan akademskog sveta. „U pojmu identiteta kao da se metaforično sažimaju sve težnje za slobodama, čovečnošću i ravnopravnošću, za izvornošću ljudske prirode i personalnošću. A isto tako i svi otpori nasilnoj unifikaciji kao i sva nepristajanja na ekonomsku, političku, kulturnu hegemoniju i potčinjavanje, na otuđivanje pojedinaca i grupa od sebe i svog ljudskog značenja“ (Majstorović, 1979: 210).

Pojam identitet uzima u obzir veoma dinamičan kompleks kognitivnih, afektivnih i konativnih delovanja i društvene prakse kako na nivou pojedinca, tako i na nivou grupe. Identitet je sinonim samouvažavanja, osećanja pripadanja, svesti o sebi kao i grupne i

kolektivne svesti. Tako lični identitet označava svest o sebi i poistovećivanje sa sobom, potvrđivanje sebe i svojstava svog ja (*selfhood*), a grupni identitet istovetna zajednička svojstva rasa, grupa, nacija, stanovništva, regiona, gradova i lokalnih sredina.

Identitet ima naizgled paradoksalno značenje, jer obeležava i istovetnost (zajednička obeležja) i neistovetnost (posebna). Identitetom se utvrđuje neistovetna *diferentia specifica*: različitost, posebnost, samosvojnost. Branimir Stojković govori o ovoj složenosti identiteta: „Dijalektička priroda identiteta se ogleda u činjenici da on identifikuje i razlikuje, jer jedna individua (ili ljudska grupa) jeste identična u odnosu na druge pojedince (grupe) samo ukoliko je različita od drugih pojedinaca (grupa)“ (Stojković, 1993: 17). To potvrđuje i Dragan Koković, tvrdeći da „bez razlike nema identiteta, jer razlike uz jednakosti konstituišu identitet“ (Koković, 2002: 164).

Identitet otvara mnogobrojna pitanja, na primer - da li je to konačan pojam, tj. da li on označava skup trajnih i konačnih obeležja, ili je dinamičan i podrazumeva menjanje posebnih obeležja, što znači menjanje i samog identiteta. Time se potvrđuje hipoteza o prividnoj protivrečnosti ovog pojma, jer se pokazuje da je podložno menjanju baš ono što se identitetom naglašava i što kao takvo treba da se čuva i potvrđuje. To, takođe, znači da ta obeležja ne treba čuvati i štititi kao nezamenjiva nego, nasuprot tome, razvijati ih i davati im stalno nove sadržaje i živa značenja.

„Identitet je, dakle, podložan promenama, jer se on uvek iznova otkriva i utvrđuje. Time se težište pitanja o prirodi identiteta prenosi na sam njegov sadržaj, odnosno na prirodu promena koje on izražava i koje izražavaju njega“ (Majstorović, 1979: 214). Tako identitet reflektuje, s jedne strane, žive procese u društvu i njegovoj kulturi, kreaciju i promenu društvenih i kulturnih obrazaca i sadržaja, i s druge, stanje odsustva promena. Društveni sadržaj identiteta se konstantno menja, kao što se menjaju i značenja međusodnog odnosa grupnih identiteta, i svakog ličnog i grupnog ponaosob. Identitet, dakle, nije datost, njegov sadržaj i smisao su predmet izgradnje u okviru određene kontekstualne ravni.

Manuel Kastels (Manuel Castells) pod identitetom podrazumeva „proces stvaranja smisla na temelju kulturnog atributa ili srodnog niza kulturnih atributa kojima je data prednost u odnosu prema drugim izvorima smisla“ (Kastels, 2002: 16). Kulturni identitet se veoma tiče razvoja društva, jer uključuje pitanja ljudske slobode, te potrebe i vrednosti ljudi. On se formira zahvaljujući socijalnom učenju u okviru kulturnog nasleđa, koje čine jezik, običaji, obrasci ponašanja, vrednosti i stilovi življenja, koji međusobno približavaju i udaljavaju društvene grupe (Koković, 2002: 166).

Svaki identitet, pa i kulturni, pretpostavlja postojanje drugih – stoga je on neka vrsta strateškog elementa u dijalogu. Potvrđivanje ličnog identiteta je rezultat komunikacije, odnosno dijaloga. Zato je možda najprihvatljivija definicija u tom kontekstu da je „Kulturni identitet samosvest pripadnika jedne grupe koja istorijski nastaje i razvija se u zavisnosti od kriterijuma koja ta grupa uspostavlja u odnosima sa drugim društvenim grupama“ (Stojković, 1993: 17).

Dok je u tradicionalnim društvima identitet pojedinca bio stabilan i unapred definisan društvenim ulogama i mitskim poretkom u načinu mišljenja i ponašanja, savremeni postmoderni kontekst, ili razdoblje „druge moderne“, dovodi u pitanje proces izgradnje identiteta, a isto je i sa samom prirodom identiteta. Stoga se neretko govori i o potrebi redefinisavanja identiteta, u odnosu na vreme, prostor i tehnologije, kao posledici društvenih promena na globalnom planu. Suštinska promena dešava se u pojavi izraženije samosvesti i preispitivanja društvenih uloga, udaljavanju od tradicije i pojavom mnogobrojnih kriza identiteta. Dodaju li se tome problemi s kojima se suočavaju društva u tranziciji, i opšta nesisgurnost nastala usled turbulentnih promena, pitanje identiteta može delovati kao potencijalno nerešivo.

U potrošačkom društvu i društvu medijske vladavine koje je na sceni od sredine XX veka, uz izuzetak tzv. Trećeg sveta, identitet je sve više u vezi sa imidžom. Tako čin predstavljanja sebe drugima, kao svojevrsna interpretacija sopstvenog identiteta, u isto vreme obavlja funkciju potvrđivanja identiteta.

Imidž

Imidž (od lat. *imago*) u izvornom značenju je slika, lik; preko francuskog *image* i engleskog *image* ušao je u širu upotrebu kao osobeni izgled i ugled u javnosti. U odrednici *The Oxford Modern English Dictionary* (1995) pojam imidž ima nekoliko značenja: *a.* reprezentacija spoljne forme nekog predmeta *b.* karakter ili reputacija osobe ili stvari kao generalno posmatrane i shvaćene *c.* vizuelni izgled *d.* ideja ili koncepcija.

Kao i u slučaju identiteta, imidž može biti personalni i kolektivni, i još specifičnije, organizacioni tj. korporacijski. Nikolas Ind (Nicolas Ind) definiše korporacijski imidž kao „sliku koju javnost ima o kompaniji“, a korporacijski identitet kao „zbir istorije kompanije i njene strategije“, dok korporacijska komunikacija predstavlja „proces prevođenja korporacijskog identiteta u korporacijski imidž“ (Ind, 1996: 22).

Termin imidž, ukratko, zamenjuje „izgled“, a vezuje se prevashodno za predstavljanje u javnosti i time formiranu sliku. Dakle, imidž je neodvojiv od komunikacije. Konkretno, reč je o prijemu poruke i njenoj interpretaciji, koja ima dugoročne efekte. Gomilanjem primljenih poruka javnost stvara sliku koja se sastoji kako od tzv. namenrih, tako i od nenamernih poruka. Komuniciranje s javnošću je važan aspekt u kontekstu proučavanja imidža. Uz to, treba pomenuti da mediji, i masovno komunicirane uopšte, imaju gotovo odlučujuću ulogu u formiranju imidža.

Na polju vizuelnog, koje u velikoj meri određuje imidž, dolazi se do simbola i njihove upotrebe. Imidž se često vezuje za jednu karakteristiku, pozitivnu ili negativnu, koja je uglavnom formirana na osnovu stereotipnih slika i plasiranih poruka.

Ovde ćemo se zadržati na onim elementima imidža koji se mogu primeniti na celine kao što su država ili jedan narod, a što zasigurno prevazilazi postojeće teorijske postavke ovog pojma.

U kontekstu ovog rada, imidž posmatramo kao integralni deo identiteta, odnosno kao njegovu eksteriorizovanu komponentu, koja se tiče predstavljanja i percepcije u javnosti.

1.3. Predmet i cilj istraživanja

U savremenom društvenom životu dešavaju se procesi koji su u vezi sa redefinisanjem i transformacijom identiteta, a koji se mogu pratiti preko kulturnih procesa i fenomena.

Polazimo od pretpostavke da sadržaji identiteta i imidža nastaju u određenom kontekstu. Analiza tih sadržaja javnog diskursa kroz forme kulture, njihovog stvaranja i recepcije, pomaže da rasvetlimo, u kontekstu reprezentacije, njihovu strukturu i mogućnosti transformacije. Reč je, dakle, prevashodno o elementima nacionalnog i kulturnog identiteta, kao i elementima imidža, koji zajedno čine sliku „iznutra i spolja“.

Kako se samopoimamo i kako se predstavljamo? Kako nas vide drugi? Ovde ćemo pokušati da, kroz analizu kulturnih artefakata, fenomena i drugih medijskih poruka, razjasnimo ključne faktore identiteta i imidža Srbije, koji vode ka razumevanju onih elemenata društva, koji su vezani za procese pridruživanja Evropskoj uniji.

Dakle, svoju pažnju usmerili smo na teme koje se tiču, pre svega, *srpskog* identiteta i imidža u okviru Srbije kao države, jer bi se posebno moglo govoriti o identitetima etničkih manjina i drugih grupa, ili pak o identitetu srpske dijaspore, a koji su integralni deo identiteta Srbije.

Mišljenja smo da se identitet redefiniše i da je to proces koji se dešava, ali da je isto tako važno svesno učestvovati u njegovom oblikovanju. Svakako, može se pretpostaviti da je došlo do promene u samom načinu formiranja identiteta, kao i u važnosti elemenata koji ga čine.

Identitet se nalazi pod sve većim uticajem medijskih predstava koje pružaju modele za oblikovanje ličnog i kolektivnog identiteta i imidža, i utiču na oblikovanje opšteg sistema vrednosti društva. Takođe, smatramo da protivrečnosti ovog socio-kulturnog konteksta odslikavaju upravo konfliktne aspekte samog identiteta i imidža Srbije, te da su mnogi fenomeni, koji se u tom trenutku javljaju, zapravo, simptomatični za ključne trendove poput evropskih integracija ka kojima težimo, tako da tumačenje sadržaja tih fenomena i njihovih nosilaca može da osvetli neke karakteristike sadašnjeg društvenog trenutka.

U prvom delu rada smo se bavili nekim od ključnih *teorijskih odrednica kulture, identiteta i imidža*, o kojima se u savremenom kontekstu vode rasprave, tako da smo se neminovno u tome ograničili u smislu razumevanja određenih pojmova, kako bismo adekvatnije konceptualizovali dimenzije samog tematskog okvira rada.

Naredno poglavlje odlikava *kontekst identiteta i imidža Srbije* – uz socio-kulturnu analizu, predstavljamo regionalni okvir Balkan / Jugoistočnu Evropu i, s druge strane, proces evropskih integracija i ulogu koju kultura ima u tim procesima.

U trećem, centralnom delu rada, bavimo se *kulturnom dijagnostikom* i iznosimo neke *konkretne analize*, u kojima se ispituju predstave vezane za identitet i imidž Srbije; to su, pre svega, analize medijskih sadržaja i analize kulturnih artefakta. Pod kulturnom dijagnostikom podrazumevamo analizu relevantnih faktora, kako bi se identifikovale i procenile mogućnosti za transformaciju identiteta i imidža Srbije, kao i razvojna faza u kojoj se oni trenutno nalaze. U ovom delu se bavimo i stereotipima, kao dominantnim predstavama identiteta i imidža Srbije. Završni deo ove analize su *pretpostavke za redefinisanje* identiteta i imidža Srbije, kao ključne tačke za praktično delovanje i pravce promene.

U petom poglavlju skiciramo *moćni koncept transformacije identiteta i imidža Srbije*, kroz okvir kulturne politike i koherentne komunikacione strategije.

U zaključku navodimo ishode prethodne analize, kao i neka od pitanja koja se pred tim razmatranjem otvaraju. Ovaj rad, najšire gledano, analizira odnos savremenog društva, kulture i politike kroz ključna pitanja identiteta i imidža, sa akcentom na *politici predstavljanja*. Kombinovanjem kulturnog menadžmenta i komunikacionih strategija predstavljamo neke perspektive rekonstrukcije savremenog identiteta i imidža Srbije.

Tekst koji sledi stoga jeste pokušaj simultanog odgovora na akademske zahteve, i aktuelna društvena i kulturna pitanja. Dakle, pokušali smo da u što većoj meri razjasnimo kompleksne teorijske pojmove koji se pojavljuju u radu, kao i da ilustrujemo sopstvena stanovišta primerima koji su prepoznatljivi i jasni. Podrazumeva se da je ovo istraživanje „skica“ za dalje pozicioniranje ovog problema - kako u teorijskom tako i u praktičnom društvenom smislu.

Konačno, cilj ovog rada jeste u tome da doprinese promeni slike Srbije - od nestabilnog društva u tolerantno, interkulturno integrativno društvo, spremno za evropske integracije.

1.4. Metod istraživanja

Kao sastavni deo metodološkog rada na istraživanju, suočili smo se sa određenim problemima uglavnom logičke prirode. Budući da teorijsko istraživanje *Redefinisanje i transformacija identiteta i imidža Srbije u kontekstu evropskih integracija* predmetno pripada društvenim naukama, interdisciplinarni pristup je otvorio i nekoliko istraživačkih problema: hermeneutički - određivanje semantičkog polja osnovnih pojmova, a zatim i metodološki – kako istraživati identitet i imidž Srbije.

U traganju za novim načinima analize ovog problema, izbor i formulisanje istraživačkih postupaka takođe su predstavljali svojevrsan napor i izazov. Komplementarni analitičko-sintetički i kontekstualno-interpretativni metod i tehnike: artefakt analiza, analiza diskursa, analiza sadržaja, tekstualna analiza, i dr., su odabrani za obradu, analizu i tumačenje podataka, uz fokusiranje na interpretativne, informacijske i komunikacione aspekte istraživačkog problema.

Ispunjenje osnovnih epistemoloških principa – opštost, sistematičnost, objektivnost i preciznost, jeste osnovna linija koju ćemo pokušati da primenimo u ovom radu, u onoj meri u kojoj nam to sopstvena teorijsko-iskustvena spremnost dozvoljava. U postizanju ovih principa insistiraćemo, pre svega, na otvorenosti prema stvarnosti, odnosno na smanjenju pristrasnosti u interpretaciji podataka.

1.5. Opšta i posebne hipoteze

S obzirom na širinu i kompleksnost teme *Redefinisanje i transformacija identiteta i imidža Srbije u kontekstu evropskih integracija*, sagledaćemo osnovne pravce pretpostavki koji ovo istraživanje postavljaju u određeni kontekst.

Opšta hipoteza

Kao posledica kompleksnog geo-političkog položaja na Balkanu, u istorijskom kontekstu, a naročito usled turbulentnih dešavanja krajem XX veka, Srbija je doživela fragmentaciju, a u nekim delovima i raspad identiteta, što se odrazilo i na stvaranje loše slike, odnosno izrazito negativnog imidža u gotovo svim segmentima svetske javnosti.

Evropske integracije su jedna mogućnost da se identitet i imidž Srbije redefinišu u odnosu na zajedničko evropsko kulturno nasleđe. Kultura je vitalni element, kako u procesu transformacije identiteta i imidža tako i evrointegracije, čime bi se prekinuo dosadašnji diskontinuitet u pogledu kulturnog, kao i opštedruštvenog razvoja Srbije.

Posebne hipoteze

- Urušavanje kulturnog sistema i njegovih vrednosti ostalo je na margini društvenih promena, kao i sistemsko istraživanje i analiza posledica ovog procesa.
- Postojeći nacionalni i kulturni obrasci odražavaju prisustvo „autoritarno-tradicionalističkog sindroma“, nastalog u Srbiji devedesetih godina prošlog veka, instrumentalizacijom tradicije i prošlosti.
- U kontekstu nacionalnog identifikovanja - mitovi, religija i jezik imaju konstitutivno mesto, ali je njihova iskrivljena matrica predstavljala osnov za predrasude i netrpeljivosti u bliskoj prošlosti, čiji su tragovi vidljivi i danas, i glavna su prepreka uspostavljanju interkulturalnog dijaloga sa Regionom i ostatkom Evrope.

- Kritičko čitanje tradicije i njeno uvažavanje neophodni su u procesima modernizacije i integracije Srbije u Evropu.
- Kulturni sadržaji i artefakti su moćni agensi u formiranju predstava identiteta Srbije i potvrđuju važnost kulture u procesima njegovog redefinisanja.
- Imidž Srbije u svetskoj javnosti ima i dalje kao posledicu političke prošlosti izrazito negativan predznak, izgrađen pod uticajem medija i propagande.
- Stereotipi i autostereotipi, kao dominantni vidovi poimanja i samopoimanja Srbije, izražavaju se u krajnostima i isključivim stavovima, i predstavljaju ozbiljnu prepreku za promenu slike Srbije u domaćoj i stranoj javnosti.
- Odgovarajuća transformacija identiteta i imidža Srbije, putem instrumenata kulturne politike i njoj koherentne šire komunikacione strategije, uz učešće relevantnih društvenih faktora, predstavlja važan društveni zadatak u ovom trenutku.

Kako bismo otpočeli analizu i argumentaciju pomenute problematike, najpre ćemo se pozabaviti okvirom i ambijentom u kome se dešavaju aktuelni društveni procesi vezani za identitet i imidž Srbije, a to su evropske integracije.

II KONTEKSTUALIZACIJA IDENTITETA I IMIDŽA SRBIJE U PROCESU EVROPSKIH INTEGRACIJA

Globalni socio-kulturni trendovi zahvaćeni su uticajima megatrendova⁴ koji oblikuju sliku sveta i koji imaju šire implikacije na strukturu i dinamiku globalnog svetskog društva. Procesi globalizacije⁵ izražavaju se kroz „intenzifikaciju društvenih odnosa na svetskom planu, koja povezuje udaljena mesta na takav način da lokalna zbivanja uobličavaju događaji koji su se odigrali kilometrima daleko i *vice versa*“ (Gidens, 1998: 61). Globalne tendencije određuju ne samo smer kretanja i društvenih promena, već i sam „duh vremena“ (E. Moren). Ovo doba okarakterisano je i kao burno doba „globalne tranzicije“ (I.Volerstin) u kome se dešava globalna transformacija savremenog svetskog sistema. Kontekst u kome se dešavaju procesi megaintegracija i unipolarizacije sveta obuhvata i određuje pojedinačne trase zemalja i društvenih struktura, mada se ovi procesi dešavaju različitim tempom i stepenom koherentnosti.

Dakle, postmoderno (postindustrijsko, posttradicionalno) društvo, odnosno društvo kasne moderne, kako ga neki teoretičari određuju, najširi je nivo kontekstualizacije konkretnih društvenih procesa i fenomena. Na tom nivou dešava se niz ubrzanih i nekad radikalnih društvenih promena, od tehničko-tehnoloških, ekonomskih i političkih, do promena u kulturi i komunikacijama. Rapidna dezintegracija i fragmentacija identiteta, kao i preispitivanje i relativizacija postojećih normi i standarda društva, samo su deo promena u globalnim društvenim okvirima.

⁴ Među 10 megatrendova na kraju XX veka navode se: „ekonomski prosperitet kao planetarni fenomen; umetnost zamenjuje sport kao najvažniji sadržaj slobodnog vremena; razvija se tržišni socijalizam; globalizacija stila života, uz jačanje kulturnog nacionalizma; privatizacija države blagostanja; region Pacifika postaje ekonomski centar sveta; porast uloge žena u biznisu i politici; nastupa 'vek biologije', koji zamenjuje 'vek fizike'; uspon novih vrednosti kao što su etičnost, odgovornost, inicijativnost i kreativnost; trijumf individualnosti i personalnosti“ (Mitrović Lj. i Mitrović D., 2002: 3; prema: Naisbitt, J., Aburdene P., 1990, *Megatrends 2000*, New York).

⁵ O pojmu globalizacije u stručnim raspravama ne postoji saglasnost, te su prisutne brojne diferencijacije u pogledu sagledavanja razmera ovog procesa. Neki autori (D. Kelner) smatraju da se veliki deo tih rasprava nadovezuje na rasprave o imperijalizmu i modernizaciji, dok drugi (E. Gidens) tvrde da one imaju osnovu u radovima posvećenim svetskom sistemu. I dok se čini gotovo nemogućim nedvosmisleno odrediti problematiku globalizacije, neki autori smatraju da je ona naprosto mit, odnosno svesno nastojanje da se zamagle ključni društveni procesi koji vode nesagledivim posledicama po opstanak vrednosti savremene civilizacije, što je u suštini kritika ideologije (*Sociološki rečnik*, 2007: 163; V.Vuletić).

Kao deo globalnih društvenih promena, na evropskom planu takođe su u toku intenzivirani procesi integracija i formiranja tzv. nadnacionalnih identiteta.

S druge strane, u zemljama Jugoistočne Evrope, ovi procesi modernizacije i integracije⁶ odvijaju se paralelno sa procesom tranzicije, koja obuhvata transformaciju prevashodno političkog i ekonomskog, ali i kulturnog sistema, a oni se, kao vodeći društveni segmenti, menjaju različitom dinamikom. Kao posledica tih procesa javljaju se brojne turbulencije i krize, što postaje značajan faktor nestabilnosti okruženja.

2.1. Evropske integracije

Ideja o ujedinjenju Evrope je veoma stara: Anri de Sen-Simon govorio je o „svetskoj državi“ i ujedinjenju koje bi predstavljalo kraj ratova u Evropi, a Ogist Kont, u pozitivističkom duhu, o formiranju društva u kome bi „celo čovečanstvo predstavljalo jedno jedino društvo“, sa svojim jezgrom u Francuskoj.

Evropska integracija u formi stvaranja Evropskih zajednica i Evropske unije proces je bez presedana u modernoj istoriji i savremenom dobu. Ovaj proces izlazi u susret zahtevima globalizacije kao istorijskom izazovu, kroz demokratsku institucionalizaciju i opšteprihvaćenu proceduru odlučivanja i sprovođenja evropskih odluka.

Kao početak integracije evropskih država smatra se 9. maj 1950. godine, kada je Robert Šuman, francuski ministar spoljnih poslova, na osnovu ideje Žana Monea, na konferenciji za štampu predstavio predlog za stvaranje nadnacionalne organizacije koja bi se starala o proizvodnji uglja i čelika. Osnovna ideja Šumanove deklaracije je u tome da: „...Evropa neće biti stvorena odjednom ili po nekom jedinstvenom planu. Biće izgrađena putem konkretnih dostignuća koja najpre stvaraju faktičku solidarnost... Sjedinjavanje proizvodnje uglja i čelika trebalo bi da odmah stvori zajedničke osnove za ekonomski razvoj kao prvi korak ka evropskoj federaciji i da promeni sudbinu onih regiona koji su dugo bili posvećeni proizvodnji municije za ratovanje, čije su žrtve najčešće bili” (Radić, I., Živković, J., Damnjanović, K. i ostali, 2005: 9). U tom smislu, pridruživanje Evropskoj uniji može se

⁶ Integracija (lat. *integratio* - objedinjavanje, obnavljanje) obuhvata proces uključivanja, uklapanja i povezivanja pojedinaca, društvenih grupa, institucija, organizacija i zajednica u užu ili širu društvenu celinu. Integracija je „proces u kome politički učesnici u nekoliko različitih nacionalnih okruženja teže da svoju lojalnost, očekivanja i političku aktivnost usmere prema novom, širem centru, čije institucije imaju ili traže jurisdikciju nad postojećim nacionalnim državama“ (Haas, 1958: 6).

definisati kao “najviši oblik saradnje“ koji se uspostavlja između države nečlanice sa jedne strane i Evropske zajednice sa druge strane (ibid: 23).

Evropska integracija je, dakle, proces političke i ekonomske, i, u nekim slučajevima, društvene i kulturne integracije evropskih i nekih okolnih država u čvršći blok (www.wikipedia.org). O ovim procesima se konstantno vode debate i van akademskih krugova, značajan je broj i onih autora koji zastupaju skeptične stavove po pitanju opstanka Zajednice u aktuelnom obliku. S druge strane, proces proširivanja Evropske unije se nastavlja ubrzanim tempom, a zemlje kandidati za priključivanje obavljaju neophodne pripreme i procedure.

2.1.1. Osnovni aspekti procesa stabilizacije i pridruživanja Evropskoj uniji

Proces pristupanja Evropskoj uniji je kompleksan proces, koji prevashodno obuhvata ekonomske i političke aspekte. Da bi se pristupilo Evropskoj uniji, potrebno je da država ispuni određene ekonomske i političke uslove u okviru kriterijuma postavljenih Procesom stabilizacije i pridruživanja, poznatih kao „kopenhagenski kriterijumi“ i *acquis communautaire* (pravne tekovine EU). To suštinski obuhvata sekularnu, demokratsku vladu, vladavinu zakona i korespondirajućih sloboda i institucija. Politika stabilizacije i pridruživanja kreirana je kako bi se pomoglo balkanskim zemljama da tu težnju pretvore u stvarnost, i da bi se stvorio strateški okvir za njihove veze s EU. Sporazumi o stabilizaciji i pridruživanju zahtevaju poštovanje demokratskih načela, ljudskih prava i vladavinu prava; oni predviđaju i uspostavljanje zone slobodne trgovine s EU, što će omogućiti ekonomijama u Regionu početak integracije s ekonomijom EU.

Od svog početka cilj procesa stabilizacije i pridruživanja bio je opremanje zemalja Zapadnog Balkana sredstvima za održavanje stabilnih demokratskih institucija, kako bi se osigurala vladavina prava i održala otvorena, uspešna ekonomija. U poslednjih nekoliko godina osigurani su osnovni sastavni elementi procesa stabilizacije i pridruživanja: ugovorne veze, trgovinske povlastice za izvoz i finansijska pomoć. Među osnovne slabosti i nerešene izazove ubrajaju se: slabosti u primeni vladavine prava, slabosti institucionalnih kapaciteta, standardi političkog ponašanja, ekstremni oblici nacionalizma, slabo civilno društvo i mediji. Uspeh procesa stabilizacije i pridruživanja, kao politike, meriće se obimom u kojem će zemlje postupno odbacivati svoju zavisnost o spoljašnjim izvorima vojne, upravne i finansijske pomoći.

Prema *Nacionalnoj strategiji za pristupanje Srbije i Crne Gore Evropskoj uniji* određen je i status evrointegracijskih procesa u državnoj politici.

Pridruživanje i pristupanje Evropskoj uniji je strateško opredeljenje Srbije, koje počiva na širokom političkom i socijalnom konsenzusu. Put ka EU se vidi kao put ka modernijem društvu stabilne demokratije i razvijene ekonomije... Na taj način, pridruživanje Evropskoj uniji podrazumeva osvajanje pretpostavki vlastitog razvoja i stabilnosti, uz istovremeno širenje evropskog prostora mira i demokratije. (SEIO, 2005)

Pored ovog dokumenta, Kancelarija za pridruživanje EU Vlade Republike Srbije usvojila je *Komunikacionu strategiju*, kako bi se proces stabilizacije i pridruživanja približio građanima. Glavni strateški cilj ovog programa komunikacije jeste da „podrži proces stabilizacije i pridruživanja, da obezbedi upoznatost građana sa ovim procesom, njihovo razumevanje opšteg cilja pristupanja Evropskoj uniji, kako bi imali izbalansiran pogled na njegove posledice i posedovali dovoljno adekvatnih informacija o preduzimanju uloga i odgovornosti u procesu stabilizacije i pridruživanja“ (SEIO, 2004). Ovaj dokument bi trebalo da ponudi odgovore na mnogobrojne nepoznanice kod građana Srbije u vezi sa osnovnim aspektima procesa evropskih integracija, jer se on kod većine i dalje percipira kao „apstraktan proces na koji oni ne mogu mnogo da utiču. Na prvi pogled, odluke koje se donose tokom procesa stabilizacije i pridruživanja ne izgleda da su od interesa celokupnoj populaciji“ (SEIO, 2004).

Međutim, nova istraživanja pokazuju da 60% građana Srbije smatra da je članstvo u EU dobro za Srbiju, dok njih 40% smatra da „dobar Srbin, osim poznavanja srpske istorije i poštenja, mora da podržava Evropske integracije“ (Galup Evropa, 2007). To je svakako jedan od pokazatelja koji govore u prilog sve važnijem mestu koji proces evropskih integracija zauzima u životu građana Srbije.

U vezi s procesom evropskih integracija i njihove percepcije u javnosti i među građanima Srbije je i medijska reprezentacija ove teme i implikacije koje ona ima na sam proces. Jasno je da proces dobija sve veću medijsku pažnju, a iz pomenutog istraživanja se vidi da građani Srbije evropske integracije vide kao deo sopstvenog identiteta, što je od izuzetnog značaja. Temi evropskih integracija u medijima se pristupa sa aspekta da postoji konsenzus o tome da je ovaj proces nužna budućnost ove zemlje, te da se, shodno tome, njoj pruža puna medijska pažnja i prostor.

Pitanje da li postoji jasna slika o evropskim integracijama koja se prezentuje putem medija, u istraživanju sprovedenom na uzorku vodećih TV informativnih programa (vid. Rogač, 2007), dobija samo delimičan odgovor, a to je da se o evropskim integracijama govori

u velikoj meri, jer su one prepoznate kao strateški važno političko i državno pitanje. Tome u prilog ide i činjenica da je većina priloga upravo iz domena spoljne politike, a da su dominantni subjekti koji se pojavljuju - politički predstavnici evropskih institucija i države Srbije. Iz toga sledi da i veći deo stanovništva posredno percipira pridruživanje Evropskoj uniji kao prevashodno politički proces, o kome se odlučuje na visokom državnom nivou. Osim spoljno-političkih tema, u kontekstu Evropske unije, prisutne su ekonomske teme i opštedruštvene teme, koje se više tiču samih građana i pragmatičnih procedura. Kultura i mediji su uglavnom prisutni u domenu pojedinačnih sporadničnih događaja, u koje nije uključena kulturna politika (ibid, 2007).

Kultura, međutim, predstavlja ne samo refleksiju političkih i ekonomskih procesa, već prevashodno oblast delovanja u kojoj postoje mnogo šire mogućnosti, bar u regulatornom i administrativnom smislu u odnosu na druge oblasti. Zato se upravo u ovom području otvara prostor za redefinisane postojećeg identiteta i približavanja ka onome što su zajedničke vrednosti, sa savremenim evropskim okruženjem.

2.1.2. Kultura kao značajan faktor u procesu evropskih integracija

„Kultura je, tvrdi se ovih dana sve češće, upravo ona stvar koja će pomoći održanje i razvoj demokratije u današnjoj Evropi... Ona ima moć da ujedinjuje, pre nego da razdvaja, da demokratizuje pre nego da uspostavlja diktaturu“ (*European Cultural Foundation Newsletter*, 1998: 3).

O važnosti kulture u ujedinjenju Evrope počelo se govoriti relativno rano, u odnosu na istorijski razvoj EU. Evropski savet je još 1973. godine naglašavao značaj kulture i kulturnog identiteta za dalje integracije na evropskom nivou. *Amsterdamskim ugovorom* iz 1997. godine (kada je član 128 Mاستrihtskog ugovora postao član 151), Evropska zajednica se obavezala da će imati aktivno učešće u odnosu na važna pitanja kulture. S druge strane, nije precizirano konkretno kojim instrumentima i u kojoj meri će se EU mešati u kulturu, tako da ova oblast do danas ostaje principijelno važna, ali ne i definisana evropskim aktima i instrumentima kulturne politike.

Nedavno uspostavljeni koraci koji se sprovode na evropskom planu, u vidu konferencija, inicijativa i drugih formi, govore u prilog činjenici da kultura jeste od strateške važnosti kako za dalji razvoj EU, tako i za sve zemlje članice pojedinačno, a to se svakako odnosi i na zemlje koje pretenduju na članstvo, dakle i na Srbiju. U tom smislu, Evropska

komisija (Commission of the European Communities, 2007) usvojila je političku izjavu pod nazivom *Uloga kulture u globalizovanom svetu (Communication on a European agenda for culture in a globalizing world)* (vid. Aneks 1), u kojoj se prvi put razrađuje evropska kulturna strategija i koja potvrđuje da kultura ima centralnu ulogu u procesu evropske integracije.⁷ Prema ovom dokumentu, kulturnu strategiju za evropske institucije, države članice i kulturni i kreativni sektor, čine tri cilja: promocija kulturne raznolikosti i interkulturnog dijaloga, promocija kulture kao katalizatora kreativnosti u okviru Lisabonske strategije, kao i promocija kulture kao vitalnog elementa u međunarodnim odnosima Unije. Ove odredbe bi trebalo imati u vidu u kontekstu formiranja strategije kulturne politike Srbije, a naročito u odnosu na one elemente koji se tiču identiteta.

Važnost kulturnog i humanističkog pristupa procesu integracija sve više postaje relevantna u širem evropskom kontekstu. Kako navodi Korina Suteu: „Iako je proširenje uglavnom ‘tehnički’ proces i funkcionalni instrument za okupljanje administrativnih jedinica, ne bi trebalo zaboraviti da postoji ‘kulturna Evropa’, jedan drukčiji prostor koji obuhvata i Istok i Zapad“ i dodaje da se „Evropska kulturna dimenzija istočno-evropske integracije’ izražava u dijalogu, kroz instrumente kulturne politike i implementaciju kulturnih mera i projekata koji olakšavaju i stimulišu dinamiku pristupanja“ (Suteu, 2002). Stoga bi ‘kulturno proširenje’ moglo i u praksi procesa evropskih integracija imati daleko veću ulogu nego što je trenutno slučaj. U takvom kulturnom proširenju Srbiji su već „otvorena vrata“ – važno je odrediti se u odnosu na to okruženje, ojačati sopstvene autentične elemente identiteta i ući u dijalog sa drugim zemljama bilo da se nalaze formalno u EU ili u njenom bližem okruženju.

2.1.3. Evropski kulturni identitet

Ideja Evrope, izražena u kulturi i umetnosti, bar u onim tokovima koji su doprineli napretku ljudske svesti i duha, odnosno koji pripadaju sferi stvaralačkog otkrivanja istine, čini se kao suštinska u poimanju identiteta. Kako Edgar Moren zapaža:

U evropskoj kulturi nisu značajne samo vladajuće ideje (hrišćanstvo, humanizam, um i nauka), nego te ideje skupa sa njihovim suprotnostima... Drugačije rečeno, u životu i nastajanju evropske kulture značajan je susret koji oplođava raznovrsnosti, antagonizme, takmičenja, dopunjavanja, jednom rečju, njena dijalogika. (Moren, 1989: 100)

⁷ Povodom usvajanja ovog dokumenta predsednik EK Hoze Manuel Baroso rekao je: „Kultura i kreativnost tiču se svakodnevnog života građana. ...To su centralni elementi evropskog projekta utemeljenog na vrednostima zajedničke baštine, koja istovremeno priznaje i poštuje raznolikost“ (*Danas*, 16.5.2007.).

Evropa se ne može smatrati koherentnom kulturnom zajednicom u onom smislu da svoj kulturni identitet ostvaruje na jedinstvenom geografskom prostoru, a teško da se može govoriti i o epicentru u kojem bi nastajale kulturne vrednosti i širile se na ostale prostore. Evropa ima daleko širi i dublji uticaj od svog prostora, isto se može reći i za kulturni diverzitet unutar tog uticaja. Na taj način suštinsko određenje Evrope, a to je kulturno, konstantno briše granice i čini ih imaginarnim, uprkos brojnim faktorima koji to osporavaju.

Evropska kultura se ne sastoji od pojedinačnih kultura, već je zbir odnosa unutar koga se te kulture nalaze. Dok evropski kulturni prostor, kao jedinstven duhovni prostor, pretpostavlja razvijanje konjunktivnih odnosa koji počivaju na saradnji sa drugima, etnocentrizam, koji počiva na odnosu „mi i oni“, predstavlja neopravdano nastojanje da se vrednosti društva kome pripadamo uzdignu na nivo univerzalnih vrednosti (Nenadić M., u: Knežević, prir.1996: 16).

S druge strane, ukoliko pojedinačni etnički identiteti daju snagu univerzalnom, onda je uspostavljanje evropskog ujedno i potvrda samog tog identiteta. „Uspostavljanju evropskog kulturnog identiteta ne smeta potvrđivanje francuskog identiteta, već njegovo slabljenje i njegova folklorizacija mogu da dovedu do rastvaranja evropskog identiteta u kosmopolitskoj magmi“ (Domenak, 1991: 140). U tom smislu, gotovo da nema mesta dilemi da li srpski kulturni identitet pripada evropskom kulturnom identitetu, jer se radi o odnosima koji se ne tiču formalnih procedura, već zajedničkih univerzalnih vrednosti na kojima oni počivaju.

Kako sve više evropskih intelektualaca ističe, Evropa će biti plod konvergencije evropskih kultura, a nikako rezultat njihovog spajanja, ili neke forme „melting pota“, uz hrišćanstvo kao jedno od glavnih konstituentata evropskog kulturnog identiteta i demokratiju kao njegovo savremeno obeležje. Duh Evrope jeste suština evropskog diskursa, jer upravo odslikava specifičnost samog evropskog nasleđa i tradicije. Taj duh istrajava uprkos permanentnoj krizi modernog sveta, čiji je Evropa sastavni deo.

Evropska zajednica, čiji su prioriteti, pre svega, ekonomski i politički, bavi se kulturom samo delimično, ali kao jedan od svojih osnovnih zadataka ima izgradnju evropskog identiteta. Jačanje kulturnog identiteta je, pored ostalog, i odgovor na ekonomski izazov. U međusobnom odnosu evropskih zemalja jača se predstava „značajnog drugog“ (*significant other*), u kome one razvijaju kako sopstveni, tako i zajednički evropski identitet. Naravno, bilo bi opasno ideju Evrope, kao „zamišljene zajednice“, svesti samo na Evropsku uniju, jer ona upravo prevazilazi takve partikularitete kroz kulturni identitet. Ideja o stvaranju evropskog društva zasniva se na uverenju o postojanju jedne dodatne dimenzije (na prethodne

dve društveno-ekonomske i pravne), a to je identitet utemeljen na zajedničkoj istoriji, zajedničkim interesima i jasnoj diferencijaciji naspram spoljašnjeg sveta. Koliko god Evropa nastojala da se u samoodređenju definiše kao nadnacionalna celina, ne sme se zaboraviti da se ona istovremeno razvija u društvenu i kulturnu celinu i to u onoj meri u kojoj njeni stanovnici imaju izgrađen identitet Evropljana. Portret Evropljanina, prema jednoj anketi (vid. Stojković, 1992: 67) – „to je čovek koji govori više jezika, kultivisani je poznavalac evropske istorije koji čita novine i gleda televiziju iz drugih zemalja“. Ono što, prema istoj anketi, u najvećoj meri ujedinjuje Evropu jeste prevashodno kultura (zajedničko kulturno nasleđe), mediji (medijska kultura) i zajednički (evropski) sklop vrednosti. Može se reći da osnovu evropske kulture čine kulturne vrednosti (stilovi, ideje, dela), koje se nalaze u procesu izrazite interne difuzije. „Shvatanje Evrope kao civilizacijske zajednice bitno je za razumevanje evropskog kulturnog identiteta koji ne negira nacionalne kulture i u okviru njih uspostavlja identitete već ih integriše unutar Evrope shvaćene kao polikultura“ (Stojković, 1992: 40).

Pod naslovom *Evropska raznolikost – nasleđe i budućnost* Gadamer piše:

Živeti s drugim, živeti kao drugi drugog, taj čovekov osnovni zadatak važi kako u najmanjima tako i u najvećim razmerama. Kako kao jedan učimo živeti s drugim kad odrastemo i, kao što se obično kaže, stupimo u život, tako to očigledno važi i za velike ljudske zajednice, za narode i države. Tu je možda posebna prednost Evrope u tome što je više nego druge zemlje mogla i morala naučiti da živi s drugima, čak i kada su drugi bili drugačiji. (Gadamer, 1999: 20)

U „drugom“ se, dakle, izražava i sopstveni identitet – zapravo, bez „drugog“ ne postoji ni „ja“, a u tom odnosu rađa se raznolikost. Prevedeno u aktuelni kontekst, kulturni identitet Srbije se izražava i kroz evropski kulturni identitet, a njen identitet izolovan od evropskog konteksta gubi svoj oslonac i svoju referentnu tačku.⁸

Evropski kulturni identitet izražava se u činjenici da je evropska civilizacija stvorila specifičnu tradiciju – tradiciju inovacija, tradiciju koja se sama poriče i rastače, tradiciju onog *novog* koje uvek mora biti na dnevnom redu, kojim smo vođeni u eksperimentalnoj radionici sveta“ (Inđić T., u: Knežević, prir. 1996: 27). Takav identitet pruža primat mogućem nad stvarnim, odnosno otvorenim nad konačnim. U tom svetlu, kroz zaveštanje evropskog humanizma, autonomija čoveka kao individue dobija svoj puni izraz.

⁸ To se najbolje pokazalo u godinama izolacije kada je započeo proces urušavanja identiteta Srbije, jer je zvanično bio prekinut dijalog sa Evropom, a ona smatrana za nepoželjnog „drugog“, koji je pretnja, a nikako potencijalni partner u dijalogu.

2.2. Balkan / Jugoistočna Evropa kao regionalni okvir identiteta i imidža Srbije

Kompleksnost „balkanskog diskursa“ predstavlja važan preduslov za razumevanje procesa i fenomena o Balkanu. Ovde se bavimo razmatranjem Balkana kao okvira u kome se razvijao identitet Srbije, jer je upravo pozicioniranje Balkana / Jugoistočne Evrope suštinski važno u kontekstu redefinisavanja identiteta i restrukturiranja kulturnih vrednosti.

2.2.1. Istorijsko i geopolitičko određenje Balkana

Reč *balkan*, koju su na poluostrvo doneli Turci, na turskom znači planinu, planinski venac, a sam region menjao je ime u više navrata: od antičkog *Hemus* do Evropska Turska i Balkansko poluostrvo.

Balkan se najčešće određuje kao istorijski i geografski pojam koji okvirno pokriva region Jugoistočne Evrope. Duga i diskontinuitetima ispunjena istorija Balkana bila je prevashodno obeležena sukobima i krizama, koji su postali politička paradigma ovog prostora. Od naziva planine u XV veku, preko poluostrva u XIX veku, a kasnije i regiona, pa sve do izrazito negativne metafore početkom XX veka, Balkan je prešao put koji se može sagledati kroz prizmu „istorijskog nasleđa“⁹.

U većini definicija Balkana ističe se njegov granični položaj; on je „nešto između“ Istoka i Zapada, Evrope i Azije; on ima status raskrsnice kultura, jezika, vera, tradicija, civilizacija. Ovaj „prelazni“ region je tako konstantno između stagnacije i napretka, između prošlosti i budućnosti, između očuvanja postojećeg stanja i revolucije... Metafore koje opisuju Balkan - most, raskršće i granica bile su (i ostaju) osnove za stvaranje stereotipa, kao dominantnog oblika predstave unutar i izvan samog Balkana. Marija Todorova tvrdi da: „u tom pogledu, Balkan nije ni jedinstven ni originalan; ta karakteristika zajednička je i većini drugih nacija Istočne Evrope... Sa mogućim izuzetkom Čeha, kod svih drugih nacija u internim diskusijama upotrebljava se metafora o mostu i središnjem položaju“ i dodaje da se „glavni patos svih tih pojedinačnih balkanskih diskursa sastoji u tome što oni, ne samo da

⁹ Iz ove pozicije Marija Todorova otvara raspravu o Balkanu u svojoj studiji *Imaginarni Balkan*, sagledavajući „istorijsko nasleđe“ sa stanovišta njegovog kontinuiteta i stanovišta njegove percepcije (Todorova, 2006: 12).

nesumnjivo jesu Evropljani, već su se i žrtvovali da bi spasili Evropu od upada iz Azije“ (Todorova, 2006: 106).

Geografsko određenje Balkana putem povlačenja granica je naizgled najjednostavnije, dok, zapravo, ne postoji opšta saglasnost oko toga šta čini tzv. balkanske zemlje. U *Enciklopediji Jugoslavije* (1985: 361) Balkan se definiše kao „prostor Jugoistočne Evrope između Crnog, Mramornog, Egejskog, Jonskog i Jadranskog mora, što znači da njegovu severnu granicu čini linija povučena od Tršćenskog zaliva do Crnog mora, tj. od Trsta do Odese“. U savremenoj zapadnoevropskoj praksi, zemlje obuhvaćene Balkanom su: Albanija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Crna Gora, Grčka, Hrvatska, Makedonija, Srbija i evropski deo Turske, dok problematična ostaje severna granica, koja podrazumeva Sloveniju, Mađarsku i Rumuniju.

Što se tiče političkog nasleđa, sve do XIX veka najuticajniji su bili milenijum vizantijske vlasti i pola milenijuma otomanske vlasti. U tom kontekstu, Todorova (2006: 26) iznosi tezu da su upravo otomanski elementi, ili oni koji se tako doživljavaju, „bitno odredili stereotipnu predstavu o Balkanu“. Isto bi se moglo reći i za Srbiju u tom periodu.

Geopolitički položaj Balkana kroz istoriju je predstavljao zonu rizika, ali i izazov za vojne intervencije i mešanje velikih sila. „Otuda se tzv. istočno pitanje držalo otvorenim u nizu vekova“ (Mitrović Lj. i Mitrović D, 2002: 8). Neki autori, međutim, tvrde da je Balkan u savremenom kontekstu izgubio svoj geostrateški značaj koji je imao u prošlosti (Veiga, 2003).

Totalitet procesa i fenomena koji se vezuju za Balkan ne može se sagledati isključivo kroz specifičan geopolitički položaj, već i kroz njegov kulturni identitet, za koji se vezuju znatan opseg paradoksa, stereotipa i predsrasuda.

2.2.2. Obrasci percepcije i identitet Balkana

Priroda Balkana, njegova ontologija i percepcija, moćni su generatori uticaja na oblikovanje identiteta stanovnika, pre svega u procesu stvaranja predstave o sebi i samoodređenja. Stepenu u kome se spoljašnja percepcija Balkana, kao referentnog okvira pojedinačnih zemalja, prvenstveno Srbije, reflektuje na formiranje imidža u odnosu na ostatak Evrope, određen je kompleksnošću odnosa i fenomena na ovom području.

Dvojni karakter Balkana u istoriji je bio opterećen „talogom i prljavštinom“ koji će se vekovima vezivati za njegovo ime. Balkan, kao neka vrsta „ničije zemlje“, koja nije ni

najmanje evropska, ali nije ni azijska, i kao tamna strana jedne kolektivne Evrope sadržao je protivrečnosti koje su dovodene do krajnjih granica.¹⁰ Tako je balkansko tlo postalo evropsko bure baruta, a balkanski duh – duh beskonačne nesloge, „pra-slika pra-borbe“ jednog protiv svih. Balkanizacija¹¹ je postala sinonim za povratak plemeskom, zaostalom, primitivnom i varvarskom, u kome se učitavaju mnogobrojne negativne konotacije balkanskog diskursa.

Nasilnost, kao glavno stereotipno određenje Balkana, uvek se povezivalo sa istokom, što je još više naglašavalo orijentalnu prirodu ovog regiona, i pojačavalo osećaj stranog, „unutrašnjeg drugog“ u odnosu na Evropu. Evropski „Orijent“ bio je predstava o srednjovekovnom viteštvu, oružju, zaverama. Ta zamrznuta slika Balkana, tvrdi Todorova (2006), određena opštim parametrima, odnosno stereotipima, reprodukuje se gotovo bez promene decenijama. Treba dodati da su jačanju te slike doprineli i sukobi, koji su se na ovim prostorima odvijali, takođe gotovo neprekidno.

Za razliku od već pomenute negativne slike balkanskog identiteta - surovosti, prljavštine, bede, primitivizma, zaostalosti, fatalizma i isključivosti - pozitivna samoidentifikacija uključuje vrednosti vezane za tradicionalne kulture, kao što su junaštvo, čast, slobodoljublje, gostoljublje, ponos, kao i naglašenu emocionalnost, strastvenost, temperamentnost, energičnost (Dragičević-Šešić i Dragojević, 2004b: 19). Ovako oblikovani obrasci percepcije u velikoj meri će uticati na mnogobrojne probleme ovog regiona, kao što su etnička kompleksnost i njom definisani politički odnosi tzv. balkanskih zemalja.

Balkanski mentalitet (*homo balcanicus*) se javlja kao jedan od najčešće upotrebljivanih mitologema i matrica patrijarhalnog života, a veličanje folklora i jezika, kao odrednica suštine identiteta naroda. Ova odrednica ostaje suštinska u određenju savremenih fenomena, koji se takođe izražavaju kroz stereotipe.

Sam identitet Balkana, u značajnoj meri javlja se kao okvir u konstrukciji nacionalnih identiteta. U tom procesu su trajnu ulogu imali i mnogobrojni nacionalni mitovi, koji su uticali i na formiranje etničkih predrasuda unutar regiona. To su „ključni nacionalni mitovi

¹⁰ Kao ilustraciju ovog odnosa Todorova navodi pisanja Brejsforda iz 1903. godine, a koji podvlači jasnu razliku između normi koje vladaju na Balkanu i onih u Evropi: „U zemlji u kojoj seljak ore noseći pušku na leđima, gde vladari ostaju na vlasti zahvaljujući sposobnosti da po potrebi i ubijaju, gde se pretpostavlja da hrišćanski crkveni verodostojnici organizuju politička ubistva, život ima samo relevantnu vrednost, a ubistvo donosi samo relevantnu krivicu. Po krvoločnosti se rase na Balkanu ne razlikuju mnogo – one su proizvod vekovne azijske vlasti“ (Todorova, 2006: 242).

¹¹ U odrednici *Male Prosvetne enciklopedije* (1978) balkanizacija je „pežorativni izraz kojim se u međunarodnim odnosima označava stanje rasepkanosti i zaoštrenosti sukoba interesa u jednom regionu s malim izgledima da dođe do sporazumnog rešenja spornih pitanja između zainteresovanih strana. Izraz je nastao da označi stanje na Balkanu početkom XX veka, a kasnije je dobio širu primenu u publicistici tako da se danas piše o opasnosti balkanizacije Afrike“.

poput: srpskog kosovskog mita, hrvatskog srednjovekovnog nacionalnog i državotvornog mita, crnogorske nepobedivosti i čojstva, imperijalne snage srednjovekovne bugarske države, bošnjačkog mita o stvaranju nacije...“ (Dragičević-Šešić i Dragojević, 2004b: 20), kojima su potcrtavane granice, a otežavani uzajamni dijalog i razumevanje.

Međutim, Balkan kao jedinstveni kulturni prostor opstaje uprkos brojnim turbulencijama kroz koje je prolazio. U savremenom kontekstu se govori o Jugoistočnoj Evropi (ili u varijacijama o Balkanu) kao odrednici regionalnog identiteta, gde su pitanja interkulture komunikacije i dijaloga od ključne važnosti za uspostavljanje porušenih veza, redefinisavanje identiteta i ponovnu izgradnju ugleda (i imidža) zemalja u regionu. U tom kontekstu, teza Marije Todorove (2006: 348) da „Balkan ima moćnu ontologiju stalne i duboke promene“ ima svoj puni smisao.

2.3. Srbija u turbulentnim promenama krajem XX i početkom XXI veka

Pod različitim balkanskim turbulencijama Srbija je vekovima patila u kulturno-istorijskim protivrečnostima vere, kulture, jezika, običaja, mitova, kao i državno-političke tradicije, dinastija i ideologija.

Kraj XX veka za Srbiju bio je obeležen definitivnim nestajanjem Jugoslavije sa društveno-političke mape Evrope i sveta, kada su se desile i one najburnije promene, koje su se ponajviše odrazile na identitet i imidž Srbije. Raspad Jugoslavije bio je jedna tačka u hronologiji događaja koji su obeležili ovaj period: od pada Berlinskog zida i raspada SSSRa, preko zbivanja na Balkanu i ratova u dotadašnjoj SFRJ, do Mاستrihtskog ugovora i formalnog ujedinjenja Evrope. Značaj spoljnih faktora, kao izraza globalnih društvenih promena, u tim procesima je neosporan, naročito imajući u vidu aktivno mešanje velikih sila u rešavanju problema na tlu bivše Jugoslavije. Kompleksnost pozicije Srbije u ovom kontekstu, objašnjava činjenica da su „društvene promene u Srbiji naravno bile proizvod globalnih društvenih promena (propast tzv. realnog socijalizma u svim zemljama centralne, istočne i jugoistočne Evrope) i posledica njenih unutrašnjih strukturalno-sistemskih i kulturno-istorijskih protivurečnosti“ (Miletić, 2001: 76).

Političke i druge društvene promene s kraja XX veka u Srbiji odigravale su se u turbulentnom okruženju, koje je karakterisao rat u susednim zemljama i ekonomske sankcije, a nešto kasnije i NATO bombardovanje. Ovi procesi doveli su do stagnacije celokupnog društva u Srbiji koja, ako se društvo uzme kao dinamična a ne statična struktura, zapravo predstavlja veliku regresiju, naročito u odnosu na ostale zemlje u Evropi. S obzirom da između najznačajnijih društvenih grupa i njihovih političkih reprezenata, kao glavnih aktera promena, nije došlo do konsenzusa o pravcu i ciljevima društvenih promena, izazvano je stanje koje bi se moglo definisati kao „mešetarenje“ odnosno stanje društvene entropije (Miletić, 2001: 99).

U takvim okolnostima došlo je do razaranja postojećeg sistema kulturnih vrednosti u društvu, a društvo u celini gotovo je izgubilo autentični kulturni identitet. Politika je u najnegativnijem smislu postala glavno određenje identiteta i imidža Srbije, a kultura je postala predmet političke instrumentalizacije.

Dvehiljadita godina i pad režima Slobodana Miloševića označili su prelomni period u razvoju demokratije u Srbiji i otvorila nade u konačno okončanje perioda ratnih sukoba i početak približavanja Srbije Evropi. Ovaj period trebalo je da označi konačni povratak „izvornom identitetu“, samorazumljivost, institucionalizaciju „pravih“ nacionalnih vrednosti, koje izlaze iz korpusa ideološkog nadmetanja i političke manipulacije.

Međutim, ulazak u proces tranzicije, koja će biti prolongirana, Srbiji je doneo rast nezaposlenosti, pad životnog standarda, uz slabljenje socijalne politike. Time je Srbija, uz sve napore da kroz pregovore unapredi svoju poziciju, zapravo ostala do današnjeg dana pozicionirana kao problematični „Drugi“. O postoktobarskim okolnostima u kojima se Srbija našla, Zagorka Golubović izvodi sledeće zaključke:

Izgubilo se uverenje da je 5. oktobar bio simbol demokratske prekretnice, jer se tada nije raskrstilo sa nasleđem bivšeg režima... zatim da je 2005. preovladao pesimizam, gubljenje nade u ostvarenje normalnijeg života, osećanje bespomoćnosti.. osim toga građani stavljaju akcenat na odsustvo jasnih ideja kuda ide zemlja, kao i na raskorak između demokratskih vlasti i građana, iz čega proizilaze ravnodušnost i bespomoćnost, apatija kao osnovne karakteristike sadašnje atmosfere, a 'kolektivna depresija' kao kolektivni ton u percepciji stvarnosti. (Golubović, 2005: 37)

Period prolongirane tranzicije u Srbiji praćen je lomovima u društvenom sistemu, ostavljajući kritični problem identiteta gotovo na margini dešavanja, uprkos činjenici da je polje tih društvenih lomova upravo bio sam društveni identitet.

„Stalne promene ideoloških načela ostavile su teške posledice na društvo u Srbiji, tako da je sada u njemu skoro svuda primetan vrednosni vakuum. Ogrmona zapuštenost saznanje, etičke i estetske dimenzije ovog društva korespondira dugom kontinuitetu procesa njegovog rastakanja“ (Đurić, 2004: 263).

U potpuno dezorijentisanom društvu, kome nedostaje ne samo kulturna politika, već i svest o kulturnim vrednostima, prisustvo drugih raznorodnih činilaca dovodi do slike (prividne) „zatvorenosti“ i (ukorenjenog) „tradicionalizma“ društva Srbije, koje se može posmatrati i kao „društvo razbijene tradicije i neorganizovane otvorenosti“.

III KULTURNA DIJAGNOSTIKA IDENTITETA I IMIDŽA SRBIJE

Kriza koja je zahvatila Srbiju na svim nivoima društva dovela je do brojnih protivrečnosti u određenju njenog identiteta, imidža i samopoimanja uopšte. U najkraćem, identitet i imidž Srbije su nejasni, kontradiktorni i gotovo marginalni u odnosu na ostatak Evrope. Ovaj pogled „spolja“ često se razlikuje u odnosu na ono što je samopercepcija, koja je, takođe, neprepoznatljiva i ispunjena stereotipima.

U spektru ovih aktuelnih društvenih procesa želimo da istaknemo važnost i ulogu kulture i medija u odnosu na identitet i imidž Srbije. Kultura nikad kao sad nije bila važnija, kao ni potreba za preispitivanjem sistema vrednosti i drugih elemenata koji kulturu povezuju sa identitetom. A mediji su svakako među dominantnim instrumentima koji oblikuju imidž, pa i identitet, naročito imajući u vidu njihovu ukorenjenost u aspektima savremene (medijske) kulture.

3.1. Značaj kulture u poimanju identiteta i imidža

Kultura je prisutna u svim aspektima života, bilo kao simbolička komunikacija ili kao izraz određenih društvenih normi. Kao „gramatika društvenog života“ i suštinska osnova društvenog sistema, kultura omogućuje situiranje individua i kolektiva u socijalni kontekst. Funkcije kulture₂ u jednom širem socio-kulturnom kompleksu, prema Zagorki Golubović, obuhvataju:

1. korišćenje tekovina i iskustava za stvaranje sredstava za život članova jednog društva;
2. definisanje simbola i značenja u vidu prihvaćenog jezika date kulture;
3. na osnovu akumuliranog iskustva i stečenog znanja dalje podsticanje novih otkrića u cilju uspešnijeg savlađivanja životnih problema;
4. određivanje dominantnog sistema vrednosti na osnovu kojeg se vrši izbor društvenih ciljeva i usmerava društvena akcija;
5. definisanje poželjnog tipa ponašanja za slojeve, grupe, pojedince i određivanje onog tipa ponašanja koji će se smatrati devijantnim;
6. određivanje načina na koji će se prenositi društveni zahtevi i kulturni standardi na pojedince i definisanje mere tolerantnosti u slučaju odstupanja od ovih zahteva. (Golubović: 1973: 86)

Ovako formulisane, funkcije kulture predstavljaju svojevrsan zadatak društva, kojim se potvrđuje određeni životni obrazac, odnosno identitet. Kroz te „konstitutivne društvene procese“ (R.Vilijams), čiji je kultura osnov, razvija se identitet sa svojim elementima, čije sadržaje ne treba zanemarivati.

Kao jedan od važnih procesa u tom smislu jeste akulturacija - složen i protivrečan kulturni proces interakcije globalnih kultura naroda u prostoru i vremenu, u kome nastaju manje ili veće promene u tim kulturama. Ona predstavlja kontakt različitih kulturnih grupa koje utiču jedna na drugu (Koković, 1997: 305) i koje se nalaze u „mreži odnosa“. Akulturacioni procesi prolaze kroz različite faze, počev od upoznavanja drugih kultura, stupanja u raznovrsne dodire sa njima, selekcije kulturnih elemenata iz njih, njihove adaptacije u kulturi primaoca, do povezivanja, saradnje, prožimanja, zajedništva i jedinstva kultura (Bauman, 1984). Oni se obavljaju na različitim nivoima: od nacionalnih i etničkih grupa, elita, socijalnih slojeva, regionalnih, kontinentalnih zajednica, do civilizacija kao najširih kulturnih zajednica. Prilikom primanja kulturnih elemenata iz tuđe kulture dolazi do njene prerade i prilagođavanja sopstvenoj kulturi. Kod nasilne akulturacije javlja se kulturna rezistencija, kada se daje otpor nametnutim kulturnim vrednostima, ili se one selektivno prihvataju. U zavisnosti od toga koji kulturni kompleksi i elementi stupaju u kulturne interakcije sa drugim kulturama, proces akulturacije ispoljava se kao uzajamno korisna kulturna saradnja ili kao ignorisanje, sudar i sukob kultura, s težnjama dominacije, asimilacije i uništavanja drugih kultura.

Ako se zna da u svakom kulturnom tipu ima samo deset procenata originalnih kulturnih elemenata a svi drugi su kroz akulturaciju prihvaćeni iz drugih kultura, prilagođeni i osmišljeni prema potrebama odgovarajućeg kulturnog tipa, onda se u kulturama svih balkanskih naroda mogu da identifikuju ti zajednički kulturni elementi. Ovi zajednički elementi čine minimalističku, regionalnu kulturu na osnovu koje je moguća kulturna komunikacija među balkanskim narodima i tolerancija kulturne različitosti. (Butigan, 2000: 113)

Jasno je da se procesi u okviru akulturacije dešavaju katkad i paralelno i da se time usložnjava sam proces. Međutim važno je podvući da uprkos globalnim procesima asimilacije, u uslovima izolacije nije moguće razvijati ni kulturu, a identitet još manje. To je značajno i sa aspekta ostvarivanja kulturnih prava, kao neotuđivih prava građana. Na primeru Srbije vidimo da, kao u većini zemalja u tranziciji, ni kultura ni kulturne potrebe građana nisu među državnim prioritetima, s obzirom na prisustvo drugih socijalnih i ekonomskih problema koji pritiskaju ove sredine i na postupni izlazak kulture na „tržište“. Tako se nedostatkom brige za pitanja kulture, koja se više tiču kulturnog razvoja nego finansiranja, neminovno nagomilava niz problema vezanih za identitet, dakle za bazično osećanje postojanja, koje je

svakako daleko od luksuza, već je pitanje sadašnjeg i budućeg samosagledavanja i budućnosti Srbije uopšte.

Kulture u dijalogu jesu kulture u potrazi za novom kulturnom sintezom, koja je svoj izraz našla upravo u konceptu interkulturalizma i kulturne raznolikosti (*cultural diversity*), a koja podržava jasnu definiciju pojedinačnih kulturnih identiteta i time čini mogućom komunikaciju među različitim kulturama, pri čemu se i diverzitet i identitet shvataju kao procesi u interakciji koja odražava društvenu promenu.

Interkulturalizam je filozofija razmene među kulturnim grupama u okviru društva, koja zahteva inherentnu otvorenost prema kulturi „drugog“. Zato interkulturalizam podstiče dijalog i traganje za zajedničkim elementima između kultura, u kojima se prepoznaju i priznaju kulturne različitosti. Kulturna raznolikost obuhvata spektar kulturnih specifičnosti jednog regiona ili pak sveta kao celine. Deklaracija UNESCOa o kulturnoj raznolikosti (2001) predstavlja prvi međunarodni instrument kojim se postavljaju standardi za očuvanje i promociju kulturne raznolikosti i interkulturalnog dijaloga (www.wikipedia.org). Na tragu ovih principa treba tražiti ključ savremenih relacija kulture identiteta i imidža, o čemu će u narednim poglavljima još biti reči.

3.2. Uloga medija u konstrukciji i reprodukciji identiteta i imidža

Teorija, istraživanja i politika vezani za odnos između medija, identiteta i imidža su u srži brojnih debata. Mediji imaju dominantnu ulogu u oblikovanju komunikacionih obrazaca i značenja, a posredovano iskustvo putem medija utiče kako na individualni identitet, tako i na osnovnu organizaciju društvenih odnosa. Mediji bi trebalo da obezbeđuju prostor u kome se dele informacije i informiše javnost. Međutim, funkcije koje obavljaju mediji uključuju eskapizam i učešće u formiranju ličnog identiteta.

Komunikacioni sistemi sve više igraju središnju ulogu u Zapadnim demokratijama – budući da delimično zamenjuju crkve, političke partije i sindikate kao sredstva oblikovanja i predstavljanja različitih mišljenja (Kin, 1995: 8). Dakle, moć medija uopšte i njihova moć u stvaranju kulturnog identiteta delimično se ogleda i u tzv. „kolektivnom“ autoritetu medija, te njihovoj sveprisutnosti u svakodnevnom životu.

„Otvoreni publicitet sa svih strana opsega svest ljudi i preti da razori njihovu kulturu i njihov identitet. Neposredan dijalog među ljudima i narodima zamenjuje veštačko kruženje prerađenih informacija čiji je cilj održavanje premoći i potčinjavanje“ (Majstorović, 1979: 230). U takvom globalnom okruženju dolazi do slabljenja nacionalnih identiteta posredstvom medijske industrije, sa internacionalnom koncentracijom vlasništva, a ne treba zaboraviti ni ostale pritiske ekonomskih interesa i uredničke kontrole.

Banalna je činjenica da su medijske poruke uvijek pod nekom vrstom kontrole vlasnika kanala...on teži za tim da javnost i njezino mnijenje, pa i njezine stavove i postupke, usmijeri tako da njegovi vlastiti interesi i koristi ne mogu biti dovedeni u pitanje. Ova se manipulacija javnošću zasniva na cijelom nizu ponekad veoma različitih postupaka, od posredovanja samo određenih poruka originalno nastalih u nekoj drugoj sferi javnog života, preko odabira događaja koji će biti 'pretvarani' u vijesti, do njihove 'usmjerene' interpretacije. (Škiljan, 1998: 94)

Identitet je pitanje sećanja, a mediji imaju snažnu ulogu u konstruisanju tih sećanja. Razmatrajući sadašnji „duh vremena“ i kontekst u kome se dešava proces kulturne komunikacije, kontekst postmoderne, Milena Dragičević Šešić ističe značaj medija u odnosu na realnost.

Komunikaciona ekstaza, pojam koji naglašava multiplikovanje komunikacionih kanala i veće u učešće u procesu komuniciranja no u procesu stvaranja vrednosti, ukazuje i na saturaciju, medijsko zasićenje još neostvareno u potpunosti, do koga je ipak došlo u krugovima koji su relativno rano, i u punoj meri, obezbedili pristup medijima. (Dragičević Šešić, 1994: 197)

Mediji, dakle, ne samo da određuju dnevni red događaja, već utiču i na promenu želja i sećanja. Oni daju sliku takve stvarnosti u kojoj nisu potrebna sećanja, jer njih zamenjuju same vizuelne slike. Kako tvrdi Ričard Stajvers (Richard Stayvers): „Televizija od nas traži da živimo u nestabilnoj sadašnjosti u kojoj sećanja sprečavaju prijatan gubitak sebe koji proizilazi iz posrednog života preko slika“ i dodaje da: “bez dodatka istine, značenja, stvarnosti postaje još užasnija, čak i nepodnošljivija nego što bi inače bila“ (Stajvers, prema Smirs, 2004: 221). U tom pravcu idu i Kelnerova razmišljanja da se danas komercijalna televizija pretežno rukovodi estetikom reprezentacionog realizma, slika i priča koje krivotvore stvarnost, pokušavajući da stvore efekat realnosti, pri čemu zapravo realnost ostaje po strani (Kelner, 2004: 389). Kao rezultat se javljaju nova značenja i novi sadržaji koji postaju deo identiteta, a svakako i imidža, s obzirom da te kategorije u ovom kontekstu koincidiraju jedna sa drugom.

Sagledavajući poziciju čoveka u novom medijskom okruženju, Divna Vuksanović se s pravom pita „Šta je, dakle, čovek s obzirom na pitanje identiteta koje je pretrpelo ne samo proširenja nego i bitne izmene u samom pojmu, što dalje implicira moguću zastarelost samog pitanja kao pitanja, sagledanog u kontekstu ubrzanog, gotovo patološkog razvoja novih medija i tehnologija“ (Vuksanović, 2007b: 83). Efekti medija, dakle, u velikoj meri određuju ne samo pojedinca, već i kolektiv, a u takvim uslovima postaje gotovo uzaludan pokušaj realnog samoodređenja i suštinskog razumevanja egzistencije kao takve.

U ovom kontekstu važno je reći nešto i o masovnoj, odnosno medijskoj kulturi, kroz čije se forme očituju savremeni trendovi u oblikovanju imidža, koji se često izjednačava sa identitetom. Iako je ovde uglavnom reč o ličnom imidžu odnosno identitetu, fenomeni koji su deo ovog spoja kulture i medija imaju uticaja i u procesima oblikovanja nacionalnog i kulturnog identifikovanja uopšte.

Iako oko značenja pojma masovna kultura postoji dosta sporova, jasno je da se on odnosi na pojave savremenog prenošenja identičnih i analognih sadržaja koji teku iz malobrojnih izvora ka velikim masama primalaca, kao i na jednobrazne forme zabavne i zabavilačke delatnosti velike mase ljudi (Klosavska, 2001: 102). Medijska kultura se zasniva na predstavama, često koristi i sliku i zvuk, a obuhvata različite medije: radio, film, televiziju, muziku i štampane medije, kao što su časopisi, novine i stripovi. Ona je zasnovana na modelu masovne proizvodnje i deo je komercijalne kulture, a namenjena je širokom auditorijumu i bavi se isključivo aktuelnim pitanjima i na taj način stvara obeležja i simbole savremenog društvenog života. Medijska kultura pruža osnovu za stvaranje identiteta pojedinaca i

učestvuje u oblikovanju dominantnih shvatanja o svetu i najvišim vrednostima, a tu je baš kao u svakodnevnom životu, imidž dobio centralno mesto u formiranju identiteta ličnosti – novog postmodernističkog identiteta. Medijska kultura postala je dominantna sila socijalizacije, pri čemu njeni likovi i poznate ličnosti zamenjuju porodicu, školu i crkvu u određivanju ukusa, vrednosti i načina mišljenja, stvarajući nove modele identifikacije i rezonantne predstave stila, mode i ponašanja (Kelner, 2004: 28). U savremenom medijskom društvu, kako ga naziva Kelner, identitet se stvara uz pomoć predstava masovne proizvodnje, dok imidž i kulturni stil postaju sve važniji u oblikovanju individualnog identiteta. Medijska kultura predstavlja moćan izvor novih identiteta, tako da ona zamenjuje nacionalizam, religiju, porodicu i obrazovanje kao izvore identiteta. Ovo je na primeru Srbije veoma upečatljivo, s obzirom na turbulentne društvene procese koji su se u bliskoj prošlosti odvijali na ovom prostoru.

U globalnoj masovnoj kulturi stvorene su i ideološke osnove za sasvim određene vrednosti političke kulture. Razmatrajući odnos globalnih kulturnih trendova i identiteta Antoni Smit tvrdi da: „centralna teškoća u bilo kom projektu za konstituisanje globalnog identiteta a samim tim i globalne kulture, jeste da je kolektivni identitet, isto kao i slike i kultura, uvek istorijski specifičan jer je zasnovan na zajedničkim sećanjima i osećanju kontinuiteta između generacija“ (Smit, 1990: 180). Dakle, kakva sećanja, koje mitove i simbole, vrednosti i identitete može da ponudi ovakva globalna kultura koju uglavnom pokreću komercijalni interesi multinacionalnih korporacija? I da li se u tom slučaju uopšte može govoriti o principima demokratije, odnosno prava na autentični kolektivni i individualni identitet. Tako razmišlja i Jost Smirs konstatujući da: „jedna od karakteristika kulture koju pokreću korporacije jeste stalna tendencija da se poništi prošlost, sećanje, da se bude bezbrižan, da se pruži šansa sadašnjim iskustvima, da se odmah uništi ono što počinje da postoji, da se dezintegrišu sveobuhvatni šabloni značenja, da se svaki izbor napravi nasumičnim fenomenom“ (Smirs, 2004: 200).

A koliko je danas identitet određen prošlošću i na koji način se formiraju matrice za njegovo funkcionisanje u društvu kao što je srpsko, pokušaćemo da utvrdimo u sledećem delu, gde se bavimo konstitutivnim elementima kao što su sistem vrednosti, društveni karakter i dominantni identifikatori poput mitova.

3.3. Identitet Srbije

Nemati identitet ravno je nepostojanju. (Kecmanović, 2006: 84)

Težnja za zaštitom i potvrđivanjem nacionalnog i kulturnog identiteta je danas postala toliko živa da njeno zadovoljavanje neki autori označavaju kao najvažniji politički i kulturni zadatak savremenog čovečanstva. Zašto je pravo na nacionalni i kulturni identitet postalo toliko važno? Zato što upravo sve to, tradicije, način života, navike, ishrana, oblačenje, zabavljanje i slično određuju odnose među ljudima. Sistem vrednosti koji ujedinjuje jednu zajednicu i među njenim članovima razvija svest o zajedničkom pripadništvu.

Da li se, kada govorimo o identitetu Srbije, neminovno podrazumeva kriza tog identiteta? O krizi grupnog (kolektivnog) identiteta govori Zagorka Golubović u knjizi *Ja i drugi*, u kojoj tvrdi da do krize dolazi u nekoliko slučajeva:

Onda kada postojeći kulturni obrasci dođu u otvoreni sukob i izazovu nedoumice u pogledu poželjnih paradigmi (na primer, kada se sukob aktualizuje na regionalnom planu – sukob hrišćanskog i muslimanskog obrasca, ili katoličkog i pravoslavnog). Zatim, kada nastane vakuum kulturnih vrednosti i poremećaj u obrascima kulture, koji stvara konfuziju u pogledu poruka i propisanih standarda i normi ponašanja. Najzad, onda kada državno-politička zajednica nametne određene obrasce kulture i odgovarajuće propise kao jedini opštevažeći referentni okvir i isključi svaku mogućnost izbora (što je karakteristično za totalitarne režime). (Golubović, 1999: 56).

Ovde se, međutim, ne bavimo toliko pitanjem „šta je ostalo od identiteta Srbije“, već šta od njega može biti. Smatramo da su već pomenuti faktori - kultura i mediji od izuzetnog značaja u procesu redefinisanja identiteta Srbije. U analizi koja sledi, pokazaćemo argumente zašto je to tako.

3.3.1. Osnovne pretpostavke identiteta Srbije: sistem vrednosti, kulturni obrazac, društveni i nacionalni karakter

Postojanje centralnih sistema vrednosti u suštini počiva na potrebi ljudskih bića da ugrade sebe u nešto što prevazilazi i preobražava njihovu konkretnu individualnu egzistenciju.

Vrednosti su osnovni životni orijentiri, to su apstraktne kategorije. Izborom osnovne vrednosti gradi se sistem vrednosti koji se ugrađuju u društveni sistem. Krize sistema vrednosti se odražavaju kako na pojedinca tako i na celokupno društvo. Univerzalne vrednosti: istina, pravda, dobro, ljubav, lepota, sloboda, jednakost, u interakciji sa specifičnim

vrednostima, omogućavaju izgradnju i izražavanje identiteta. „Ljudske i društvene vrednosti su u funkciji očuvanja društvenog sistema i kulture. Poremećaji i preokreti u sistemu vrednosti povlače sa sobom velike i lančane poremećaje u celokupnoj kulturi“ (Koković, 1997: 99). Poremećaji sistema vrednosti, kao i razaranje pojedinih njihovih elemenata u Srbiji, kao nasleđe prošlih režima, doveli su do gotovo nesagledivih posledica.

Neselektivno odbacivanje starih vrednosti doprinelo je konfuziji...U nemogućnosti da se promovišu nove vrednosti i moralne norme, stvoren je moralni i vrednosni vakuum koji je izazvao snažnu blokadu društvenih i kulturnih promena, budući da je masovno prihvaćena maksima: sve je dozvoljeno! (Golubović, 1994: 38)

Dakle, rekonstrukcija vrednosnog sistema predstavlja nužno kompleksan zahvat koji dotiče sve agense društvenog života. Način na koji se kroz javni diskurs (modele mišljenja i društvene institucije) mladi, na primer, pozicioniraju unutar društva, značajan je pokazatelj dokle se stiglo sa promenama na opštem planu. O njima se često govori kao o „žrtvama tranzicije“ i „izgubljenim generacijama“. Imajući u vidu primitivizaciju i provincijalizaciju društva na kojoj je sistemski rađeno u Srbiji devedesetih godina, kao i činjenicu da su nove generacije odrasle u ratnom okruženju, u izolovanom, kriminalizovanom i korumpiranom društvu, moguće je da će takav društveni ambijent obeležiti i celokupan proces formiranja identiteta i sistema vrednosti.¹²

Novac i slava, koji idu ruku pod ruku s nasiljem i kriminalom, „upakovani“ u opštu atmosferu apatije, izazivaju akumulirano nezadovoljstvo, koje kao jednu od posledica ima socijalno nepoverenje i različite konflikte. O značaju i ulozi emocija u manifestacijama identiteta moglo bi se govoriti mnogo šire i dublje, jer se identitet oseća, pre nego hladno analizira. Ovde treba napomenuti da je emocionalni element prisutan naročito kod vrednosti, koje nosioci identiteta ne dovode u pitanje. Kada je visok stepen poistovećivanja sa referentnom grupom, onda čovek na povredu vrednosnog sistema pripadajuće grupe odgovara agresivnošću. Ukoliko se ta agresivnost nagomilava bez adekvatnog pražnjenja, dolazi do provale agresije kao odgovor na ugroženost vlastitog integriteta. Tako individualni identitet gubi na značaju, a čovek reaguje porastom straha, a zatim i porastom agresivnosti (Kecmanović, 2002).

Ovome se može dodati opšta kriza kulture (o čemu će kasnije biti više reči), koja koincidira s krizom sistema vrednosti. Uprkos proklamovanim kulturnim vrednostima, u

¹² Prema rezultatima nekih empirijskih istraživanja u postsocijalističkim zemljama, novac i sreća su za više oko 77% mladih ključ uspeha, dok su za mlade iz razvijenih zemalja bogatstvo, slava, ugled i prestiž manje atraktivne vrednosti (Čičkarić, 2003: 88; prema: Helve, 1993; Inglehart, 1997).

mnogim sredinama se u praksi one zapravo nisu realizovale. Nedostajala je svest o sopstvenim kulturnim vrednostima koja bi pružila sigurnost, motivaciju, dostojanstvo identitetu ljudi. Umesto toga, godinama je negovan razvoj „ratne kulture“, „kič patriotizma“ i „pink kulture“ (vid. Dragičević Šešić, 1994). O ovim fenomenima bi se moglo zasebno govoriti, ovde je važno istaći da ih sve povezuje sistem vrednosti koji je negovan u uslovima izolovanog i nadasve primitivizovanog društva.

S druge strane, sistem vrednosti koje proklamuju procesi globalizacije neminovno utiču na ono što je lokalna stvarnost Srbije, kao i na tradicionalno oblikovane obrasce življenja. „Individualizacija, diferencijacija i refleksivnost dovode do porasta alijenacije, izolacije, narcizma, apatije, cinizma, isključenosti i marginalizovanog položaja u društvu, pa čak i prihvatanja uloge žrtve“ (Čičkarić, 2003: 82), i taj „postmoderni životni stil“ dodatno slabi već uzdrmane temelje sistema vrednosti.

Sve popularniji *reality show* programi postali su prototipi simuliranog načina života. Jedan od novijih fenomena na televiziji *Veliki brat (Big Brother)* kao oblik TV *reality* sapunice u kojoj grupa momaka i devojaka (a nekad i starijih) provodi stotinak dana zaključana u kući. Ovde se pored podsticanja ekstremnog voajerizma i otvorenog sadizma kod gledalaca, zapravo u velikoj meri manipuliše samim učesnicima serije do granica kršenja ljudskih prava. Ovo je inače tipičan primer kulturnog proizvoda koji pokreću korporacije sa idejom da se relativizuju individue kao takve, a da se slave i promovišu oni „kolektivno privlačni“ za gledaoce. Efekti ove „igre“ na elemente kulturnog obrasca i time posredno na identitet ljudi, svakako nije beznačajan, naročito imajući u vidu da se njena „interaktivnost“ ogleda u osudi „drugih“.

Društvo, dakle, stvara određene kulturne vrednosti, pored onih globalnih koje usvaja; postoji prostor u kome se specifičnosti i različitosti ispoljavaju pod uticajem složenih društvenih odnosa i struktura. Pitanje koje vrednosti bi trebalo zadržati i koje vrednosti druge kulture treba da odnesu prevagu ne podrazumeva jednostranu odluku, već je uslovljeno ličnim shvatanjem pojedinca i dugim procesima usvajanja novih i napuštanja starih vrednosti, što, sa svoje strane, predstavlja neizbežni rezultat interakcije različitih kultura. Reč je, naime, o stvaranju uslova za razvoj interkulturnog dijaloga, kroz preispitivanje određenih kulturnih modela i obrazaca.

Kulturni obrazac (*culture pattern*) je među prvima upotrebljavao Edvard Sapir (1974), koji je zauzeo stav da u svakodnevnoj komunikaciji ne treba kulturne obrasce podvrgavati svesnoj analizi, jer se oni inače usvajaju nesvesno i ukazuju na načine društvene i

kulturne interakcije. Ove kolektivne psihičke karakteristike predstavljaju zajednički imenitelj ponašanja svih ljudi jedne homogene zajednice, što čini njihov „kulturni karakter“ (Mid). Na osnovu tih pretpostavki ljudi usvajaju određeni, kulturno specifičan način ponašanja, odnosa prema sebi i drugima. Osnovna zamerka ovom pristupu može se uputiti pretpostavci o homogenosti nacionalnih zajednica, kao i nepromenljivosti kulture tih zajednica. Kulturalisti¹³, u okviru bavljenja odnosom između kulture i ličnosti, u središte pažnje, takođe, dovode kulturne obrasce. Konkretnije utemeljenje dala je Rut Benedikt (Ruth Bennedickt) (1976) koja je, sledeći Ničeovu terminologiju, formulisala dva idealna modela kulturnog dinamizma i vrednosnih kriterijuma, nazivajući ih „dioniski“ i „apolonijski“ obrazac ponašanja. Dioniski obrazac ponašanja je „protiv“ ograničavanja života, u težnji ka dosezanju ekstaze putem rituala, igara i magije. Apolonijski obrazac ponašanja je okrenut uspostavljanju „mere u helenskom smislu“, odnosno opšte uravnoteženosti, bez uplitanja u nagonska stanja psihe.

Nekoliko definicija kulturnog obrasca pruža uvide u kompleksnost ovog pojma. Kulturni obrasci se poimaju kao „istorijski stvoreni sistemi značenja u okviru kojih dajemo formu, red, smisao i uverenje našim životima“ (Gerc, 1998: 72, Knjiga 1). Zagorka Golubović pod kulturnim obrascem razume „smisaoni okvir orijentacije i integracije jedne zajednice koji obuhvata, pre svega, vrednosne sisteme pomoću kojih pojedinci i društvene grupe doleze do razumevanja sebe i sveta u kome žive, kao i modele za akciju radi ostvarivanja izabranih ciljeva i promovisanja poželjnog načina života“ (Golubović, 1994: 35). Konačno, kulturnim obrascem se može nazvati svaka norma, određeni oblik mišljenja, delovanja i ponašanja koji se ponavlja i u okviru koga se javljaju i funkcionišu stvari, znaci i ponašanja.

Kulturni obrazac je pretpostavka postojanja nacionalnog obrasca, pa i političkog. Kako kaže Slobodan Jovanović „čim se čovek uzdigne nešto malo iznad nacionalnog egoizma, njemu postaje jasno da nacija sama sobom ne predstavlja ono što se u filozofiji naziva vrednost. Vrednost joj mogu dati samo opšti kulturni ideali kojima bi se ona stavila u službu“ (Jovanović, 2005: 85). Kao primer jednog visokog kulturnog obrasca Jovanović navodi humanistički kulturni obrazac, koji se zasniva na principima antičke filozofije.

Čini se veoma teško, međutim, odrediti mesto savremenog srpskog kulturnog obrasca, jer je on, s obzirom na svoje pseudo i hibridne vrednosti, doveo do erozije vrednosnog sistema i svakodnevnog života. Odbacivanjem dogmatsko-prosvetiteljskog kulturnog obrasca,

¹³ Grupa autora, koju čine američki kulturni antropolozi i psiholozi, pre svega Rut Benedikt (*Obrasci kulture*, 1934), Ralf Linton (*Kulturna osnova ličnosti*, 1945), Margaret Mid (*Seks i temperament u tri primitivna društva*, 1935) i drugi, sproveli su, sredinom XX veka, mnoga istraživanja na ovom polju.

koji je na ovom prostoru dominirao do poslednje decenije XX veka, došlo je do formiranja tzv. tranzicionog obrasca (ili kulturnog modela) sa specifičnim hibridnim elementima nacionalnog i mondijalističkog, i mnogobrojnim pseudokarakteristikama.

Neselektivnost, nepostojanje čvrstih vrednosti, kanona, unošenje populističke retorike u elitni kulturni kod, proizvodnja simulakruma, hiperrealnog, neki su od pojmova teorijskog diskursa postmoderne koji se čine plodotvornim u objašnjavanju duha vremena i suštine komunikacionih odnosa u kulturi i umetnosti. (Dragičević-Šešić, 1994: 198)

Kao deo tog kulturnog obrasca nastala je i turbo-folk kultura ili neofolk kultura (Dragičević-Šešić), koja se iz domena muzike uselila u sveukupni domen svakodnevnog života i životnog stila. „Neshvaćena tradicija i naopako interpretirana modernizacija temelji su ovog obrasca u kome se društvene interakcije zasnivaju na golim interesima, komuniciranje svodi na konflikt, a samoaktualizacija čoveka u javnoj sferi na agresivnu promociju i/ili mimikriju“ (Miletić, 2001: 99). Turbo-folk¹⁴ i danas predstavlja najpoznatiji ali verovatno i najproblematičniji autentični brend, kako ga nazivaju neki analitičari, s obzirom na imidž koji se uz njega vezuje. Neosporno je da je ovaj muzički, ali i širi kulturni obrazac ostavio dugoročne posledice na identitet i imidž Srbije, i to u prevashodno negativnom smislu. Ovaj obrazac je nametan kroz medije, te je u uslovima nedostatka smislenijih alternativa ubrzo postao dominantni, ako ne i jedini postojeći za većinu građana, naročito mladih. Ovako formiran kulturni obrazac ostaje, međutim, postojan samo u svojoj trenutnosti, svojoj neuhvatljivoj ispraznosti i banalnosti, koja se svakodnevno uliva u pore društvenog života Srbije, postajući deo njenog karaktera.

Mada se pojmovi „nacionalni karakter“ i „društveni karakter“ često upotrebljavaju kao sinonimi, treba reći da se nacionalni, pre svega, odnosi na uticaje koji dolaze iz nacionalne sredine, kao deo nasleđenog tradicionalnog sistema vrednosti. Takođe, u odnosu na društveni, nacionalni karakter se više odnosi na genetsku uslovljenost i nepromenljivost karaktera, u smislu kolektivno nesvesnog i arhetipa.

Pojam društvenog karaktera uveo je Erih From (Erich Fromm), a u velikoj meri se ovom temom bavio i Dejvid Risman (David Risman). Prema ovim autorima, društveni karakter oblikuju društveno-istorijsko-ekonomski procesi, dok nacionalni karakter oblikuje etnonacionalna kultura. Pod pojmom društveni karakter From podrazumeva „suštinu

¹⁴ Turbo-folk je muzički žanr nastao u Jugoslaviji osamdesetih godina XX veka. Nastao je pod uticajem popularnih pop-folk izvođača kao što su Lepa Brena i nešto kasnije Ceca, a vrhunac popularnosti dostigao je devedesetih kada je izvršen jak uticaj na muziku ostalih bivših jugoslovenskih republika, ali i drugih zemalja kao što je Bugarska (wikipedia.org).

karakterne strukture koja je zajednička većini članova iste kulture, suprotno individualnom karakteru, po kome se ljudi razlikuju jedan od drugog iako pripadaju istoj kulturi“, i dodaje da je funkcija društvenog karaktera u tome da „reguliše energiju članova društva tako da njihovo ponašanje ne bude stvar svesne odluke o tome da li da slede ili da ne slede društveni uzor, već stvar želje da delaju onako kako treba da delaju, a u isto vreme da nalaze zadovoljstvo u tome što rade prema zahtevima kulture“ (From, 1963: 95). S druge strane, Risman određuje društveni karakter „kao manje ili više stalnu društveno i istorijski uslovljenu organizaciju individualnih težnji i zadovoljavanja, kao vrstu stava kojim pojedinac prilazi svetu i ljudima“ (Risman, 1965). I From i Risman smatraju da se veza društva i karaktera može naći u načinu na koji društvo obezbeđuje kod pojedinaca određeni stepen konformnosti.

Identifikacija elemenata društvenog karaktera i oblikovanje njegovog profila su u direktnoj vezi sa društvenim ambijentom. Psihološko-antropološka istraživanja društvenog karaktera Srbije, početkom devedesetih godina (1993), pokazala su da je:

društvo u Srbiji po svojim bitnim karakteristikama još tradicionalno i patrijarhalno društvo, što se ispoljava u prihvatanju paternalističkog tipa države i kolektivističkog etosa, koji potiskuje ispoljavanje individualnosti i zahteva podređivanje pojedinca kolektivno entitetu... To je doprinelo obnavljanju tradicionalnih vrednosti, sa potenciranim značenjem pripadništva primarnim grupama (porodica, etnicitet, nacija), kao i obnovi mitologije ‘slavne prošlosti’... (vid. Golubović, Kuzmanović, Vasović, 1995: 14)

Autori ove studije naročito su se bavili pojedinim elementima društvenog karaktera, kao što su autoritarnost, etatizam, tradicionalizam i nacionalizam, koji su bili široko rasprostranjeni u Srbiji devedesetih. Analizirajući stanje u kategorijama „autoritarne submisivnosti“, „autoritarne dominantnosti“ i „autoritarne netolerantnosti“ autori izražavaju uverenje da je „osnovni izvor autoritarnosti u nas tradicionalni (patrijarhalni) sistem vrednosti i normi“, uz etatističke orijentacije (ibid.: 337). Instrumentalizacijom tradicije i prošlosti kroz retradicionalizam, uz potenciranje autoritarnog karaktera, stvoren je „autoritarno-tradicionalistički sindrom“ u Srbiji devedesetih (ibid.: 350). Time je gotovo trajno Srbija obeležena kao „problematično“ društvo, a sama nacija i njen karakter kao nezreli i nestabilni, što u kontekstu evropskih integracija predstavlja smetnju i prepreku uspostavljanju demokratskih vrednosti.

Pojam „nacionalni karakter“ je među prvima upotrebio Dejvid Hjum u svom delu *O nacionalnim karakterima* (1741). Brojni autori su se zanimali za nacionalni karakter, pa je, u tom smislu, proisteklo više interpretacija samog pojma. Ono što kao pretpostavka potvrđuje postojanje nacionalnog karaktera vezano je za postojanje kulturne matrice koja obezbeđuje

određeni stepen koherentnosti i trajnosti stavova (verovanja i predstava), i kulturnih produkata pripadnika nacionalnog kolektiva. Nacionalna specifičnost se izražava upravo u tom grupnom identifikacionom jezgru, koje utiče na ponašanje, mišljenje i osećanje članova kolektiva, i konačno na sudbinu celog naroda (Kecmanović, 2006: 314).

Za pojam nacionalni karakter vezuju se i pojmovi nacija i narod, te odnos koji se uspostavlja na relaciji pripadnika jednog naroda koji nastanjuju različite regione, a koji se nekada ne poklapaju sa državnim granicama. Jovan Cvijić je, u svom delu *Psihičke osobine Južnih Slovena* (1966), ispitivao varijetete psihičkih tipova u odnosu na određenu regiju. To su četiri osnovna tipa mentaliteta: dinarski, centralni, panonski i istočnobalkanski, kao i više podgrupa u okviru svakog tipa. Cvijić je smatrao da postoji etničko, pa i psihološko jedinstvo južnoslovenskih naroda, iako je koristio termin nacionalni karakter. Dinarski tip, kao osnovni element nacionalnog karaktera kod Srba, često je bio partikularno shvatan, iz čega su proistekla mnogobrojna uopštavanja i pogrešna uverenja o samopoimanju.¹⁵ Ako se tome doda nemogućnost usklađivanja „dinarskog dinamizma i nacionalne discipline“ i patrijarhalno uređenje, paradoksalnost nacionalnog karaktera biće možda razumljivija.

Inače, kodeks junačke tradicije i specifičnog kodeksa časti u Jugoslaviji i na Balkanu vodi poreklo upravo iz matrica patrijarhalnog, pastoralnog, ruralnog života u zajednici, a posebno artikulacije pojedinca kroz vrednosti proširenih i višestrukih porodica, za koje se smatra da preovlađuju u ovom regionu (Todorova, 2006: 273). Slobodan Jovanović tvrdi da su Narodne pesme, Kosovski mit, Njegoševa dela, dali prvog i najtrajnijeg podstreka razmišljanjima o našem nacionalnom karakteru, a da je u šaljivim, više nego junačkim pesmama o Kraljeviću Marku, takođe bilo pokušaja slikanja nacionalnog karaktera (Jovanović, 2005: 12, 60). U potpunom određivanju srpskog nacionalnog karaktera, zaključuje Jovanović, odsustvo kulturnog obrasca se pokazalo kao jedno od njegovih bitnih obeležja, što će ostati slučaj i do današnjih dana.

Negiranje svih vrednosti i iskustava srpske istorije i tradicije, kod Srba je stvorila jedan oblik nacionalne entropije, koji se pokazao pogubnim u redefinisaju nacionalnih ciljeva, u uslovima nasleđenim posle urušavanja socijalizma u Istočnoj Evropi. Jedinstvena socijalna matrica, na kojoj je formirana moderna Srbija, u svojoj strukturi i dalje sadrži

¹⁵ Govoreći o dinarskom čoveku, Cvijić (1992: 34) ističe kako „pored ovog jakog idealizma ima i jedna tradicionalna crta...dinarski čovek gori od želje da osveti Kosovo...sebe smatra kao bogom izabranim za izvršenje nacionalnog zadatka... Zbog toga su gotovo neograničeni duh požrtvovanja i samoodricanja... u toku istorije dinarski su se ljudi žrtvovali gotovo do iscrpljenja celoga naroda.“

mnogobrojne protivrečnosti, kao što je slučaj i sa nekim drugim postsocijalističkim zemljama koje su i dalje u traganju za modernim građanskim i demokratskim identitetom.

To potvrđuje i Vladimir N. Cvetković, analizirajući krizu identiteta Srbije između „tradicionalističke divinizacije (autoritarne) prošlosti“ i „modernističke zagledanosti u (’svetlu’) budućnost“ u odnosu na modele nacija (zapadni, francuski i istočni, nemački).

Srbi se grčevito drže svog porekla (kulture, jezika, i sl.), dok s druge strane, zahvaljujući ideji jugoslovenstva (pseudozapadni model nacije koja se ne formira odozdo – demokratskim težnjama, već bitno odozgo – kroz oktrosane i nedemokratske projekte) pokušavaju da ostvare nemoguće: ujedinjenje etničkog i političkog...sa uverenjem da jedno isključuje drugo. (Knežević, prir. 1996: 77)

Ostaje, međutim, otvoreno pitanje na koji način će se Srbija suočiti sa ovim kompleksim i na mahove kontradiktornim problemima nasleđenim iz bliže prošlosti, imajući u vidu nedostatak vizije razvoja u odnosu na evropske integracije.

3.3.2. Važni identifikatori - nosioci identiteta Srbije: nacionalni mitovi, religija i jezik

U kontekstu nacionalnog identifikovanja, mitovi, religija i jezik imaju važno konstitutivno mesto. Oni ulaze u red tzv. osnovnih identifikatora, na osnovu kojih pojedinci konstituišu svoje stavove, vrednosne sisteme i životne senzibilitete.

Mit je „bazična naracija“ ili „priča“ jednog naroda, koja opstaje uprkos protoku vremena i promenljivosti ideologija. Suština veze između identiteta i mita jeste u tome što se u mitu, navodno, čuva ono što je najvažnije za narod, moralni koncept i sama istina o njemu.

Mnogobrojna su mišljenja da, bez obzira na promene nacionalne ideologije, mit ostaje glavno uporište i obrazac iz kojeg jedan narod crpi predstave o sebi, o svojoj sudbini i idealima. Nacionalni mit kao „prostonarodna filozofija“, dakle, ima važnu ulogu u kontekstu nacionalnog identifikovanja.

Kosovo (i Metohija) kao sinonim za „kolevku srpstva“, i ono kao višeznačni simbol, ostaje nezaobilazni deo diskusija koje se tiču srpskog identiteta i identiteta Srbije uopšte. „Kosovski arhetip“ ugrađen je u narodno predanje o junacima i slobodi (Jovićević, 1998), a njegovi glavni protagonisti su Miloš Obilić i knez Lazar. I upravo je Njegošu, kao „zavetniku kosovskog mita“ najveća inspiracija bio kosovski mit, koji u srpskoj kulturi predstavlja pandan Hrišćanskom mitu. U kosovskom mitu se, naime, nalaze mnogi hrišćanski motivi:

izdaja, poslednja večera, odsecanje glave, carstvo nebesko kao ideal, itd. To je spoj nacionalnog i religijskog mita u kome se prepliću starozavetna (etnička, mitska) i novozavetna (univezalno, individualno) logika (Nedeljković, 2005: 215).

Mnogi autori, međutim, smatraju da je kult Kosova, zapravo, pokušaj da se realni vojni i politički poraz preobrazi u duhovnu pobedu. To paradoksalno veličanje poraza nalazi svoje utemeljenje u stradanju kao svojevrsnom iskupljenju greha. U filmu *Boj na Kosovu* lik carice Milice izgovara sledeće reči: „Kosovo je mesto gde se Srbija penje u nebo“. Ovaj „kult smrti u ime života“ postao je (i ostao) nepresušan izvor istorijskog tragizma. Usmeno predanje je u dopismenoj srpskoj kulturi imalo vrednost nepisanog moralnog kodeksa, i uslova održivosti tog „kolektivnog duha“.

Tako je kult kosovskog stradanja, zajedno sa kultom svetog Save, poslužio kao vezivna matrica za uobličavanje nacionalnog identiteta Srbije. Pored toga, u mitovima izdvojeni „simbolički kolektivni akcenti“ postali su osnova stereotipije o identitetu. Baveći se mitskim aspektima srpskog identiteta, Gordana Đerić tvrdi da srpske priče o identitetu karakteriše svodljivost na kosovski mit ili potpuno poistovećenje nacionalnog identiteta i kosovskog mita (Đerić, 2005). Na tom tragu, ova autorka razvija tezu da se nacionalni mitovi mogu posmatrati kao razvijeni integrativni stereotipi, i kao materijal za izgradnju novih stereotipa u različitim ideologijama. Nesistemska upotreba kosovskog mita, „mešanjem analitičkih nivoa estetičkog i značenjskog sa političkim i ideološkim, te mitologizacijom istorije i izjednačavanjem izvorne mitske priče sa mitskim frazama u političkoj upotrebi, remitizacija srpskog identiteta na ovim prostorima je nadograđena“ (Đerić, 2005: 15).

Kao medijski posredovanim iskustvima u savremenom kontekstu, povratak mitu i verovanjima Milena Dragičević Šešić kritički preispituje, ostavljajući otvorenim pitanje autentičnosti ovog povratka i njegovog značenja, od istinske „povjesne uspomene“ do puke simulacije „nečeg što je odavno izgubljeno“ (Dragičević Šešić, 1994: 199).

Pitanje „Šta sa kosovskim mitom danas?“ čini se da ostaje otvoreno. Sigurno je, međutim, da je važno menjati stari obrazac krvi i tla, koji razjedinjuje, obrascem duhovne srodnosti, odnosno kulture koja ujedinjuje, a čiji se elementi, takođe, mogu naći u kosovskom mitu.

Religija igra važnu ulogu u identitetu, jer predstavlja liniju razgraničenja između identiteta velikih grupa. Drugo, u premodernim vremenima religiozni identitet je bio osnovna forma socijalnog identiteta (a danas je to prevashodno nacionalni identitet) i glavni kulturni

mehanizam socijalne integracije. U tom smislu, i religiozni i nacionalni identitet imaju ekskluzivni karakter pripadnosti, jer su i jedan i drugi bitni delovi i ličnog i kolektivnog identiteta. I konačno, oba ova faktora učestvuju u socijalnoj integraciji, odnosno ostvarivanju veće povezanosti ljudi, a istovremeno podvlače podelu „mi-oni“. Ono što je bitan momenat u sagledavanju šireg konteksta identiteta jeste upravo „mi-oni“ sindrom koji podrazumeva pristrasnost, prijateljska osećanja, nekritičnost prema onima koji su pripadnici iste grupe kao i mi, i prevelika kritičnost, odbojnost i otvoreno neprijateljstvo prema onima koji ne pripadaju našoj grupi; dalje, pretpostavljanje nas njima; insistiranje na očuvanju našeg identiteta, ili identiteta onoga što je naše, uz što jasniju demarkaciju prema onima koji nisu naši, i spremnost da se žrtvujemo da bismo od njih ili njihovog sačuvali naše. Radi se, dakle, o principu prijateljstvo prema unutra – neprijateljstvo prema spolja (Kecmanović, 2006: 70).

Uobličavanje „tradicionalne“ religijske identitetske formule u Srbiji izgrađeno je kroz Svetosavlje kao jedno od temeljnih elemenata srpske kulture i srpskog nacionalnog identiteta. Heroizovano pravoslavlje, iskazano u ideji „za krst časni i slobodu zlatnu“, doveo je, međutim, do poistovećivanja religioznog i nacionalnog u svesti srpskog naroda, do današnjih dana. Iako svakako ne treba gubiti iz vida činjenicu o multikonfesionalnosti Srbije, ovde se bavimo onim većinskim delom, koji su pripadnici ortodoksne, pravoslavne vere, odnosno Srpske pravoslavne crkve.¹⁶

Kakav je, dakle, verski identitet Srba, i u kakvoj korelaciji on stoji sa nacionalnim identitetom? Kako se pravoslavlje poima u kontekstu identiteta: kao izraz autentičnih verskih osećaja, kao traganje za vlastitim ličnim identitetom, kao protivstav sve rasprostranjenijem polju droge i drugim patološkim društvenim fenomenima ili, možda, kao moda? I konačno, u kakvom je odnosu verski identitet većine prema verskim identitetima manjina, tj. drugog?

Činjenica je da je Srpska pravoslavna crkva u novijoj istoriji bila potisnuta na margine društvenog života, a njeno učenje tretirano kao anahrono i nepoželjno. Proces revitalizacije pravoslavlja odvija se već nekoliko decenija unazad, a mogućnosti i spektar uticaja Crkve postaju sve širi. Značaj Crkve, dakle, u oblikovanju identiteta ljudi postaje sve veći, o čemu svedoče mnogi pokazatelji. Versko učenje i crkvene poruke se mogu percipirati ne samo u crkvi, već i u školama, u knjižarama sa brojnom popularnom crkvenom literaturom, kao i u

¹⁶ Prema popisu iz 2002. godine, 85% stanovnika izjasnilo se da pripada pravoslavnoj veroispovesti, 5,5% katoličkoj, 3,2% muslimanskoj i 1,1% protestantskoj, dok se njih 0,5% izjasnilo kao ateisti, a ostali pripadaju drugim veroispovestima.

specijalizovanim radio i TV emisijama, i u štampi. Naročito važan momenat u uobličavanju verskog identiteta predstavlja uvođenje veronauke u škole.¹⁷

Ovde se bavimo, pre svega, onim što bi se moglo označiti kao „narodno pravoslavlje“, odnosno interpretacija vere i pravoslavlja Srpske pravoslavne crkve na masovnom, narodnom planu. U tom kontekstu, može se posebno govoriti o prisustvu različitih ideologija, koje su nekada u raskoraku sa hrišćanskom, a za posledicu imaju krive interpretacije vere i elemente identiteta.

Ako se uzme u obzir da postoji visoka korelacija između etničke pripadnosti i veroispovesti, odnosno da se Srbi prevashodno identifikuju s pravoslavljem i Srpskom pravoslavnom crkvom, kao što pokazuju poslednja istraživanja¹⁸, onda se ovim pitanjem treba pozabaviti na jednom kompleksnijem nivou. Ipak, ovde je važno reći da je u toku pokušaj „obnove“ verskog identiteta savremenih Srba i da je u tom kontekstu važno prepoznati autentičnu potrebu, koja bi svoj izraz našla u idealima vezanim za istinski verske vrednosti.

Jezik se često smatra najvažnijim elementom kulture i kulturnog identiteta. U jeziku je kolektivno pamćenje, jezik je „druga otadžbina“. Jezik je, takođe, šifra za simboličku komunikaciju, a simbol je svaki zvuk ili gest kome je dodeljeno značenje.

Temelje sociolingvistike postavio je Sosir (Saussier) svojom podelom na jezik (langue) i govor (parole). Osnovni problem sociolingvistike jeste da li jezik uslovljava i kreira kulturu ili je jezik rezultat kulturnih dešavanja i razvoja. Sapir je, na primer, smatrao da je jezik snaga koja uobličava naše mišljenje i naše ponašanje. Lakan je tvrdio da je znanje ili spoznaja sveta drugih i sebe određena jezikom. Jezik je preduslov da bi se bilo svesno sebe kao posebnog entiteta. To je „ja-ti“ dijalektika, koja definiše subjekt, uz pomoć njegove uzajamne opozicije, i koja predstavlja osnovu za stvaranje subjektivnosti. Teorija po kojoj je jezik najznačajniji element etničkog identiteta doživela je, međutim, mnogobrojne kritike. Dakle, može se reći da je jezik tek jedan od elemenata, koji u sadejstvu sa drugim, tvori etnički identitet.

U Srbiji su u zvaničnoj upotrebi srpski jezik i ćirilično pismo, uz upotrebu i latiničnog pisma. Na primer, novine se štampaju gotovo podjednako ćirilicom ili latinicom, a oba pisma se, slično tome, koriste i u TV programima.

¹⁷ Uredbom o organizaciji i izvođenju verske nastave iz 2001. Vlada Srbije je donela odluku po kojoj se tzv. tradicionalnim verskim zajednicama (Srpska pravoslavna crkva, Islamska zajednica, Rimokatolička crkva, Slovačka evangelistička crkva, Jevrejska verska zajednica, Reformistička hrišćanska crkva i Evangelistička hrišćanska crkva) dozvoljava da u državnim školama organizuju nastavu.

¹⁸ Istraživanje CESIDa (2007), pokazalo je da SPC i dalje uživa najveće poverenje građana.

Jezičke politike predstavljaju važan faktor u uobličavanju identiteta. Principi jezičkih prava, nasuprot zanemarivanju manjinskih jezika, predstavljaju osnovu za višejezičnost, kao faktum uvažavanja jezičke ravnopravnosti zemalja. Savet Evrope je 2001. godinu proglasio godinom jezika, i time stavio politiku višejezičnosti među vodeće principe evropskih integracijskih tokova. Baveći se pitanjima višejezičnosti Ranko Bugarski ukazuje na rašireno shvatanje da:

Projekat evropske integracije može uspeti samo uz očuvanje i unapređenje višejezičnosti i višekulturnosti. Evropska unija insistira na pravu svih građana na upotrebu svojih nacionalnih i manjinskih jezika, ali isto tako i na učenje susednih jezika i stranih jezika... Ostvarivanje ovakvog programa podrazumeva temeljno preispitivanje nacionalnih jezičkih politika, kao i značajne reforme jezičkog obrazovanja, naročito u domenu učenja i nastave stranih jezika. (Bugarski, 2002: 152)

Jezik, dakle, kao najvidljivija oznaka kolektivnog identiteta ostaje polje bazičnog izraza kulture, u kome je moguće direktno uticati na promenu predstava o sebi i drugima.

3.3.3. Mesto tradicije i modernizacije u identitetu Srbije

Fenomen tradicije, u odnosu na ideje o nacionalnom i kulturnom identitetu, je važan, a još je interesantnija upotreba ovog pojma kako u akademskim tako i u vanakademskim okvirima. Od najopštijeg značaja - prenošenja kulture sa generacije na generaciju, odnosno ukupnog kulturno-istorijskog i materijalnog predanja, preko elemenata tog predanja koji imaju realni ili fiktivni istorijski kontinuitet, do razumevanja tradicije kao neprikosnovenog koncepta moralnog postupanja, te do negativnog određanja ovog pojma, u smislu nazadnih, retrogradnih kulturnih sadržaja koji upućuju na statičnost, nepotrebni balast, kočnice modernizacije, integracije i sl. (Đerić, 2003: 207), tradicija predstavlja i više nego kompleksno polje društvene prakse. Dakle, važnost razgraničenja pojma tradicije, čija je upotreba često praćena uopštavanjem i nesporazumima, od izuzetnog je značaja, naročito imajući u vidu njeno mesto u poimanju identiteta Srbije.

Ovde, dakle, razmatramo nacionalnu tradiciju, kao deo nacionalnog kulturnog identiteta. Ovaj intergeneracijski autoritet služi ljudima kao neophodan oslonac u uobličavanju sopstvenog života i identiteta, kroz ukupnost nasleđenih iskustava, vrednosti, obrazaca mišljenja, verovanja, vrednosti i normi.

Međutim, tradicija se može posmatrati ne samo kao puka datost, već kao otvorenost i mogućnost. Ta svojevrsna „rekonstrukcija prošlosti“, u kojoj su od važnosti odnos i sam

proces tumačenja tradicije jesu, upravo, osnova za kritičko čitanje tradicije, a takvo ovladavanje prošlošću jeste iskorak u budućnost. Politika odnosa prema prošlosti treba upravo da uspostavi zdrav odnos sa prošlošću, a ne strategiju njenog iskorenjavanja.

„Hteli mi to ili ne, kao i svako istorijsko društvo, određeni smo kulturnim i nasleđem civilizacije. Mora se uvek računati na vrednosti iz prošlosti, sa društvenim i kulturnim nasleđem koje nam prethodi. S druge strane, određeni smo i vrednostima u nastajanju...“ (Koković, 1997: 97). Odnos prema tradiciji, dakle, suštinski korespondira s pojmom civilizovanosti. T. S. Eliot (1956) u tom svetlu definiše pojam tradicije: „Ona se ne može naslediti, i ako vam je potrebna, morate je steći velikim trudom. Na prvom mestu ona uključuje osećanje kontinuiteta istorije... a osećanje kontinuiteta istorije uključuje opažanje ne samo prošlosti onog što je prošlo, nego i prisutnosti onog što je prošlo..“.

Suština tradicije u opštem smislu jeste u tome što je „autoritet sama po sebi“. Upravo to se može smatrati problematičnim, jer se u novijoj nacionalnoj istoriji Srbije isuviše često i ozbiljno manipuliralo tradicijom, u cilju racionalizacije stvarnosti i nacionalne ideološke indoktrinacije. A naročito se manipuliralo kulturom, čiji su kontraprodukti vidljivi i danas.

Radilo se o pogrešnom shvatanju tradicije kao nečemu isključivo „sopstvenom“, što ne može pripadati „drugima“ na način koji je autentičan. Primer za to je dokumentarni film bugarske rediteljke Adele Peeve *Čija je ovo pesma*, gde je reč o jednoj istoj staroj melodiji koju „svojom“ smatraju autorkini sagovornici iz Turske, Albanije, Grčke, Bugarske, Srbije, Makedonije i Bosne. Potraga za poreklom i identitetom ove pesme, koju svi narodi iz ovog regiona smatraju delom sopstvene tradicije i koju pevaju na sopstvenom jeziku, iznosi na videlo upravo isključivost i pogrešno poimanje tradicije, koje jedino „sopstveno“ vidi kao svetinju, a „tuđe“ kao bezvredno ili, u ovom slučaju, ukradeno. Dakle, shvatanje da „tuđe“ često znači i „zajedničko“, naročito kada je reč o tradiciji, trebalo bi da ide u prilog dijalogu o međusobnoj kulturnoj sličnosti, što se na ovom primeru pokazuje kao gotovo nemoguć zadatak.

Identitet je, s druge strane, u vezi sa procesom modernizacije, koja se zasniva i na razvoju kulturnih standarda. Tako, kultura spada u jedan od osnovnih kriterijuma modernizacije, i to u kontekstu širenja svetskih racionalnih normi i obrazaca, načina i stila života. Kultura je posredujući činilac između tradicije i progresa i ukoliko se njeno posredovanje potpunije ostvaruje, utoliko tradicija zadobija više na svojoj delotvornosti, a progres ne ostaje samo ili pretežno na pukom rastu sa oskudnim smislom ljudskog samorazumijevanja sopstvene egzistencije u društvu. (Božović, 2004).

Procesi modernizacije su u socijalističkim zemljama bili onemogućeni tradicionalističkim obrascima, političkom dominacijom i egalitarističkim sindromom. Vladajući kulturni obrasci nisu bili prilagođeni imperativima modernizacije, politička elita je kočila procese modernizacije, što je sve ostavljalo tragove u svesti ljudi. Uspešnija modernizacija se postiže u društvima koja su rafinirala tradicionalne kulturne elemente i prilagodila ih imperativima savremenog razvoja (Koković, 2000: 50).

U javnosti se odnos prema tradiciji posebno aktualizuje u periodu pokretanja pitanja ponovne integracije srpskog društva u regionu i Evropi, a u sklopu procesa modernizacije. Šta znači tradicija u sadašnjosti, da li samo „ono što je bilo pre“ ili svojevrsan orijentir i zahtev za budućnost? Kakav je odnos prema tradiciji nakon 2000. godine? Da li se Srbija otvorila ka procesu povratka svojim „istinskim tradicijama“, u kontekstu zahteva koji se postavljaju procesima integracije? Da li danas postoji uopšte neko alternativno viđenje tradicije u odnosu na ono koje je bilo postavljeno vladajućim režimom devedesetih? Koje su to dominantne, pre svega, kulturne tradicije u Srbiji danas? To su pitanja koja otvaraju mnoge dileme. Međutim, ono, oko čega svakako ne bi trebalo da ima spora, jeste da tradiciju, kao sastavni deo identiteta, treba sačuvati.

Novija istorija Srbije bogata je primerima praktično-političke instrumentalizacije tradicije. Patrijarhalni i konzervativni predznak tradicija koje su se uspostavile na ovom prostoru, u spoju s političkim ideologijama, pružio je prostor za održavanje tih režima kako u staroj tako i u novoj Jugoslaviji (čiji je Srbija naslednik). Pozivanjem na „istinske srpske tradicije“, odnosno na koncept „opšteg dobra“, i, istovremeno, mistifikacijom jezgra nacionalnog identiteta, stvorena je, prema Dimitrijeviću, svojevrsna „ideologija mitskog tradicionalizma“.

Ta lažna datost tradicije kreirana je da posluži kao legitimacijski instrument vlasti“ i to putem političke propagande, kreiranja stereotipa, putem medijske manipulacije, popularne kulture... Tako određena tradicija bila je nametnuta kao „jedina dozvoljena istina“, a „mržnja i nasilje kao sastavni oblik komunikacije sa 'drugima'“. (Dimitrijević, N., u: Knežević, prir. 1996: 62)

Ovladavanje tradicijom, a ne njeno odbacivanje, jeste zadatak koji predstavlja pravo i obavezu u kreiranju politike odnosa prema prošlosti, odnosno politike sećanja. „Mi sebi ne možemo dozvoliti luksuz pretvaranja da ništa nije učinjeno u ime našeg identiteta. Dugogodišnja logika nacionalističke histerije ne može se jednostavno izbrisati time što bi govor mržnje bio zamenjen demokratskim političkim vokabularom“ (ibid., 85). Potrebno je

uspostaviti kontinuiran proces demistifikacije i defalsifikacije tradicije, koji će omogućiti njen autentični povratak i iskorak u budućnost.

Može se, takođe, govoriti o nedostatku tog fundamentalnog tipa kulturnog nasleđa, oličenog u tradiciji, koja je „istinski živa“. To je, zapravo, najveća prepreka integraciji, jer ne postoji, kao što je već rečeno, stabilan sistem vrednosti, koji može da se usklađuje i integriše, a ostajući bez tradicije, društvo ostaje bez utvrđenih vrednosti. Bez poretka vrednosti svako društvo neminovno dospeva u krizu identiteta. To je proces koji neminovno vodi ka dezintegraciji društva.

Nastavljajući veberovsku tradiciju, F. Fukujama, L. Harison, S. Hantington, R. Patnam zastupaju mišljenje da su kulturne tradicije izrazito trajne i da nastavljaju i danas da uobličavaju političko i ekonomsko ponašanje društava kojima pripadaju. Međutim, teoretičari modernizacije od K. Marksa do D. Bela zastupaju ideju da je uspon industrijskog društva povezan sa koherentnim kulturnim promenama koje vode udaljavanju od tradicionalnih sistema vrednosti. (Inglhart, 2004: 147)

Ekstremni diskursi, kao što su nacionalizam i kosmopolitizam, se izrazito polarizuju prema razumevanju pojma identiteta, odnosno na (ne)uvažavanju postojanja „specifičnih“ osobina i vrednosti koje bi karakterisale posebne nacije. Na jednoj strani, nacionalni identitet je na lošem glasu, na drugoj strani, to je i fenomen koji se „osvaja i potvrđuje“ (Đerić, 2003: 226). Kosmopoliti se vezuju za univerzalne vrednosti, a nacionalisti ili patrioti, ističu valjanost tradicionalnih (nacionalnih) vrednosti.

Pitanje adaptacije integracijskim procesima je značajno u onoj meri što problematizuje ne proces kao takav, već strategiju izbora modela integracije i postavljanja okvira za realizaciju. Dakle, u kojoj meri će se izvršiti redefinisavanje elemenata identiteta zavisi upravo od tog modela. S druge strane, uloga tradicije u ovom kontekstu nije sporna, već zahteva ponovno promišljanje u objektivnom svetlu. Nezavisno od strategije ujednačavanja prema vrednostima (univerzalnim ili nacionalnim) diskursi i jednih i drugih saglasni su u eksploataisanju vokabulara privrženosti visokim moralnim načelima, načelima pravde i prava.

Dva ekstremna stava, koji i dalje egzistiraju u Srbiji su: potpuno odbijanje i satanizovanje integracijskih procesa, uz samoprecenjivanje i veličanje vlastite tradicije, i drugi, potpuno samoporicanje, kroz bezrezervno prihvatanje svih elemenata integracije. Ovaj princip „ili/ili“, koji evidentno potiče iz nerazumevanja ovih fenomena, je poguban za dalji razvoj identiteta Srbije. Postavlja se pitanje da li zaista tako drastično (pred)stoji opredeljenje za „evropske“ ili „tradicionalne“ vrednosti? I da li na evropskom putu tradicija baš mora biti „teg o vratu“?

Nema mnogo razloga da se o fenomenima tradicije i integracije govori u odnosu međusobnog uslovljavanja, kao što je to slučaj u javnom diskursu Srbije, budući da je reč o fenomenima „različitog reda“, gde se tradicija shvata kao nešto što „postoji i traje“ (fiktivno i realno), a integracija kao „zamisao i praksa uključivanja u...“, odnosno kao širok spektar projekata u nastajanju i procesa povezivanja sa nečim „širim“ (Đerić, 2003: 208).

Negovanje tradicija, tj. nacionalnih vrednosti upravo je preduslov integracija, te bi put, možda, trebalo tražiti negde između vidovdanskog mita i evropskih ideologija, odnosno kretati se od kritički vrednovane tradicije, do zahteva evropske integracije i modernizacije.

3.4. Imidž Srbije

Po čemu se Srbija danas prepoznaje u Evropi i svetu, a po čemu bi to Srbiju trebalo pamtiti, pitanje je koje otvara priličan broj nedoumica. Problem tzv. pozitivnog prepoznavanja, s kojim se Srbija, kao i mnoge druge zemlje koje pretenduju na članstvo u EU, suočava, izuzetno je kompleksan, imajući u vidu ne samo balast političke prošlosti, već i realan nedostatak pozitivnih asocijacija koje se vezuju za ovaj prostor. Traženje alternativa, međutim, nikako se ne može poistovetiti sa „izmišljanjem“ lepih priča o Srbiji. Nastojanje da se unapredi predstava o Srbiji je nužnost, naročito ako se imaju u vidu drastično ekstremne slike koje i dalje egzistiraju u stranim javnostima. Smatramo, dosledno hipotezama ovog rada, da imidž Srbije treba popravljati pre svega kulturom, i to u najširem smislu. Reč je, dakle, o amortizovanju loše predstave, odnosno o pojačavanju dobre predstave, a kultura je prostor gde za to ima osnova.

3.4.1. Predstavljanje Srbije u javnosti i državni simboli

U javnosti se vode brojne debate i polemike po pitanju simbola kojima se Srbija kao država predstavlja u javnosti. U kontekstu analize identiteta i imidža, najviše nas je interesovao aspekt koherentnosti predstavljanja države u odnosu na državne simbole.

Državni simboli kao fenomeni usađeni su u kolektivno pamćenje naroda; oni odražavaju onaj poredak koji je ispunjen kontinuitetom, one ideje, vrednosti i ciljeve koji su za većinu građana nesporni. Njihova je funkcija svakako reprezentacija društva, ali pre toga integracija vladajućih vrednosti. Državni simboli kao što su zastava, grb i himna jesu osnovna simbolička poruka javnosti o jednoj državi. Himna, grb i zastava bi trebalo da simbolično predstavljaju kulturu i tradiciju jedne zemlje, da odražavaju njen identitet. Taj zajednički imenitelj bi trebalo da objedini, u isto vreme, mnogobrojne faze, kako u smislu državnog uređenja, tako i kulturnog senzibiliteta. Da bi državni simboli „zaživeli“, potreban je društveni konsenzus, da „većina“ ostvari potpunu identifikaciju.

Istorija državnih simbola koji se vezuju za Srbiju pokazuje najužu vezanost za tradicije koje su u određenim društvenim okolnostima bile relevantne. U Sretenjskom ustavu iz 1835. godine dat je propisani izgled i opis srpske zastave: „boja narodna srpska jest otvoreno crvena, bijela i čelikasto-ugasita“, a 1882. prema projektu Stojana Novakovića definisan je

grb Kraljevine Srbije, koji ima dve figure: belog dvoglavog orla i štit sa krstom i ocilima, što su simboli iz vremena nemanjićke Srbije (vizantijski uticaj). Kada je o himni reč, *Bože pravde* je 1882. za vreme krunisanja Milana Obrenovića proglašena za zvaničnu himnu, a pre toga je bila deo pozorišnog komada Markova sablja, na tekst Jovana Đorđevića i muziku Davorina Jenka. Ta se pesma pojavljuje u završnoj sceni kada Kraljević Marko, oslobodivši narod od Turaka sa vilom Ravijojlom ide kroz narod koji ga pozdravlja pesmom *Bože pravde*. Socijalizam je doneo nove državne simbole. Petokraka sa redukovanim nacionalnim elementima (samo štit sa krstom i ocilima) u sovjetskom maniru (1947.) bila je dominantan simbol Socijalističke Republike Srbije. Himna *Hej Sloveni*, poljskog porkela, zvanično je proglašena državnom 1946. i od tada postala zaštitni znak Titove Jugoslavije.

U aktuelnom kontekstu se, međutim, postavlja pitanje da li postojeći simboli na najadekvatniji način predstavljaju Srbiju kao državu u javnosti i da li oni simbolički predstavljaju njen identitet? Teško da su postojeći simboli Srbije u saglasju sa njenom celokupnom tradicijom, s obzirom na to da pored monarhističke (koja je sada prisutna na amblemima Srbije) postoji i tradicija 50 godina Republike (Jugoslavije), kojom je otpočeo i proces modernizacije.

Stalnost oblika i sadržaja amblema je važna za intergeneracijsku komunikaciju, a sa druge strane, kontekst u kome se određeni amblemi pojavljuju, može narušiti inicijalno značenje, i u velikoj meri narušiti identifikaciju s tim istim simbolima. To se dešava kada dolazi do nagle i drastične promene državnih simbola, a upravo je to bio slučaj sa Srbijom. U vreme inauguracije Borisa Tadića za predsednika Srbije 2004. godine, a u okviru državne zajednice Srbije i Crne Gore, Srbija je dobila i svoja nova obeležja. Na tom primeru je evidentna nedoslednost pravilima heraldike i himnologije, kao i ambivalentan odnos prema proizvoljnim intervencijama u tom polju. Pitanje je da li i kako takva konstrukcija može da ostvari autentičan dijalog sa prošlošću, a još više sa budućnošću.

Odnos građana prema državnim amblemima može se praktično analizirati kroz sportske događaje, naročito kada je reč o međunarodnim ekipnim takmičenjima i šampionatima. S jedne strane, sportisti, predstavljajući državu, pokazuju svoj stav prema državi kojoj pripadaju veoma upečatljivo – što utiče na imidž države. S druge strane, navijači, pokazujući državna obeležja, takođe zauzimaju svoj stav prema identitetu države kojoj pripadaju. Interesantno je kako se ovaj odnos menjao hronološki od vremena ponosa SFRJ, preko nacionalizama devedesetih, do duboke podeljenosti koja i danas prati Republiku Srbiju.

Državni simboli, međutim, ne deluju izolovano, već sa ostalim elementima učestvuju u procesu stvaranja slike Srbije u javnosti, koja je u većoj meri određena medijima.

3.4.2. Slika Srbije u svetskim medijima

Veoma loš imidž, ne samo Srbije već često i celog Balkana proizveo je u svetskoj javnosti sliku koja u negativnom svetlu prikazuje ovo područje. Razloga za to ima više, jedan je svakako izveštavanje samih svetskih medija o Srbiji, koje je bilo uglavnom o politici, a drugo su realni krizni društveno-politički događaji koji su se dešavali u bližoj prošlosti.

Imajući u vidu činjenicu da se danas imidž gradi prvenstveno putem medija, i da se u tom smislu vode pravi „medijski ratovi“, postavlja se pitanje može li pozitivni signal o Srbiji imati domet na sve četiri strane sveta, sa centrom u Evropi.

Analiza medijskih sadržaja – naslova iz svetske štampe i agencija vezanih za Srbiju, prema publikaciji *TANJUG PRESS Izbor iz svetske štampe i agencija* (vid. Aneks 2), na odabranom uzorku (period septembar i oktobar kroz godine 1994., 2000. i 2006), pruža delimičan uvid u način kako je posredno percipirana slika Srbije i kako se razvijao njen imidž u svetskoj javnosti a putem svetskih medija. Ovaj pregled (vid. Sliku 1.) pokazuje da su teme o Srbiji u svetskim medijima pre svega političke i da su vrednosno „obojene“. Tako je tokom devedesetih Srbija prikazivana u verovatno najnegativnijem smislu, u vreme rata u Bosni i sankcija u Srbiji; zatim se slika menja u nešto pozitivnijem pravcu 2000. godine i „petooktobarske revolucije“, da bi već 2006. slika bila obojena sa više skepse, naročito imajući u vidu probleme sa određenjem statusa Kosova.

septembar – oktobar 1994.

Bayernkurier: Balkan hronično bolestan (Minhen, 14. septembar)

Los Angeles Times: Ne treba verovati Srbima (Los Angeles, 7. septembar)

Der Tageszeitung: Srpski rulet (Berlin, 20. oktobar)

Dominantne teme: Bosna, Milošević

septembar – oktobar 2000.

Frankfurter Rundschau: Vruća jesen na Balkanu (Frankfurt, 12. septembar)

The Observer: Srbija izlazi iz izolacije (Beograd, 8. oktobar)

USA Today: Srbi, dobri momci (Beograd, 18. oktobar)

Dominantne teme: izbori, 5. oktobar, Koštunica, Kosovo

septembar / oktobar 2006.

Die Presse: Balkanska igra oko Kosova (Beč, 14. oktobar)

Le Figaro: Srbija i dalje plaća zbog ratova na Balkanu (Pariz, 4. oktobar)

Die Presse: Srpske ambicije za ulazak u EU nerealne (Beograd, 8. septembar)

Dominantne teme: status Kosova – pregovori u Beču, Srbija i evropske integracije, Ustav Srbije

slika 1.

Analiza dominantnih tema i komparativna analiza medijskih naslova po godinama, jasno prikazuje koliko su svetski mediji imali značajnu ulogu u formiranju predstava o Srbiji i uobličavanju njenog politikom obojenog negativnog imidža.

U kontekstu aktuelnih procesa evropskih integracija, Srbija je i dalje opterećena pomenutim predstavama, koje su i svojevrsna prepreka u uspostavljanju dijaloga sa relevantnim akterima na tom planu.

Jedno od rešenja pokušala je da ponudi Vlada Srbije u vidu marketinške kampanje. Na *Si-En-Enu* (CNN), jednoj od najgledanijih svetskih TV stanica, realizovana je kampanja sa TV spotovima kojim su se turisti iz sveta pozivani da posete Srbiju. Novinski oglasi objavljeni su u *Vašington tajmsu*, *Vašington postu*, *Vol strit žurnalu*, *Vikli standardu* i još nekoliko važnih listova u SAD, čiji je ukupni tiraž veći od dva miliona primeraka. Kampanju je finansirala Vlada Srbije, a akciju je organizovala lobistička agencija „Barbur, Grifit i Rodžers“ (BGR), koju je vlada angažovala kako bi popravila imidž Srbije u SAD. Cela kampanja je koštala oko 300.000 dolara, a BGR je sa Vladom Srbije u julu 2007. godine potpisala ugovor vredan 1,8 miliona dolara koji važi do 31. januara 2009. (www.glasjavnosti.co.yu). Jasno je da je reč o izuzetno skupoj kampanji, sa TV spotovima, koji prema mišljenju mnogih stručnjaka ne prikazuju Srbiju u njenim posebnim i jedinstvenim vrednostima, već je ta slika isuviše opšta i neprepoznatljiva. Lazar Džamić, marketing stručnjak, komentariše pomenutu kampanju za Srbiju i ističe nekoliko bitnih činjenica u tom kontekstu.

Imidž po sebi ništa ne vredi, čak je kontraproduktivan, ako supstanca, prava priča iza tog imidža ne podržava imidž. Ako mi napravimo veliku kampanju i pokušavamo da guramo priču kako smo fin, civilizovan i ljubazan narod, a u suštini znamo da je priča prilično drugačija, ljudi će vrlo brzo shvatiti o čemu se radi i izaći ćemo vrlo brzo na loš glas. Od toga više nema ništa. Tako da supstanca mora da se promeni, a za sada supstanca u Srbiji, na žalost, nije baš najbolja. (Magazin Status)

Ideja o popravljanju imidža, dakle, ne može ići odvojeno od sistemski postavljene strategije za revitalizaciju vrednosti i identiteta uopšte. Jedan od vodećih stručnjaka na svetu

za tzv. „brendiranje“ država, Britanac Sajmon Anholt, daje ocenu u vezi sa imidžom Srbije i kampanjama na svetskim medijima.

Imidž Srbije je stvoren kao i imidž svake druge zemlje, onim što je učinila i nije učinila, onim što su uradili, ili nisu, ljudi koji žive u njoj te onim što proizvodi tj. ne proizvodi. Imidž neke zemlje se stvara decenijama a nekada i vekovima. Imidž je veoma moćan i duboko usađen fenomen i nemoguće ga je promeniti skupo plaćenim reklamama po međunarodnoj štampi. To je bacanje para. (BBCSerbian.com, 02. avgust 2006.)

Internet, kao sve uticajniji medij, omogućuje pretragu ključnih reči, pri čemu se takođe jedna zemlja, na primer, predstavlja u određenom svetlu. Kada se na „Google“-u ukuca „Serbia“ prvi „pronalazak“ je sajt Turističke organizacije Srbije, a zatim Vlade Republike Srbije. Slede B 92, Gay Serbia, zatim CIA (*World factbook*), RTS, Narodna biblioteka Srbije, Ministarstvo spoljnih poslova Srbije... „Invest in Serbia“ je na drugoj stranici, na solidnom 17. mestu, Evropski pokret u Srbiji na 19. Na pretraživaču „Yahoo“, rezultati su slični, s tim što su među prvih deset nalaze i list „Politika“, kraljevska porodica i američka ambasada u SCG. Ove odrednice pokazuju gde je Srbija danas i koliko joj je stalo do sopstvenog imidža.

Kompleksni uticaj i efekti medija na oblikovanje imidža Srbije predstavljaju veliki izazov, upravo zbog povezanosti sa brojnim društvenim faktorima. Šta bi u tom smislu trebalo učiniti u praktičnom smislu? Priča, dakle, treba da bude u potpunosti ispričana; prošlost ne bi trebalo ignorisati, a mediji bi upravo trebalo da rasvetljavaju mitove i predrasude, na kojima je građena preterana i mistifikovana slika Srbije. To se odnosi kako na domaće tako i na strane medije, s tim da bi promena „atmosfera“ u javnom mnjenju započela na domaćoj sceni. Promena sistema vrednosti je verovatno najkrupniji i najteži zadatak koji stoji pred društvom Srbije. Mediji treba da budu partner u građenju novog imidža koji će se zasnivati na onim pozitivnim vrednostima koje su godinama bile u zasenku turbulentnih događaja.

3.5. Stereotipi i autostereotipi u predstavama identiteta i imidža Srbije

Već smo konstatovali da je slika Srbije u medijima u značajnoj meri bila formirana pod uticajem široko rasprostranjenih predrasuda i stereotipa. Takve predstave su prisutne i u svakodnevnoj komunikaciji i postale su deo identiteta samih građana, tako da su poimanje i sapomoimanje identiteta i imidža zajedno određeni ovako pojednostavljenim stavovima.

Preko stereotipa ljudi „klasifikuju“ svet i ujedno definišu sebe u njemu, tako da ih je gotovo nemoguće odstraniti iz životne prakse. Ovde, međutim, polazimo od pretpostavke da je te stereotipe moguće na određeni način modifikovati, kako bi se „iskrivljena slika“ doneke „ispravila“.

Baveći se odnosom pojedinaca unutar prostora javnog života (*display behaviour*), u kome se pojedinac predstavlja drugima i tako uspostavlja interpersonalnu komunikaciju, Erving Gofman (Goffman) u centar svojih istraživanja stavlja upravo odnos između identiteta i identifikatora. Gofman analizira *stigme* (grčka reč: obeležje, žig) kao identifikatore u procesu uspostavljanja različitosti na grupnom nivou, među kojima su za kulturni identitet najznačajnije grupne ili tribalne stigme koje podrazumevaju rasu, nacionalnost, religijsku pripadnost.

Identifikatori predstavljaju osnovu za nastanak stereotipa – pojednostavljenih i vrednosno obojenih predstava – koje društvene grupe uspostavljaju kako o sebi tako i o drugim grupama. Ranije se smatralo da su stereotipi pogrešna, izvrnuta, prevashodno negativna uverenja pripadnika jedne o članovima druge grupe, dok se danas smatra da su oni vrednosno neutralni. Kategorizacija kao prvi korak upoznavanja sveta sadrži pojednostavljivanje, koje je opet praćeno uopštavanjem, što vodi ka formiranju stereotipa.

Tajfel (Henry Teifell) (1982) navodi tri osnovne funkcije stereotipa: pomoću njih se vrši diferencijacija među grupama, zatim objašnjavanje nepoželjnih zbivanja (gde se izdvaja određeni pojedinac ili grupa kao krivac, žrtveno jagnje), odnosno utvrđivanje socijalnog uzroka i opravdavanje ponašanja jedne grupe prema drugoj, odnosno opravdavajuća funkcija stereotipa.

Stereotipi u velikoj meri određuju ponašanje članova grupe, posebno njihov odnos prema vlastitoj (autostereotipi) i ostalim grupama (heterostereotipi). Stereotipi se prenose s jedne na drugu generaciju i nezvanično se tretiraju kao neka vrsta nacionalnog kulturnog blaga. Stereotipi su moćna zaštita postojećeg sistema socijalnih vrednosti, a njihovi izvori i

putevi oblikovanja su mnogostruki: od štampe i medija uopšte, preko izdavaštva, do sistema vaspitanja.

Kultura i stereotip su uzajamno zavisni, jer kultura određuje sadržaj i predmet stereotipa, a stereotip je sastavni deo te kulture. Braneći posebnost svoje kulture, ljudi brane pravo na posebnost svog stereotipa o svom nacionalnom karakteru. Tako stereotipi odražavaju, ali istovremeno i omogućavaju grupni život, ili život jednog naroda. U periodima sukoba među narodima, naročito do izražaja dolaze stereotipi i autostereotipi, ovi prvi služe za napad na druge, a drugi za odbranu ili opravdavanje sebe. Još je važno reći da su stereotipi najotporniji na području nacionalnih razlika, te da ih je tu gotovo nemoguće iskoreniti.

Stereotipi su klišetirane, formulaične, narativne predstave kao i mitovi: i jedan i drugi fenomen su oblici u kojima pojedinci ili kolektivi izražavaju sliku o sebi. Mitovi i stereotipi su snažna „opšta mesta“ svake zajednice, s obzirom na to da daju specifičnu boju onome što se podrazumeva pod „kolektivnim pamćenjem“, i onome što se odnosi na samu društvenu stvarnost. Dakle, ukoliko mitovi pokazuju „šta je nacija“, stereotipi odgovaraju na pitanje „kakva je ona“.

Diskusija je gotovo neminovno praćena razmatranjem stereotipa o identitetu i imidžu. Pojam stereotipa upotrebljavamo u sociološkom smislu za označavanje krutih, otpornih na promene, pojednostavljenih predstava i verovanja o grupama ljudi, ali i o svakom pojedinom predstavniku grupe. Na taj način stereotipi predstavljaju osnovu za predrasude i diskriminaciju drugih i različitih.

Snaga stereotipnih i mitoloških predstava proističe iz činjenice da je, naročito u slabije razvijenim društvima, mnogo prijemčivije (pa i društveno i politički korisnije) prošlost tumačiti pojednostavljenim klišeima. Sugestivna moć sižeja formiranih u društvenim mitovima znatno je veća ukoliko se vezuju za neku poznatu istorijsku ličnost čije su zasluge za društveni (ili politički) razvoj velike, uočljive i priznate. To olakšava njihovu propagandnu instrumentalizaciju. Nasuprot tome, razućenije i slojevitije znanje koje nauka formira o istorijskim događajima, teže se može upotrebiti u propagandne i ideološke svrhe. To je osnovica koja društvenim, političkim i kulturnim mitovima (i legendama) daje kulturnu i društvenu snagu i omogućava njihovu postojanost i duboku ukorenjenost u društvenoj svesti. (Jovanović, M., 2002: 179)

To se upravo može potvrditi na primeru Srbije, gde su stereotipi često upotrebljavani u javnom i političkom diskursu, naročito u kombinaciji sa krivo interpretiranom tradicijom i nacionalnim mitovima, čime je inspirisana ksenofobija, rezultirajući tako izolacijom i nedostatkom autentičnog saznanja o sebi i drugima. Zapravo, kroz predrasude i stereotipe bi se mogao sagledati veći deo problema vezanog za sliku današnjeg identiteta i imidža Srbije, s obzirom na kontradiktornost elemenata koji je čine. S jedne strane postoji idealizovano i

hiperboličko viđenje Srbije, koje kao ključne elemente ima pozivanje na tradiciju, istoriju i mitove, te legende o uzvišenosti i nadmoći Srba kao naroda, dok se druga krajnost kreće u osporavanju svih dostignuća i pozitivnih atributa Srbije. Ovo problematično viđenje, nažalost, prisutno je i u svetskoj javnosti, koja više naginje ovoj drugoj strani, čime se celokupna slika čini još više nepoželjnom. U ovom trenutku, ipak, čini se najopasnijim ono viđenje, koje je više prisutno u domaćoj javnosti, odnosno među građanima, a koje je formulisano kroz stereotip: „U Srbiji nikad neće biti bolje!“ Time se, zapravo, u potpunosti osporava bilo kakva mogućnost za promenu i napredak u najširem društvenom smislu, i proglašava jedna krajnje pesimistična budućnost za sve koji žive u Srbiji. Posredno značenje navodi na konstataciju da, „s obzirom na to da Srbija nema perspektivu, treba otići iz Srbije u neki bolji svet“, čime se implicitno obezvređuje sve što u Srbiji postoji. Ako bi se dalje išlo u interpretaciji ovakvih i sličnih predstava o Srbiji, došlo bi se do poražavajuće teških, gotovo optužujućih (ili samooptužujućih) stavova, koji su zapravo zasnovani na labilnim osnovama.

Bavljenje stereotipima je delikatan zadatak, s obzirom da pored razotkrivanja uprošćenih značenja, postoji mogućnost za formiranje novih takođe uprošćenih vizija. Na primeru analize autostereotipa Jovana Marića u knjizi *Kakvi smo mi Srbi*, može se prepoznati jedna takva tendencija. U sagledavanju osobina nacionalnog karaktera Srba, autor navodi repertoar „osnovnih osobina srpskog naroda“ u grupana:

1. zavist i srpske nesloge, nejedinstvo, 2. autoritarnost – ljubav prema jakim vođama „tiranima“, što je odraz „našeg podaničkog mentaliteta“, 3. dobrota, dobronamernost, duhovnost – u duhu naroda, osobine narodne duše kroz stvaralaštvo i tradiciju, 4. zdrav duh i zdrav razum; kolektivizam, druželjubivost, gostoljubivost, 5. tuga, trpnja, mazohizam, inat, 6. dvoličnost, lukavstvo, licemerje, 7. humor, senzualnost, psovke. (Marić, 1998: 85)

Ovakva klasifikacija tzv. karakternih osobina naroda, na nedovoljno utemeljenoj metodologiji zapravo pojačava stereotipnu percepciju Srba, odnosno zagovara stereotipno viđenje nacije i to na „naučnoj osnovi“.

Jedan primer umereno kritičnog sagledavanja stereotipnog viđenja nalazimo u humorističkoj seriji *Mile protiv tranzicije*, gde je prikazana slika „Našeg Čoveka sada i ovde“. Epizode sa Miletom *Bensedin*, *Pirati*, *Objektivno informisanje*, *Hag*, *Praznici*, *Kampanja protiv nasilja*, *Inat*, *Strani jezici*, *Saobracajni propisi*, *Nije lako biti fin*, *100 maraka*, *Javno mnjenje* i mnoge druge daju sliku živopisnog karaktera u kome je spojena sva kontradiktornost situacije u kojoj se Srbija našla ulaskom u proces tranzicije. Iznad svega ovde se veliča Naša Posebnost u odnosu na ostatak Evrope, sveta, kosmosa. Moglo bi se reći da Mile očajnički traga i bori se za očuvanje „autentičnog srpskog života“ suprotstavljajući

svim silama tranzicije i evropeizacije, i to na način koji pojačava njegovu sopstvenu neprilagođenost i izolovanost, dakle koji ukida dijalog sa „drugim“, u ovom slučaju sa Evropom. Na kraju serijala, međutim, Mile dobija novčanu nagradu kao najbolji Evropljanin i takoreći „preko noći“ počinje da se ponaša kao pravi Evropejac.

U realnim društvenim okolnostima u Srbiji, međutim, jasno je da se stereotipi i negativne predstave ne mogu menjati preko noći. Pitanje koje se u tom kontekstu neminovno nameće je: Kako tretirati tu visoku održivost diskursa stereotipa u Srbiji i o Srbiji? Možda bi sliku Srbije trebalo pozicionirati između pozitivnog hiperbolisanja i pejorativnog osporavanja, koji su opšte mesto svake debate o Srbiji danas.

3.6. Bitni uslovi za redefinisavanje identiteta i imidža Srbije

Da bi se oblikovao identitet, bilo personalni ili kolektivni, potrebno je, prvo, da postoje uslovi za normalan opstanak i elementarnu socijalnu sigurnost; drugo, da postoje stabilni, socijalni, ekonomski i kulturni uslovi koji obezbeđuju pojedincima i grupama rešavanje protivurečnosti i redukovanje konflikata u društvenoj sredini, što omogućuje i rešavanje unutrašnjih konflikata, i treće, miran i postupan evolutivni razvoj koji obezbeđuje usklađivanje naraslih potreba sa promenjenim okolnostima i otklanja traume koje nastaju usled brzih i nenadanih promena i društvene uzburkanosti, koje destabilizuju situaciju i izazivaju nesigurnost i otpor prema promenama. (Golubović, 1999: 53).

Kako se odrediti u odnosu na indikatore o kojima govori Zagorka Golubović, kada je jasno da gotovo nijedan od pomenuta tri, u slučaju Srbije, nije prisutan u društvenoj stvarnosti. Problem identiteta Srbije je, kao što je i prethodna analiza pokazala, izuzetno vidljiv, što je i očekivano, s obzirom na krizu u kojoj se društvo nalazi, u vremenu opšte nesigurnosti i neizvesnosti, kada postoji vakuum socijalnih normi, vrednosti i principa.

U takvoj situaciji javljaju se brojni fenomeni, kao pokušaji samodefinisanja u odnosu na društvo. Jedan od dominantnih modela jeste neotradicionalizam, koji nudi prividnu sigurnost i ispunjava „želju za korenima i za etnifikacijom sveta“. Ovaj problem se dodatno komplikuje tendencijama na svetskom planu, koje u različitim formama dovode do nestabilnosti i fragmentacije identiteta na ličnom, ali i na kolektivnom planu.

Imajući, međutim, u vidu da je identitet proces, koji se konstantno preispituje i modifikuje određenom dinamikom koja zahteva kontinuitet u smislu oblikovanja i usaglašavanja, ova problematika vezana za identitet Srbije se može sagledavati i na način koji nije nužno bezizlazan. Zapravo, važno je odrediti fundamentalne elemente koji čine kontekst za definisanje identiteta, raditi na njihovom oblikovanju, tako da se sledi, pre svega, jedna moralna orijentacija koja će ispuniti zadati društveni i, nešto konkretnije, kulturni milje. Takođe, uzimajući u obzir slobodu kao bitno svojstvo identiteta, važno je vršiti izbor iz raspoloživih elemenata kulture, na način koji ispunjava demokratske principe i autonomiju, koja omogućuje pojedincu da sebe konstituiše u odnosu na šire izabrane ideje.

Konačno, identitet se odnosi na značenja koja su, u manjoj ili većoj meri, stvar konvencije i inovacije, što znači da se on u velikoj meri može svesno oblikovati. To je ohrabrujuća činjenica, da se kroz identitet povezuju prošlost i budućnost, dakle, konačnost i neizvesnost. Upravo je u tom polju neizvesnosti mogućnost za kreaciju i za prekomponovanje obrazaca identifikacije individua sa društvom, odnosno nacijom.

U konstituisanju novih elemenata identiteta, i redefinisaju uloge onih starih, treba se osvrnuti i na ulogu koju igra autoritet, u kome je oličena sva društvena moć (nažalost, kod nas je do sada, uglavnom, u pitanju bila politička vlast) kao žiža integracije. Potrebno je omogućiti mesto pravim autoritetima, prema kojima će se vršiti kolektivna (i personalna) identifikacija, koja neće podrazumevati nametanje određene definicije stvarnosti, već otvoreni dijalog, u kome se traga za mogućim izborima.

Jedan od ključnih nivoa tog dijaloga jeste kultura, koja je inače uključena u širi socijalni sistem. U tom smislu, treba se prvo pozabaviti kulturnim stereotipima, koji jesu važni u procesu identifikacije, ali, kao što je već rečeno, jesu istovremeno uzrok i brojnih društvenih konflikata, i stvaranja „iskrivljenih slika“ koje vode daleko od razumevanja suštinskih vrednosti, kao referentnog okvira za celokupno mišljenje i ponašanje pripadnika jednog društva. Ovo treba naglasiti tim pre što je Srbija ekstreman primer, kako u smislu postojanja izraženih autostereotipa, tako i stereotipa, odnosno jaza između samopoimanja i poimanja.

U razmatranju mogućnosti redefinisanja identiteta i imidža Srbije svakako treba pomenuti i ulogu civilnog društva, kao složenog prostora povezivanja javne i privatne sfere delovanja, s obzirom da se njihovim prisustvom ili odsustvom značajno menja matrica onih faktora koji utiču na pravce razvoja identiteta i imidža. Konkretno, uspostavljanjem civilnog društva u njegovom suštinskom, a ne samo pojavnom obliku, značajan je korak u procesu transformacije društvenog identiteta, ali i društva uopšte. Na taj način će se otvoriti put ka izgradnji demokratskog identiteta Srbije, u kome demokratija neće biti oblik vladavine, već način života.

Ovde predstavljamo u nekoliko tačaka predloge za razvijanje pravaca redefinisanja identiteta i imidža Srbije. Želimo još jednom da istaknemo važnost otvaranja pitanja, pre nego postavljanja finalnih rešenja, smatrajući takvu zamisao govoto nerealnom u ovom teorijsko-praktičnom okviru. Dakle, ono što proističe, kao sinteza prethodnih poglavlja, sažeto je na ovom mestu u formi koja ima cilj konstruktivno i pragmatično sagledavanje problema, kao i mapiranje mogućih polja delovanja i podsticaja za razvoj. Kao što se vidi na Slici 2. prvi i najkrupniji problem koji treba rešiti jeste sistem vrednosti i na njemu zasnovani kulturni obrasci. Potrebe za revitalizacijom univerzalnih vrednosti (istine, prave, dobra, slobode, jednakosti i ljudskog dostojanstva), moralnih merila i drugih društvenih normi, je preduslov za stvaranje stabilnosti i kvaliteta života u Srbiji. Ovde bi, pored morala, trebalo apostrofirati pojmove moći, vlasti i vladavine, kao ključne aspekte i nivoe redefinisanja elemenata

identiteta, te činjenicu da bi pored ispunjavanja normativnih uslova trebalo raditi i na stvaranju socijalnih i kulturnih preduslova (odnosno menjanja kulturnih matrica) za njihovo ostvarenje. Pod ovim uslovima se podrazumeva i podizanje nivoa opšte kulture građana; podizanje nivoa poverenja između građana i jačanje korektivne funkcije javnosti. U kontekstu evropskih integracija za identitet i imidž Srbije su, dalje, od velikog značaja procesi „debalkanizacije“, uz kritičko sagledavanje i uvažavanje nacionalnih mitova i tradicije, koji su zadugo bili predmet političke instrumentalizacije. To bi ujedno podrazumevalo smanjenje ekstremizma kako u samopotvrđivanju, tako i u samonegaciji, odnosno traženje alternativa postojećim stavovima i izgradnja konstruktivnog i odgovornog odnosa prema prošlosti. Važno je istaći da je ovde reč upravo o očuvanju identiteta, koji se na paradoksalan način razara, a odgovornost leži dobrim delom u unutar društvenim faktorima. Kontinuiran i koherentan rad na smanjenju stereotipnih predstava takođe je veliki izazov u ovom procesu.

Sedam tačaka za identitet i imidž Srbije

1. Menjanje sistema vrednosti i dominantnih kulturnih obrazaca
2. Revizija nacionalnih mitova
3. Nastavak procesa modernizacije uz uvažavanje tradicije i nasleđa
4. „Debalkanizacija“ i evropeizacija
5. Promena slike o sebi (autostereotipi) i slike o drugima (stereotipi)
6. Prepoznavanje značaja kulture
7. Aktivno bavljenje uobličavanjem imidža.

Slika 2.

Da bi se došlo do ispunjenja osnovnih potreba za redefinisanjem identiteta i imidža Srbije bitno je raditi na samom društvenom ambijentu, u kome će biti mogući dijalog i tolerancija, ne samo u načelima, već i u praksi. Razvijanje kulture javnog govora i političke kulture je preduslov za to, uz šire prepoznavanje značaja kulture uopšte u društvenim odnosima. S obzirom da dijaloga i tolerancije nema bez različitosti, dakle, poštovanja i sebe i

drugih, važno je razvijati u Srbiji ovakve obrasce mišljenja, delovanja i ponašanja, koji će uspostaviti osnove za razvoj i očuvanje identiteta.

U razmatranju potreba za redefinisanjem elemenata identiteta i imidža Srbije javljaju se nova pitanja i nedoumice, kojima se zapravo postavlja pitanje vizije. Pre svega potrebno je postići konsenzus o tome šta predstavlja naš identitet u najširem smislu, odnosno ispitati kuda Srbija treba da ide u budućnosti. Zatim je važno utvrditi kako postići optimalnu dinamiku razvoja i sačuvati sopstvene autentične vrednosti kojima ćemo promeniti sliku o sebi. Imajući u vidu aktuelne evrointegracijske procese, relevantni društveni faktori u Srbiji se suočavaju sa neminovnošću promišljanja ovih tema u okvirima dugoročne kolektivne strategije.

IV STRATEŠKO PROMIŠLJANJE TRANSFORMACIJE IDENTITETA I IMIDŽA SRBIJE U KONTEKSTU EVROPSKIH INTEGRACIJA

Vizija budućnosti Srbije u Evropi, uzimajući u obzir retrospektivu stanja koje je poznato, pretpostavlja dugoročne smernice u svim ključnim aspektima identiteta i imidža. Okvir za njihovu realizaciju koji ovde razmatramo jeste kulturna politika i neki koncepti koji se nalaze u osnovi savremenih evropskih tendencija na tom planu.

4.1. Kulturna politika kao okvir transformacije identiteta i imidža Srbije

U procesu traganja za identitetom, od suštinskog je značaja strateški proces uobličavanja vrednosno-kulturnih i institucionalnih obrazaca. „Proizvodnja značenja“ ili „menadžment“ okvira individualne i kolektivne identifikacije (Đordano, 2001: 220) predstavlja načine „upotrebe kulturnih formi - sistema značenjskih simbola, kako bi delovanje države i civilni život njenih stanovnika dobili vrednost i značenje“ (Gerc, 1998: 335, Knjiga1). Kulturna politika iznalazi, podržava i neguje osećaj pripadanja individua kroz „kolektivni javni subjektivitet“, i na taj način ostvaruje osnovne interese identiteta. Smisao kulturne politike, prema savremenoj teoriji i praksi, između ostalog, jeste očuvanje i razvoj kulturn(ih) identiteta.

Odnos identiteta i kulturnih relacija uopšte bili su u bliskoj prošlosti opterećeni političkim odnosima, tako da izgleda nemoguće analizirati jedno bez uplitanja drugog, a treba dodati i uticaje globalne kulture i posledica koje ona ostavlja. To bi se moglo definisati kao „kulturno podvajanje“ ili „kulturna separacija“. Zato je pitanje identiteta Srbije, pre svega, pitanje kulturne politike u najširem smislu reči.

Prema Kompendijumu kulturnih politika (vid. Aneks 5), u profilu Srbije predstavljeni su ciljevi kulturne politike, postavljeni 2001. godine, kojima su obuhvaćeni: decentralizacija i deetatizacija kulture; uspostavljanje okruženja za stimulisanje tržišne orijentisanosti institucija kulture i njihov

efikasan i efektivan rad; uspostavljanje novog okvira legislative za kulturu (harmonizacija sa evropskim standardima); multikulturalizam kao jedna od ključnih karakteristika srpskog društva i kulture; ponovno uspostavljanje regionalne saradnje i veza i aktivna saradnja u predpristupajućem procesu organizacijama kao što su Savet Evrope, Evropska unija i Svetska trgovinska organizacija.

Međutim, prema istom dokumentu navodi se da pomenuti prioriteti nisu nikad zvanično odobreni u Parlamentu Srbije, niti su u potpunosti zaživeli u praksi do danas (vid. Aneks 5). Kulturna politika u Srbiji je bez jasne i konzistentne strategije podrške i intervencije u društvenom razvoju, ona je do sada bila uglavnom okrenuta prošlosti i ograničena na elemente nacionalnog identiteta. Sada se, pod pritiskom evropskih politika i uticajima globalne situacije, kulturna politika okreće ka preispitivanju kulturnih vrednosti i redefinisanoj sopstvenih koncepata na različitim nivoima. Medijska politika se zasniva na pretpostavci da se sloboda medija prepoznaje kao sastavni deo savremenog kulturnog identiteta i političke odgovornosti.

U tom smislu potrebno je sagledati multikulturalizam kao činjenicu i okolnost u kojoj se dešava proces transformacije identiteta zemalja u regionu, pa time i Srbije. Postavlja se pitanje koji tip multikulture politike usvajamo i šta pod njom podrazumevamo. Dominira verzija multikulture politike koja nastoji da obezbedi političko priznanje kulturno specifičnih posebnosti pojedinih kulturnih zajednica kao političkih subjekata. Razlika, prihvatanje razlike, priznavanje prava grupa i pojedinaca, pravni status građana u multikulturenom kontekstu su u suštinskoj vezi sa kulturnim identitetom.

Interkulturalnost, kao komponenta kulturne politike, predstavlja filozofiju i praksu podsticanja ravnopravnog razvoja različitih kultura kroz uzajamnu razmenu različitih sadržaja kultura u kontaktu. Uspešna interkulturalnost zahteva izvesni fond zajedničkih kulturnih vrednosti i zajednička iskustva ljudi u kulturnim kontaktima (Butigan, 2000). Politika interkulturalnosti obuhvata zadatke na više nivoa: regionalno - ukazivanje na sličnosti u različitim kulturama u regionu, a zatim na potrebe svake posebne kulture uz garanciju prava na kulturu; upoznavanje sa kulturom drugih uz uklanjanje predrasuda i stereotipa o drugima i o sebi.

Kulturni diverzitet ili kulturna raznolikost je, tokom poslednjih godina, jedan od strateških ciljeva kulturne politike kako Evropske unije tako i Saveta Evrope. Ranije nastojanje na stvaranju evropskog kulturnog identiteta, na jednoj strani, uz negovanje nacionalnih identiteta na drugoj, u odlučujućoj meri zamenjuje isticanje kulturne raznolikosti (Stojković, 2002: pp. 65-74).

Zemlje Jugoistočne Evrope, a među njima i Srbija, generalno ne rade mnogo na unapređenju svesti o značaju kulturnog diverziteta, i uvođenju mera kulturne politike u tom smislu. Kulturna raznolikost, međutim, može predstavljati osnovu za moguću strategiju implementacije evropskog pristupa menadžmentu transformacije identiteta Srbije.

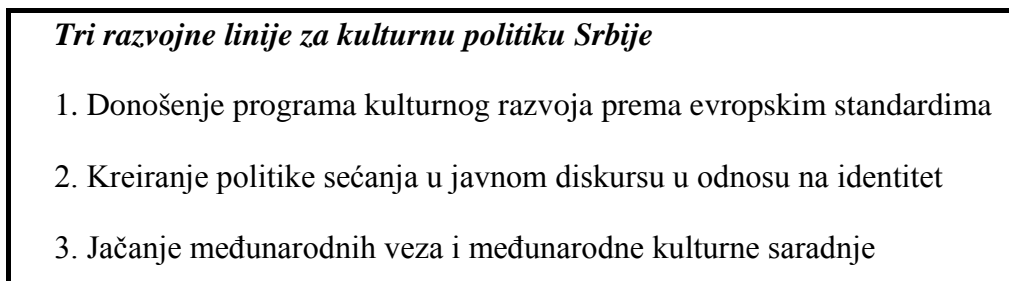
Prema Deklaraciji UNESCOa o kulturnoj raznolikosti (vid. Aneks 4: *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity 2001*) ističe se značaj kulturne raznolikosti u svima aspektima koji se tiču pre svega kulturnog identiteta. Posebno se ističe kulturna raznolikost kao faktor u razvoju društva i interakcije među ljudima. Ovim dokumentom se takođe podvlači uloga kulturnih politika kao katalizatora kreativnosti, što je takođe usko vezano za principe kulturne raznolikosti. Konačno, kulturna raznolikost se dovodi u vezu sa međunarodnom saradnjom, u kojoj nalazi svoj konkretan izraz.

Da bi čitav proces transformacije identiteta u Srbiji započeo i da bi on išao u željenom pravcu integracije u evropsku porodicu država, potrebno je imati viziju novog kulturnog sistema. Ko treba da budu nosioci transformacije identiteta i imidža Srbije? Razmatrajući okvir koji kulturna politika može da ponudi, to su, na državnom nivou - ministarstva i vladine agencije, zatim regioni, gradovi na lokalnom nivou, civilno društvo na svim nivoima, kao i profesionalne organizacije, eksperti i konsultanti. Sledeće pitanje se odnosi na ulogu i spremnost aktera da pokrenu i aktivno učestvuju u javnim procedurama u procesu strateškog planiranja razvoja i donošenja ključnih odluka u oblasti kulturne politike, a posebno o prioritetima tog razvoja.

U nacrtu novog Zakona o kulturi (vid. Aneks 3.) predviđa se donošenje ovakvog strateškog dokumenta o kulturnom razvoju. Ono što, međutim, u ovoj radnoj verziji zakona nije precizirano, jeste u kom pravcu će se kretati kulturni razvoj i koji će instrumenti kulturne politike u tom smislu biti angažovani. Dakle, jedan krupan korak, a to je postavljanje zakonodavnih okvira, je započet i ostaje da se vidi u kojoj meri će on biti implementiran u praksi, naročito imajući u vidu planirani model decentralizacije u smislu nadležnosti u odlučivanju.

Konačno, od izuzetnog je značaja uspostavljanje stalnog dijaloga sa svim akterima kulturne politike u regionu Jugoistočne Evrope, a naročito njegovo intenziviranje prema zemljama Evropske unije, u kontekstu uključivanja balkanskih zemalja u evropske i svetske kulturne tokove.

To su, ukratko, predlozi (vid. Sliku 3.) za kulturnu politiku koji povezuju pitanja identiteta Srbije i kontekst evropskih integracija u najširem smislu. Na tim osnovama je potrebno razraditi pojedinačne strategije za konkretne oblasti.



Slika 3.

Kulturna politika kao okvir za transformaciju identiteta Srbije bi trebalo da zauzme aktivan odnos prema kulturnoj baštini, što je takođe uslov za bolju integraciju u proširenu Evropu, ali i prema savremenoj kulturnoj produkciji, odnosno ispunjenju potrebe za harmonizacijom postojećih resursa, umrežavanjem i regionalnom saradnjom, odnosno intersektorskom saradnjom. Kulturni putevi izraženi kroz odgovornost, inicijativu i partnerstvo jesu način za promociju identiteta i imidža Srbije. To bi se, na primer, realizovalo u domenu književne produkcije – prevođenjem dela pisaca iz Srbije, u likovnim umetnostima – učešćem na velikim svetskim izložbama, u scensko-muzičkim umetnostima – regionalnu saradnju i koprodukcije, a u filmskoj umetnosti – promociju novog srpskog filma. Takođe bi trebalo posebno istražiti potencijale festivala i kreativnog sektora u Srbiji u funkciji revitalizacije identiteta i imidža Srbije i harmonizovati ih sa strategijom kulturnog razvoja.

4.2. Strategija komunikacije i odnosa sa javnošću u funkciji pozicioniranja identiteta i imidža Srbije

Kao što smo već naglasili, kreiranje kolektivne strategije u društvenim oblastima koje su povezane pitanjima identiteta i imidža predstavlja za Srbiju neophodnost u ovom trenutku. U tom smislu, polazimo od stanovišta da je komunikacija ključ za razumevanje i osmišljavanje elemenata za repositioniranje Srbije u domaćoj i stranim javnostima.

Dugoročno planiranje, stvaranje vizija i ostvarivanje postavljenih ciljeva od suštinskog su značaja za oblikovanje slike u javnosti putem odnosa s javnošću. Mada se o ovoj disciplini menadžmenta neretko govori u pežorativnom kontekstu, naročito u domenu politike i državnih odnosa, smatramo je adekvatnom kao dopunu ostalim strateškim aktivnostima vezanim za pozicioniranje u javnosti i promenu imidža. Odnosi s javnošću se odnose na ugled, percepciju, kredibilitet, poverenje, slogu i obostrano razumevanje – upravo one elemente koji Srbiji nedostaju u dijalogu sa Evropom i svetom. Može se reći da se radi o slučaju krizne situacije u kojoj se, kako smo pokazali u prethodnoj analizi, Srbija nalazi već izvesno vreme, u okolnostima kratkoročnih planova i orijentacija. U ovom kontekstu, jasno je da je neophodno strateško promišljanje postojećih problema, pri čemu se na osnovu principa odnosa s javnošću mogu ponuditi konstruktivni predlozi. Jedan od osnovnih principa jeste simultano sagledavanje unutrašnje perspektive (kako vidimo sebe) i spoljne pozicije (kako smo viđeni u javnosti). Definisanjem strateških koncepcija dolazi se do određivanja specifične strategije i taktičkih planova.

Ovde ćemo ukratko predstaviti neke elemente koji mogu poslužiti kao skica za tu strategiju. Ti elementi obuhvataju identifikaciju pravaca razvoja identiteta i imidža Srbije (kroz viziju, misiju i ciljeve), zatim programsku definiciju (ključne ideje koje određuju posebnosti Srbije u odnosu na druge zemlje) i ciljne javnosti prema kojima će komunikacija biti usmerena. Strategija bi obuhvatila još jačanje informaciono-komunikacionih tokova preko kojih bi se odvijao proces, kao i procenu održivosti same strategije. Konačno, ovim konceptom bi bila projektovana slika željenog imidža i identiteta Srbije u kontekstu evropskih integracija (positioniranje u odnosu na Evropu).

Treba imati u vidu da evropsko proširenje nije proširenje samo u fizičkom smislu, već u smislu proširenja mentalnih mapa, predstava i načina mišljenja, tako da je važno brzo reagovati i biti jasan u pogledu očekivanja, od građana i predstavnika političkih elita. Srbija

treba da rehabilituje demokratski sistem vrednosti, jer je to suštinska promena koja se odnosi na relaciju sa EU. Takođe je važno objasniti i učiniti vidljivom poziciju Srbije u odnosu na EU i suštinski objasniti da je regionalna saradnja preduslov integrisanja Srbije u EU. Ključno je građenje poverenja unutar društva, ali i izvan njega, sa spoljnim okruženjem, bilo da se radi o Regionu ili EU. Saradnja sa civilnim sektorom je ključna u ovim procesima.

Šta to praktično znači? To znači naći osobine koje su pozitivne i zajedničke svima nama i kroz njih uobličiti poruku o Srbiji, a to su kultura, kreativnost i prirodna bogatstva. Potrebno je umanjiti negativne vrednosne asocijacije kao što su rat, etnički konflikti i politička nestabilnost, a umesto njih jačati pozitivne vrednosne asocijacije poput kulture i umetnosti, grada Beograda, položaja Srbije između istoka i zapada... Kulturni aspekti bi trebalo da budu u osnovi poruke o Srbiji, a ta poruka treba da bude pre indirektna, nego agresivna. U procesu oblikovanja pozitivnih poruka o Srbiji, od važnosti je takođe i širenje mreže strateškog partnerstva sa onim ciljnim grupama koje imaju neposredno učešće u oblikovanju javnog mnjenja, kao i sa predstavnicima međunarodne javnosti, susedih zemalja i evropske kulturne javnosti.

Zato je područje komunikacije ključno u povezivanju ovih procesa identiteta, imidža i integracije. Dalje se otvaraju pitanja u vezi sa metodologijom te komunikacije. Prvi korak je precizna identifikacija procesa koji predstoji i pojedinačnih elemenata koji mogu biti vodeći faktori u procesu transformacije pozicije identiteta i imidža Srbije u evropskoj i svetskoj javnosti. Tu se postavlja pitanje da li Srbija ima brendove kojima može da ojača svoj pozitivni imidž? Imajući u vidu da je brend jedinstveno obećanje vrednosti i da je brendiranje u vezi sa autentičnošću, vraćamo se pitanju šta je u Srbiji autentično i dovoljno konzistentno da bi postalo i opstalo kao brend.

Kakva je pozicija Beograda u odnosu na celokupan identitet Srbije i kao potencijalnog regionalnog centra? To je veoma važno sa aspekta imidža. Beograd sa titulom grada budućnosti jugoistočne Evrope i nezvanično kulturne prestonice Regiona mogao bi biti jedan od tih vodećih pozitivnih asocijacija.

U svakom slučaju, važno je integrisano raditi u svim aspektima društva i isticati značaj sistemski postavljenih komunikacija na nivou države, uz konkretne inicijative kojima će se ojačati proces repozicioniranja i transformacije identiteta i imidža Srbije. Kao jedan od mogućih načina u funkciji te komunikacije jesu novi aspekti odnosa s javnošću izraženi kroz kulturnu diplomatiju.

V ZAKLJUČAK

Gledajući na probleme savremene Srbije koji se tiču identiteta i imidža prvenstveno sa kulturološkog stanovišta, temi smo pristupilo sa nekoliko pretpostavki, koje smo izložili i argumentovali u prethodnoj analizi. U tom smislu, osnovna tendencija ovog magistarskog rada je bila da se pokaže ono što postoji kao izvesno stanje, uz rekapitulaciju onog što mu prethodi, ali možda još važnije onog što je neizvesna mogućnost, koja se može svesti i na upitnost, a ova opet na polivalentnost onog što bi se moglo nazvati „evropskom budućnošću“ Srbije.

Prethodna razmatranja opštih teorijskih određenja imala su cilj da obezbede pristup konkretnoj analizi ideje koja povezuje identitet i imidž Srbije sa kontekstom evropskih integracija, što je u čvrstoj vezi sa aktuelnim okolnostima Srbije u vreme transformacije brojnih društvenih segmenata. Kao teorijska pozadina ovom interdisciplinarnom pristupu uzete su studije kulture, studije interkulturalnosti, društvena teorija, teorije medija i komunikacije i teorija reprezentacije, kojima je omogućeno integrisano proučavanje fenomena identiteta, imidža i integracija. Ovde su nas prevashodno interesovali aspekti studija kulture koji se odnose na formiranje identiteta i kulturne promene, te promociju kulturnog diverziteta, kao i shvatanje kompleksne uloge kulture u društveno-političkom kontekstu, na primeru Srbije u procesu evropskih integracija. Stoga je u ovom radu bila primenjena kombinacija modernističkih teorija s nekim postmodernističkim perspektivama, kao način za razradu kulturnog i medijskog diskursa.

Ovde se pošlo od pretpostavke da sadržaji identiteta i imidža nastaju u određenom kontekstu, a da je analizom tih sadržaja javnog diskursa kroz forme kulture, njihovog stvaranja i recepcije, moguće rasvetliti njihovu strukturu i mogućnosti transformacije. U tom smislu smo pokušali da, kroz analizu kulturnih artefakata, fenomena i drugih medijskih poruka, razjasnimo ključne faktore identiteta i imidža Srbije, koji vode ka razumevanju onih elemenata društva, a koji su vezani za procese pridruživanja Evropskoj uniji.

Zašto, dakle, identitet, imidž i integracije? Početni podsticaj za odgovor nam daje značaj ovog, na mahove nedokučivog trojstva, koje se čini ključnim za pozicioniranje Srbije u

aktuelnim društvenim, političkim i kulturnim evropskim i svetskim tokovima. Da li se ova tri „I“ čine kao preterano ambiciozan zadatak, naročito imajući u vidu koliko je u praksi zanemarena važnost, a još više potencijalna moć kulturnih faktora u rešavanju pitanja koja su izvan domena „strogo kulturnih tema“? To jest, da li se ovaj zadatak, kako je ovde postavljen, može meriti realnim društvenim indikatorima? Sigurno je, međutim, to da je za viziju potrebno ići nešto dalje od puke realnosti, tako da se i ova ideja kreće u domenu izazova i mogućnosti, pre nego datosti i izvesnosti. Ono na šta nas kulturna dijagnostika, kao oblik jednog specifičnog sagledavanja Srbije, upućuje je potreba za izlaženjem iz okvira uobičajenog poimanja problema i naizgled bezizlaznih situacija vezanih za predstave o identitetu, imidžu i integracijama. Zato je ova vrsta analize ujedno predstavljala i traganje za smislom kao nečim esencijalnim što u aktuelnom trenutku nedostaje Srbiji.

Zaključci do kojih smo došli u ovom istraživačkom procesu ukazuju na konkretizaciju uočenih problema, njihovu teorijsku elaboraciju i sagledavanje u jednom multiperspektivnom interdisciplinarnom kontekstu. Prateći strukturu rada i postavljene hipoteze, ovde ukratko izložimo završna razmatranja.

1. Globalnim društvenim promenama u velikoj meri su određene pojedinačne trase zemalja. Na evropskom planu u toku su intenzivirani procesi integracija, dok se, s druge strane, u zemljama Jugoistočne Evrope ovi procesi modernizacije i integracije odvijaju paralelno sa procesom tranzicije. Kao posledica transformacije prevashodno političkog i ekonomskog, ali i kulturnog sistema, u ovim zemljama javljaju se krize u najširem društvenom smislu, što predstavlja faktor nestabilnosti i nespremnosti za evrointegracije. Proces stabilizacije i pridruživanja je u tom kontekstu značajan, s ciljem očuvanja stabilnih demokratskih institucija, kako bi se osigurala vladavina prava i održala otvorena, uspešna ekonomija. Poslednja istraživanja (Galup Evropa, 2007) pokazuju da 60% građana Srbije smatra da je članstvo u EU dobro za Srbiju, što pokazuje važnost evropskih integracija kao konteksta u kome se razmatra budućnost Srbije. S druge strane, važnost kulturnog i humanističkog pristupa procesu integracija sve više postaje relevantna u širem evropskom kontekstu i zato se upravo u ovom području otvara prostor za redefinisavanje postojećeg identiteta.
2. Na sledećem nivou kontekstualizacije identiteta i imidža Srbije, bavili smo se razmatranjem Balkana i predstava koje izražavaju totalitet procesa i

fenomena ovog regiona, za koji se vezuje znatan opseg paradoksa, stereotipa i predsrasuda. Sam identitet Balkana, u značajnoj meri javlja se kao okvir u konstrukciji nacionalnih identiteta, a balkanski mentalitet kao jedan od najčešćih matrica patrijarhalnog života, i kao odrednica suštine identiteta naroda. Međutim, Balkan kao jedinstven kulturni prostor opstaje i otvara mogućnosti za jednu dublju promenu zasnovanu na interkulturnom dijalogu naroda koji žive u njegovim okvirima.

3. Kroz kulturnu dijagnostiku smo identifikovali osnovne elemente identiteta i imidža Srbije, koji zajedno čine kompleksnost fenomena, relacija i procesa vezanih za aktuelno stanje. Kriza koja je zahvatila Srbiju na svim nivoima društva dovela je do brojnih protivrečnosti u određenju njenog identiteta, imidža i samopoimanja uopšte, koji su nejasni, kontradiktorni i gotovo marginalni u odnosu na ostatak Evrope. U spektru ovih aktuelnih društvenih procesa želimo da istaknemo važnost i ulogu kulture i medija u odnosu na identitet i imidž Srbije. Osnovni i najveći problem predstavljaju poremećaji sistema vrednosti, a rekonstrukcija vrednosnog sistema predstavlja nužno kompleksan zahvat koji dotiče sve agense društvenog života. Aktuelne vrednosti koje se vezuju za novac i slavu, a ovi za nasilje i kriminal, ukrštene su sa sistemom vrednosti koje proklamuju procesi globalizacije, što sve negativno utiče na ono što je stvarnost Srbije, izazivajući nezadovoljstvo, socijalno nepoverenje i apatiju. Pitanje, koje vrednosti bi trebalo zadržati i koje vrednosti druge kulture treba da odnesu prevagu, vezano je za preispitivanje određenih kulturnih modela i obrazaca koji su, s obzirom na svoje pseudo i hibridne vrednosti, doveli do erozije vrednosnog sistema, naročito putem fenomena kao što je turbo-folk kultura, koja se iz domena muzike uselila u sveukupni domen svakodnevnog života, postajući tako deo karaktera same nacije.
4. Identifikacija elemenata društvenog karaktera Srbije, u istraživanjima početkom devedesetih godina (1993), pokazala su da je stvoren „autoritarno-tradicionalistički sindrom“, čime je Srbija obeležena kao „problematično“ društvo, a sama nacija i njen karakter kao nezreli i nestabilni. S druge strane, negiranje svih vrednosti i iskustava srpske istorije i tradicije, kod Srba je stvorila jedan oblik nacionalne entropije, koji se

pokazao pogubnim u redefinisaniu nacionalnih ciljeva. Tako jedinstvena socijalna matrica, na kojoj je formirana moderna Srbija, u svojoj strukturi i dalje sadrži mnogobrojne protivrečnosti, dok pitanje, na koji način će se Srbija suočiti sa ovim kompleksim problemima, ostaje otvoreno, što je svakako smetnja razvijanju vizije u odnosu na evropske integracije.

5. Mitovi, religija i jezik ulaze u red tzv. osnovnih identifikatora, na osnovu kojih je konstituisana identetska matrica Srbije. Kult kosovskog stradanja, zajedno sa kultom Svetog Save, poslužio kao vezivna matrica za uobličavanje nacionalnog identiteta Srbije, dok su u mitovima izdvojeni „simbolički kolektivni akcenti“ postali i osnova stereotipije o identitetu. Ovaj povratak mitu otvara dalja značenja, uz nepomirljive stavove o pobjedi i porazu. To potvrđuje moć prošlosti u oblikovanju savremenog identiteta, a čije bi potencijale svakako trebalo tražiti u obrascima duhovne srodnosti, odnosno kulture koja ujedinjuje, pre nego u obrascu krvi i tla, koji razjedinjuje. Uobličavanje „tradicionalne“ religijske identitetske formule u Srbiji izgrađeno je i kroz Svetosavlje kao jedno od temeljnih elemenata srpskog nacionalnog identiteta, dok je „heroizovano pravoslavlje“, međutim, dovelo do poistovećivanja religioznog i nacionalnog u svesti srpskog naroda. Treba još dodati da aktuelni pokušaj „obnove“ verskog identiteta savremenih Srba traga za prepoznavanjem autentične potrebe, koja bi svoj izraz našla u idealima vezanim za istinski verske vrednosti. Kao treći identifikator javlja se jezik, koji se često smatra najvažnijim elementom kulture, a da jezičke politike predstavljaju važan faktor u uobličavanju identiteta i trebalo bi da se zasnivaju na uvažavanju principa jezičkih prava i višejezičnosti, kao faktumu multikulturalnosti društva.
6. U vezi sa prethodno iznetim elementima identiteta svakako je i odnos prema tradiciji, koji se posebno aktualizuje u periodu pokretanja pitanja ponovne integracije srpskog društva u Evropi. Ono, oko čega ne bi trebalo da ima spora, jeste da tradiciju, kao sastavni deo identiteta, treba sačuvati. Međutim, novija istorija Srbije bogata je primerima praktično-političke instrumentalizacije tradicije, što je doprinelo stvaranju „ideologije mitskog tradicionalizma“. Doda li se tome činjenica o nedostatku fundamentalnog tipa kulturnog nasleđa, oličenog u tradiciji, koja je „istinski živa“, nastaje

niz krupnijih problema. A ostajući bez tradicije, Srbija ostaje bez utvrđenih vrednosti, što neminovno vodi ka dezintegraciji društva. Identitet je, s druge strane, u vezi sa procesom modernizacije, koja se zasniva i na razvoju kulturnih standarda, a kultura je upravo posredujući činilac između tradicije i progresa. Pitanje adaptacije integracijskim procesima je značajno u onoj meri, što problematizuje strategiju izbora modela integracije i postavljanja okvira za realizaciju, što zahteva ponovno promišljanje uloge tradicije u objektivnom svetlu. A negovanje tradicija, uz njihovo kritičko vrednovanje, upravo je preduslov integracija.

7. Problem tzv. pozitivnog prepoznavanja, s kojim se Srbija suočava, izuzetno je kompleksan, imajući u vidu ne samo balast političke prošlosti, već i realan nedostatak pozitivnih asocijacija koje se vezuju za ovaj prostor. Nastojanje da se unapredi predstava o Srbiji je nužnost, naročito ako se imaju u vidu drastično ekstremne slike koje i dalje egzistiraju u stranim javnostima. Jedan od elemenata su državni simboli, u vezi sa kojim se postavlja pitanje da li oni na najadekvatniji način predstavljaju Srbiju kao državu u javnosti i da li oni simbolički predstavljaju njen identitet. Nestalnost oblika i sadržaja amblema Srbije oslabila je njihovu reprezentativnu moć i nivo identifikacije kod građana, i rezultat je kompleksnih društvenih okolnosti pod kojima se odvijao proces njihove promene. Veoma loš imidž, ne samo Srbije već često i celog Balkana, rezultat je delom izveštavanja samih svetskih medija o Srbiji, koje je bilo uglavnom o politici, a drugo su realni krizni društveno-politički događaji koji su se dešavali u bližoj prošlosti. Analiza medijskih sadržaja – naslova iz svetske štampe i agencija vezanih za Srbiju, prema publikaciji *TANJUG PRESS Izbor iz svetske štampe i agencija* (vid. Aneks 2), pokazuje da su teme o Srbiji u svetskim medijima pre svega političke i da su vrednosno „obojene“, te da je tokom devedesetih Srbija prikazivana u najnegativnijem smislu, u vreme rata u Bosni i sankcija u Srbiji; zatim se slika menja u nešto pozitivnijem pravcu 2000. godine posle pada Miloševićevog režima, da bi već 2006. slika bila obojena sa više skepse, naročito imajući u vidu probleme sa određenjem statusa Kosova. Aktuelni pokušaji da se ovako loš imidž popravi kroz medijske kampanje često se ocenjuju kao bezuspešni,

imajući u vidu da se imidž države ne može graditi na lepim slikama, već sistemskim promenama u smislu kolektivnog predstavljanja javnosti.

8. Slika Srbije u medijima i loš imidž u značajnoj meri bili su rezultat brojnih predrasuda i stereotipa, - ovakve simplifikacije prisutne su i u samopoimanju samih građana. S obzirom da se stereotipi ne mogu menjati preko noći, postavlja se pitanje kako tretirati tu visoku održivost diskursa stereotipa u Srbiji i o Srbiji. Možda bi sliku Srbije trebalo pozicionirati između pozitivnog hiperbolisanja i pejorativnog osporavanja, koji su opšte mesto svake debate o Srbiji danas.
9. U razmatranju mogućnosti redefinisanja identiteta i imidža Srbije predložimo sledeće: Menjanje sistema vrednosti i dominantnih kulturnih obrazaca; revizija nacionalnih mitova; nastavak procesa modernizacije uz uvažavanje tradicije i nasleđa; „debalkanizacija“ i evropeizacija; promena slike o sebi (autostereotipi) i slike o drugima (stereotipi); prepoznavanje značaja kulture i aktivno bavljenje uobličavanjem imidža.
10. U procesu promišljanja transformacije identiteta i imidža Srbije, u kontekstu evropskih integracija, od suštinskog je značaja strateški proces uobličavanja vrednosno-kulturnih i institucionalnih obrazaca. U tom smislu potrebno je sagledati multikulturalizam kao činjenicu i okolnost u kojoj se dešava proces transformacije identiteta zemalja u regionu, pa time i Srbije. Da bi čitav proces transformacije identiteta u Srbiji započeo i da bi on išao u željenom pravcu integracije u evropsku porodicu država, potrebno je imati viziju novog kulturnog sistema. Na nivou kulturne politike to podrazumeva sledeće: donošenje programa kulturnog razvoja prema evropskim standardima, kreiranje politike sećanja u javnom diskursu u odnosu na identitet, kao i jačanje međunarodnih veza i međunarodne kulturne saradnje. U tom smislu, strateški osmišljena komunikacija predstavlja ključ za razumevanje i osmišljavanje elemenata za repozicioniranje Srbije u domaćoj i stranim javnostima.

Pitanje distance koja je obavezna u razmevanju i u interpretaciji stvarnosti jeste, reklo bi se, konstanta, koja je i u ovom slučaju bila neminovno opterećena aktuelnim društvenim stanjem i političkom praksom. Tako je traganje za čistim saznanjem postavljeno uz uslov za tolerancijom društvenog života i njegovih pritisaka. Bez iluzije za idealizacijom budućnosti, imali smo nameru da zauzmemo stav koji u svojoj osnovi ima optimističnu viziju Srbije i njenog budućeg položaja u ujedinjenoj Evropi. To novo stanje kojem Srbija teži isprepletano je zbivanjima koja je mogu ugroziti, ali samo u onoj meri u kojoj ona sama ne bude izgradila unutrašnju doslednost, odnosno ne bude svela sopstvene kontradiktornosti na minimum, čime će se dozvoliti kolektivni razvoj. Prevazilaženje tih iskušenja leži, verovatno, i u osnovi problematike o identitetu i imidžu.

Verujemo da postoje alternative „kolektivnoj apatiji“ u kojoj se Srbija našla, i da one nisu u potpunosti u rukama spoljnih faktora, već da je usmeravanje tih procesa moguće iznutra, sa pozicija koje će revitalizovati *spiritus movens* ovog društva. U suštini ovog stanovišta jeste ideja o neophodnosti proaktivnog odnosa prema aktuelnim procesima evropskih integracija i o neophodnosti strateškog „gledanja u budućnost“ uopšte, pri čemu se ne vodi briga samo o tekućim društvenim problemima, već se uz reviziju onih odavno nerešenih i u prošlosti zaboravljenih pitanja, društvenoj stvarnosti pristupa sa jednog odgovornijeg i organizovanijeg položaja. Uspostavljanje politike sećanja u praksi je jedan korak ka tom položaju, s obzirom da prošlost igra nezamenljivu ulogu u svim važnijim aspektima kako identiteta tako i imidža. Zapravo, to je put ka izgradnji identiteta, i put ka izgradnji sećanja koje je lišeno manipulacije i instrumentalizacije konstitutivnih elemenata kao što su mit, tradicija i istorija. To je, takođe, put ka uspostavljanju suštinskog dijaloga sa „drugim“, naročito onim „zanemarenim drugim“ koji je svojim nekadašnjim prisustvom ostavio traga na kolektivno biće ove teritorije. U tome se nalazi spas od zaborava, koji je negacija onog što je u identitetu oličeno, i koji je verovatno najveća pretnja očuvanju i razvoju kulture i društva zajednice.

Razmatrajući identitet, imidž i integracije u svetlu kulturne politike, dolazimo do ključnog pitanja, a to je: Kakva kulturna politika nam je potrebna? Potrebna nam je kulturna politika koja će se zasnivati na principima kulturne raznolikosti, koja će biti inkluzivna, koja će negovati demokratske vrednosti i koja će biti okrenuta ka interkulturalnom dijalogu sa drugima. Ukratko, potrebna nam je odgovorna kulturna politika koja će podsticati dugoročni kulturni razvoj društva. Ova idealna slika daleko je od aktuelne slike Srbije, ali ona treba da bude cilj kome će se težiti, nezavisno od promenljivih političkih faktora. Jer bez vizije

nemoguće je pokrenuti toliko kompleksnih društvenih faktora, koji su utkani u strukturu identiteta i imidža Srbije, a još teže je „sizifovski“ raditi na partikularnim zamislima bez ideje vodilje.

Strateška komunikacija i njom uobličena jasna i dosledna poruka o tome ko smo, za koje vrednosti se kao društvo zalažemo, kako želimo da nas drugi vide, čini se, ima potencijal za pokretanje jedne dublje promene na širem društvenom planu, promene koja će Srbiju ojačati, pre nego slomiti, kako neki skeptici smatraju. U tom usaglašenom ophođenju sa izazovima biće moguće umanjiti postojeće nesigurnosti i neizvesnosti, koje čine identitet i idmiž Srbije tako nestabilnim. Tako će i san o „dugom putovanju u Evropu“ prerasti u manje frustrirajuću stvarnost i mnogo vedriju budućnost za Srbiju.

VI BIBLIOGRAFIJA¹⁹

Knjige i naučni članci

Baćević, Ljiljana (1994) *Javno mnjenje*, Beograd: Institut društvenih nauka

Baćević, Ljiljana, (ed.) (2002) *Promene vrednosti i tranzicija u Srbiji – pogled u budućnost* - zbornik, Beograd: Institut društvenih nauka/Fridrich Ebert Stiftung

Baćević, Ljiljana (2004) *In media res: efekti medija*, Beograd: Institut društvenih nauka

Bal, Fransis (1997) *Moć medija*, Beograd: Clio

Bašić, Goran (2006) “Evropske integracije i politika multikulturalnosti u Srbiji“, *Filozofija i društvo* 1/2006, str. 113-118.

Bauman, Zigmund (1984) *Kultura i društvo*, Beograd: Prosveta

Benedikt, Rut (1976) *Obrasci kulture*, Beograd: Prosveta

Berger, H. i Kelner, P. (1991) *Sociologija u novom ključu*, Niš: Gradina

Blek, Sem (1997) *Odnosi s javnošću*, Beograd: Clio

Bodrijar, Žan (1991) *Simulakrumi i simulacija*, Novi Sad: Svetovi

Božović, Ratko (1990) *Kult-ura*, Valjevo/Beograd: Milić Rakić/Naučna knjiga

Božović, Ratko (2006) *Leksikon kulturologije*, Beograd: Matić agencija

Brigs, A. i Kobli, P, (ed.) (2005) *Uvod u studije medija*, Beograd: Clio

Bugarski, Ranko (2002) *Nova lica jezika*, Beograd: Biblioteka XX vek

¹⁹ U ovoj bibliografiji navedene su knjige i naučni članci koji se pominju u tekstu, kao i nekoliko knjiga koje sam koristila u utemeljenju svojih stavova i analiza.

Butigan, Vjekoslav (2000) „Politička akulturacija na Balkanu“, *Teme*, G. XXIV Br. 1-2 Str. 109 - 132.

Curan, J – Woollacott, J, (eds.) (1986) *Culture, Society and The Media*, London/New York: Routledge

Cvetković, Vladimir N. (2004) „Nacionalni identitet i (re)konstrukcija institucija u Srbiji (ideologije, obrazovanje, mediji)“, *Filozofija i društvo XIX-XX*, str. 51-75.

Cvijić, Jovan (1992) „Dinarski, centralni i panonski tip“, u: *Karakterologija Srba*, Beograd: Naučna knjiga

Čičkarić, Lilijana (2003) „Konstrukcija političkog identiteta u kontekstu globalizacije i tranzicije društva“, *Sociološki pregled*, vol. XXXVII, no. 1-2, str. 79-99.

Deretić, Jovan (1995) „Identitet srpske književnosti“, *Znamen*, br. 2, Filozofski fakultet u Petrinji, str. 95-100.

Dewandre, N. i Lenoble, J, (Hg.) (1994) *Projekt Europa: Postnaitonale Identität: Grundlage für eine europäische Demokratie?*, Berlin: Schelzky & Jeep

Dimitrijević, V., Kartag-Odri A., Milinković, B., Serfontein J., Simović-Hibner I., Stojković, B. (1999) *Kulturna prava*, Beograd: Beogradski centar za ljudska prava

Domenak, Žan-Mari (1991) *Evropa: kulturni izazov*, Beograd: Biblioteka XX vek

Dragičević-Šešić, Milena (1994) *Neofolk kultura*, Sremski Karlovci – Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića

Dragičević-Šešić, M. i Stojković, B. (2003) *Kultura: menadžment, animacija, marketing*, Beograd: Clio

Dragičević-Šešić, M. i Dragojević, S. (2004a) *Menadžment umetnosti u turbulentnim okolnostima*, Beograd, Clio

Dragičević-Šešić, Milena i Dragojević, Sanjin (2004b) *Interkulturalna medijacija na Balkanu*, Sarajevo

Dragičević-Šešić, Milena (2007) „Demokratičnost i dometi kulturne politike“, *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, no. 11/2007, str. 387-397.

Derić, Gordana (2005) *Pr(a)vo lice množine: Kolektivno samopoimanje i predstavljanje: mitovi, karakteri, mentalne mape i stereotipi*, Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju /"Filip Višnjić"

- Dokić, Radoslav (1976) *Prožimanje kultura*, Beograd: Univerzitet umetnosti
- Dokić, Radoslav (1992) *Vidovi kulturne komunikacije*, Beograd: Institut za film, pozorište, radio i televiziju
- Dordano, Kristijan (2001) *Ogledi o interkulturnoj komunikaciji*, Beograd: Biblioteka XX vek
- Durić, Jelena (2004) „Zadnje dvorište tranzicije“, *Filozofija i društvo XXV*, str. 261-270.**
- Edgar A. i Sedgwick P. (eds.) (1999) *Key Concepts in Cultural Theory*, London & New York, Routledge**
- Eliot, T. S. (1956) „Tradicija i individualni talenat“, *Književnost*, XI, br. 9, str. 223.**
- From, Erih (1963) *Zdravo društvo*, Beograd: Rad**
- Fukujama, Frensis (1997) *Sudar kultura*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva**
- Gadamer, Hans-Georg (1999) *Evropsko nasleđe*, Beograd: Plato**
- Gerc, Kliford (1998) *Tumačenje kultura*, Beograd: Biblioteka XX vek**
- Gidens, Entoni (1998) *Posledice modernosti*, Beograd: Filip Višnjić
- Golubović, Zagorka (1973) *Čovek i njegov svet*, Beograd: Rad
- Golubović, Zagorka (1994) „Kulture u tranziciji u Istočnoj Evropi i Jugoslaviji: Raskorak između kulturnog i nacionalnog obrasca“, u: *Kulture u tranziciji*, Beograd: Plato**
- Golubović, Z., Kuzmanović B. i Vasović M. (1995) *Društveni karakter i društvene promene u svetlu nacionalnih sukoba*, Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju**
- Golubović, Zagorka T. (1999) *Ja i drugi - antropološka istraživanja individualnog i kolektivnog identiteta*, Beograd: Republika**
- Golubović, Zagorka (2005) „Rezultati demokratske tranzicije kroz prizmu građana Srbije 2005.“, *Filozofija i društvo*, God.XVII br.2/2005, str. 13-44.**

Haas, Ernest (1958) *The Uniting of Europe*, London

Hall, S. i Du Gay, P. (1996) *Questions of Cultural Identity*, London/New Delhi: Thousand Oaks/Sage Publications

Harison L.E. i Hantington, S.P. (2004) *Kultura je važna – Kako vrednosti uobličavaju ljudski progres*, Beograd: Plato

Ind, Nikolas (1996) *Korporacijski imidž*, Beograd: Clio

Inglhart, Ronald (2004) „Kultura i demokratija“ u: *Kultura je važna*, Beograd: Plato

Janjić, Dušan, (ed.) (1995) „Srbija između krize identiteta i modernizacije“, u: *Srbija između prošlosti i budućnosti*, Beograd: Institut društvenih nauka, Forum za etničke odnose

Jovanović, Bojan, (prir.) (1992) *Karakterologija Srba*, Beograd: Naučna knjiga

Jovanović, Miroslav (2002) *Jezik i društvena istorija*, Beograd: Stubovi kulture

Jovanović, Slobodan (2005) *Kulturni obrazac*, prir. Gojko Božović, Beograd: Stubovi kulture

Jovićević, Milanko (1998) *Mit i stvarnost psihologija arhetipa*, Beograd: Fakultet organizacionih nauka

Kastels, Manuel (2002) *Moć identiteta*, Zagreb: Golden marketing

Kecmanović, Dušan (2006) *Da li smo sišli s uma ili dokaži da si Srbin*, Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića

Kelner, Daglas (2004) *Medijska kultura: studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma*, Beograd: Clio

Kin, Džon (1995) *Mediji i demokratija*, Beograd: "Filip Višnjić"

Klosovska, Antonjina (2001) *Sociologija kulture*, Beograd: Čigoja štampa

Knežević, Miloš, (prir.) (1996) *Srbija i Evropa: evropski kulturni identiteti i nacionalni identiteti evropskih naroda - položaj i perspektive srpskog kulturnog identiteta u evropskoj kulturi - zbornik*, Beograd: Dom kulture "Studentski grad"

Koković, Dragan (1997) *Pukotine kulture*, Beograd: Prosveta

Koković, Dragan (2000) „Kultura kao činilac tranzicije i modernizacije“, *Teme*, G. XXIV, Br. 1-2, Str. 47-64.

Koković, Dragan (2002) „Procesi integracije, regionalizam i očuvanje kulturnog identiteta“ *Sociološki pregled*, vol. XXXVI, no.1-2, str. 163-171.

Kolar-Panov, Dona (2000) „The Role of the Mass Media and Media Policies in the Formation of Cultural Identities“, *Culturelink: Redefining cultural identities*, Institute for International Relations Zagreb, p. 75-83.

Kovač, Senka, (ed.) (2005) *Problemi kulturnog identiteta stanovništva savremene Srbije*, Etnoantropološki problemi: zbornik radova, Beograd: Filozofski fakultet

Kuba, L. i Koking, Dž. (2003) *Metodologija izrade naučnog teksta*, Podgorica: CID

Lič, Edmund (2002) *Kultura i komunikacija*, Beograd: Biblioteka XX vek

Majstorović, Stevan (1979) *U traganju za identitetom*, Beograd: Slovo ljubve/Prosveta

Maresceau, M. (ed.) (1997) *Enlarging the European Union: Relations between the EU and Central and Eastern Europe*, London: Longman

Marić, Jovan (1998) *Kakvi smo mi Srbi*, Beograd

Matarasso, F. i Laundry, C. (1999) *Balancing act: 21 strategic dilemmas in cultural policy*, Council of Europe

Mek Kvin, Dejvid (2000) *Televizija*, Beograd: Clio

Miladinović, Slobodan (2006) „Pitanje socijalnog identiteta nacionalnih manjina i evrointegracijski procesi u Srbiji“, *Sociološki pregled*, vol.XXXX, no. 2. str. 207-245.

Miletić, Mirko, M. (2001) *Masovno komuniciranje u Srbiji u poslednjoj deceniji XX veka – doktorska disertacija*, Beograd: Fakultet političkih nauka

Mitrović, Ljubiša i Mitrović, Dragana (2002) „Balkan u mreži megatrendova globalnog i regionalnog razvoja“ u: *Društvene promene, kulturni i etnički odnosi i evrointegracijski procesi na Balkanu*, Niš: Filozofski fakultet, Institut za sociologiju

- Moren, Edgar (1989) *Kako misliti Evropu*, Sarajevo: Svjetlost**
- Nedeljković, Saša (2005) *Konstrukcija nacionalnog identiteta: doktorska disertacija*, Beograd: Filozofski fakultet**
- Noris, Dejvid E. (2002) *Balkanski mit: pitanja identiteta i modernosti*, Beograd: Geopoetika
- Petrović, Sreten (2000) *Kulturologija*, Beograd: „Lela“
- Prošić-Dvornić, Mirjana, (ed.) (1994) *Kulture u tranziciji*, Beograd: Plato**
- Radić, I., Živković, J., Damjanović, K. i ostali (2005) *Vodič kroz proces stabilizacije i pridruživanja Evropskoj uniji*, Beograd: G17 Institut**
- Radojčić, Dragana, (ed.) (2003) *Tadicionalno i savremeno u kulturi Srba - zbornik*, Beograd: SANU, Etnografski institut**
- Risman, Dejvid (1965) *Usamljena gomila*, Beograd: Nolit
- Rogač, Ljiljana (2007) „Evropske integracije u srpskim medijima“ - analiza informativnih TV programa, u okviru projekta *Umetnost i mediji u funkciji evropskih integracija*, Beograd: FDU, Institut za pozorište, film, radio i televiziju (u pripremi)**
- Savić, Mile, (ed.) (2003) *Integracija i tradicija - zbornik*, Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju**
- Shore, Cris (2000) *Building Europe: the cultural politics of European integration*, London: Routledge**
- Smirs, Jost (2002) *Uloga Evropske Zajednice u odnosu na član 151 o kulturi iz Amsterdamskog ugovora – Podrška razvoju interkulturene kompetencije u okviru Evrope*, Utrecht: Centar za istraživanje, Škola umetnosti**
- Smirs, Jost (2004) *Umetnost pod pritiskom: promocija kulturne raznolikosti u doba globalizacije*, Novi Sad: Svetovi**
- Smith, Anthony D. (1990) „Towards a Global Culture?“, *Theory, Culture & Society* 7, pp. 171-191.**
- Smit, Antoni D. (1998) *Nacionalni identitet*, Beograd: Biblioteka XX vek**
- Sticht, Pamela (2000) *Culture Européene ou Europe des cultures ? Les enjeux actuels de la politique culturelle en Europe*, Paris: L’Harmattan**

Stjuart, Džulijan (1990) *Teorija kulturne promene*, Beograd: Biblioteka XX vek

Stojković, Branimir (1993) *Evropski kulturni identitet*, Niš/Beograd: Prosveta/Zavod za proučavanje kulturnog razvitka

Stojković, Branimir (1995) *Kulturna politika evropske integracije: Evropska unija i Savet Evrope*, Beograd: Institut za evropske studije

Stojković, Branimir (2002) *Identitet i komunikacija*, Beograd: Fakultet političkih nauka/ Čigoja štampa

Škiljan, Dubravko (1998) *Javni jezik*, Beograd: Biblioteka XX vek

Švob-Đokić, Nada (2000) „Diversity and Identity: On redefining cultural identities in the multicultural contexts of the Central European and Mediterranean regions“, u: *Culturelink 2000*, p. 5-25.

Švob-Đokić, Nada (ed.) (2004) *Cultural Transitions in Southeastern Europe*, Culturelink, Zagreb: Insitute for International Relations

Todorova, Marija (2006) *Imaginarni Balkan*, Beograd: Biblioteka XX vek

Vuksanović, Divna (2002) „Kulture – prostori – memorije: Ogled iz savremene estetike komunikacija“, *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, no. 6-7/2002-2003, str. 351-358.

Vuksanović, Divna (2007a) „Medijske egzistencije: postindividualizam i imaginacija“, *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, no. 11/2007, str. 375-385.

Vuksanović, Divna (2007b) *Filozofija medija: ontologija, estetika, kritika*, Beograd: FDU Institut za pozorište, film radio i televiziju/Čigoja štampa

Enciklopedije i rečnici

***Enciklopedija Jugoslavije* (1985) Zagreb: Jugoslovenski leksikografski zavod**

***Mala Prosvetina enciklopedija* (1978) Beograd: Prosveta**

***Sociološki rečnik* (2007) Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva**

***The Oxford Modern English Dictionary* (1995) Oxford: Clarendon Press**

Dokumenta

Commission of the European Communities (2007) *Communication on a European agenda for culture in a globalizing world*

Council of Europe (1999) *In From the Margins Report*

Council of Europe/ERICarts (2007) *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe*, 8th edition, Serbia

European Commission (2006) *FRY Country Strategy Paper 2002-2006*

European Cultural Foundation Newsletter 21, no. 2 (1998) *Editorial, "Culture and Democracy"*

Galup Evropa (2007) *Istraživanje javnog mnjenja za Evropski pokret u Srbiji*

Kancelarija za pridruživanje EU Vlade Republike Srbije - SEIO (2004) *Strategija komunikacije Vlade Republike Srbije o procesu stabilizacije i pridruživanja državne zajednice Srbija i Crna Gora Evropskoj uniji*

Kancelarija za pridruživanje EU Vlade Republike Srbije - SEIO (2005) *Nacionalna strategija za pristupanje Srbije i Crne Gore Evropskoj uniji*

Kancelarija za pridruživanje EU Vlade Republike Srbije – SEIO (2006) *Evropska orijentacija građana Srbije: Predstavljanje rezultata istraživanja javnog mnjenja*

Ministarstvo kulture Srbije (2007) *Nacrt zakona o kulturi – radna verzija*

UNESCO (2001) *Universal Declaration on Cultural Diversity*

UNESCO (2005) *Convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions*

United Nations Development Programme (2005) *Snaga različitosti: izveštaj o humanom razvoju Srbija 2005*

Vlada Republike Srbije (2001) *Uredba o organizovanju i izvođenju verske nastave*, „Službeni glasnik RS“ br. 46

WEBOGRAFIJA

Internet članci

Božović, Ratko (2004) Kultura između tradicije i progresa www.komunikacije.org

Crnobrnja, Mihailo (2003) Evropska unija i priključenija - Imidž Srbije
<http://www.ekonomist.co.yu/magazin/em188-189/sic/sic4.htm>

Dragičević-Šešić, Milena (2005) Analize rezultata pet godina tranzicije u Srbiji
www.b92.net/kultura

Đukić Dojčinović, Vesna (2003): Cultural Policies in Serbia 1989-2001.
<http://www.policy.hu/djukic/policy.htm>

Gligorov, Vladimir (2003) Enhancing relations between the eu and western balkans -
A view from Serbia http://www.becei.org/EU_Western_Balkans_BeCEI.htm

Medijska dokumentacija Ebart consulting (2007) Brendiranje Srbije
<http://www.arhiv.co.yu/brendiranje.htm>

Mercer, Colin (2005) From Data to Wisdom, insight www.policiesforculture.org

**Suteu, Corina (2002) The Importance of a Cultural Approach Towards the
Accession Process, first published in Policies for Culture Journal, April 2002,**
<http://www.policiesforculture.org/print.php?l=r&id=87>

Web stranice

www.BBCSerbian.com www.culturalpolicies.net www.danas.co.yu

<http://europa.eu.int> <http://www.kultura.sr.gov.yu> www.mediacenter.org.yu

www.nin.co.yu www.policiesforculture.org <http://www.srbija.sr.gov.yu>

www.youtube.com www.wikipedia.org <http://www.zaprokul.org.yu>

VII ANEKSI

ANEKS 1 - COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES
Communication on a European agenda for culture in a globalizing world
(2007) - segmenti

ANEKS 2 - TANJUG PRESS *Izbor iz svetske štampe i agencija* – teme
vezane za Srbiju (septembar – oktobar 1994, 2000. i 2006. godine)

ANEKS 3 – Ministarstvo kulture Republike Srbije – *Nacrt zakona o*
kulturi – segmenti vezani za Program kulturnog razvoja (8.7.2007).

ANEKS 4 – UNESCO (2001) *Universal Declaration on Cultural*
Diversity - segmenti

ANEKS 5 - Council of Europe/ERICarts (2007) *Compendium of Cultural*
Policies and Trends in Europe, 8th edition, Serbia – segmenti

ANEKS 1 – COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

Communication on a European agenda for culture in a globalizing world (2007)

COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS

Communication on a European agenda for culture in a globalizing world

«Culture is all the dreams and labour tending towards forging humanity. Culture requests a paradoxical pact: diversity must be the principle of unity, taking stock of differences is necessary not to divide, but to enrich culture even more. Europe is a culture or it is not». Denis de Rougemont

Purpose of the Communication

Awareness is growing that the EU has a unique role to play in promoting its cultural richness and diversity, both within Europe and world-wide. There is also acknowledgement that culture is an indispensable feature to achieve the EU's strategic objectives of prosperity, solidarity and security, while ensuring a stronger presence on the international scene.

Based on extensive consultations, this Communication explores the relationship between culture and Europe in a globalizing world and proposes objectives for a new EU agenda for culture. This agenda is to be shared by all stakeholders (the Commission, Member States and involving civil society and the European Parliament). The Commission therefore also seeks to establish new partnerships and methods for cooperation between them.

THE CONTRIBUTION OF THE EU TO CULTURE

The basis for the action of the EU in the field of culture lies in the Treaty. Article 151 states that:

"The Community shall contribute to the flowering of the cultures of the Member States, while respecting their national and regional diversity and at the same time bringing the common heritage to the fore."

"Action by the Community shall be aimed at encouraging cooperation between Member States and, if necessary, supporting and supplementing their action ...".

"The Community and the Member States shall foster cooperation with third countries and the competent international organisations in the sphere of culture, in particular the Council of Europe".

"The Community shall take cultural aspects into account in its action under other provisions of this Treaty, in particular in order to respect and to promote the diversity of its cultures."

Culture is and will therefore primarily remain a responsibility of Member States; in some countries it is largely dealt with at the regional or even local level. Article 151 does not provide, for example, for harmonisation of the laws and regulations of the Member States. Action at EU level is to be undertaken in full respect of the principle of subsidiarity, with the role of the EU being to support and complement, rather than to replace, the actions of the Member States, by respecting their diversity and stimulating exchanges, dialogue and mutual understanding.

2.2. *EU's external relations*

Culture is recognized as an important part of the EU's main cooperation programmes and instruments, and in the Union's bilateral agreements with third countries. It is also a key element of the co-operation developed with the Council of Europe, which has allowed the joint implementation of the European Heritage Days as well as some actions in the Western Balkans.

A wide variety of cultural projects and programmes have been implemented for many years as part of the Union's financial and technical assistance across all developing regions of the world. These cultural actions target the preservation and restoration of heritage sites, the production and circulation of works of art, the creation or restoration of museums, the local capacity-building of cultural operators and artists and the organisation of major cultural events. The Commission also runs funds and actions to support the emergence and strengthening of cultural industries, in particular the cinema and audiovisual sector, in partner countries, as well as promote local access to culture and cultural diversity in third countries.

In close connection with this, the Union has increasingly focused on promoting support for human rights, including the protection and promotion of cultural rights, the rights of indigenous peoples as well as the rights of persons belonging to minorities and socially marginalized people.

Intercultural dialogue as one of the main instruments of peace and conflict prevention is obviously among the basic objectives of such actions. Priority actions in that direction were launched under the impetus of a consultative group set up by the Commission's President, which also led *inter alia* to the setting-up, in Alexandria, of the Anna Lindh Euro-Mediterranean Foundation for the Dialogue between Cultures, and the creation of specific debate on culture within the political dialogues with many third countries.

The Commission has also recently begun to reinforce its public diplomacy, including cultural events, often involving cooperation with and among Member States' cultural institutions to convey important messages in third countries about Europe, its identity and its experience of building bridges between different cultures.

On a more general level, the Commission has tabled multi-annual thematic programmes under the financial perspectives 2007-2013 in order to finance Community interventions in developing countries and regions, on the one hand, and at international level, on the other hand. The thematic programmes "Investing in People" and "Non-state Actors and Local Authorities in Development" are available to complement geographical cooperation through the country strategy papers in the field of culture. Recent opinion polls clearly show that, under the pressure of globalization, the great majority of Europe's citizens – led by the Heads of State and Government in June 2006 - want Europe to be more present in the world, with an external policy which well reflects its values. Culture is of course central to this multilateral, consensus-building approach.

The rapid entry into force of the UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions illustrates the new role of cultural diversity at international level: as parties, the Community and its Member States have committed themselves to strengthen a new cultural pillar of global governance and sustainable development, notably through enhancing international cooperation.

OBJECTIVES FOR A EUROPEAN AGENDA FOR CULTURE

The extensive consultation process carried out in 2006 has enabled the Commission to identify a strong consensus for a new EU agenda for culture, so as to build on past achievements and reinforce on-going activities. This would be built on three interrelated sets of objectives:

- Promotion of cultural diversity and intercultural dialogue;
- Promotion of culture as a catalyst for creativity in the framework of the Lisbon Strategy for growth and jobs;
- Promotion of culture as a vital element in the Union's international relations.

These objectives would guide EU action in the future. Each actor would be called upon to contribute, in full respect of the principle of subsidiarity:

- For the Member States and their regions, this would mean further developing their policies in these areas with reference to common objectives and an endeavour to steer joint activities *inter alia* through an open method of coordination and exploring opportunities offered by EU funding;
- For stakeholders in the field of culture, such as professional organisations, cultural institutions, non-governmental organisations, European networks, foundations, etc., this would mean a close engagement in dialogue with EU institutions and support for the development of new EU policies and actions, as well as developing dialogue among themselves;
- For the Commission, this would mean mobilising its internal and external policies, Community funding programmes, as well as a renewed role of animation, exchange of good practice and dialogue with the full range of actors.
- For all actors, this would mean a renewed sense of partnership and ownership of EU action to achieve these objectives.

The following section explains each of these broad objectives in greater detail.

Cultural diversity and intercultural dialogue

“It is art that can structure the personalities of young people with a view to open their minds, to instil the respect of others and the desire of peace”. Yehudi Menuhin

The flowering of the cultures of the Member States in respect of their national and regional diversity is an important EU objective assigned by the EC Treaty. In order to simultaneously bring our common heritage to the fore and recognise the contribution of all

cultures present in our societies, cultural diversity needs to be nurtured in a context of openness and exchanges between different cultures. As we live in increasingly multicultural societies, we need therefore to promote intercultural dialogue and intercultural competences. These are also essential in the context of a global economy with regard to enhancing the employability, adaptability and mobility of artists and workers in the cultural sector as well as the mobility of works of art. As citizens are among the main beneficiaries of developing cultural diversity, we need to facilitate their access to culture and cultural works.

The following specific objectives should be addressed:

- Promote the mobility of artists and professionals in the cultural field and the circulation of all artistic expressions beyond national borders:
 - Mobilise public and private resources in favour of the mobility of artists and workers in the cultural sector within the EU;
 - Promote the mobility of works of art and other artistic expressions;
 - Improve European coordination for aspects affecting mobility of cultural workers within the EU in order to take into account the needs resulting from short term and frequent mobility between Member States.
- Promote and strengthen intercultural competences and intercultural dialogue, in particular by developing 'cultural awareness and expression', 'social and civic competences' and 'communication in foreign languages', which are part of the key competences for lifelong learning identified by the European Parliament and Council in 2006.

Culture as a vital element in international relations

"Any culture is born in mixing, in interaction, in confrontation. Conversely, it is in isolation that civilization dies." Octavio Paz

As parties to the UNESCO Convention on the Protection and the Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, the Community and the Member States have reaffirmed their commitment to developing a new and more pro-active cultural role for Europe in the context of Europe's international relations and to integrating the cultural dimension as a vital element in Europe's dealings with partner countries and regions. This should help promoting knowledge of and understanding for Europe's cultures throughout the world.

To achieve this integration it is crucial to develop active inter-cultural dialogue with all countries and all regions, taking advantage for example of Europe's language links with many countries. In this context, it is also important to promote the richness of cultural diversity of our partners, to serve local identities, to promote access to culture of local populations and develop an economic resource which can have a direct impact on socio-economic development.

Bearing that in mind, the EU will follow a 'twin-track' approach, consisting of:

- the systematic integration of the cultural dimension and different components of culture in all external and development policies, projects and programmes - as a means of strengthening the quality of its diplomatic efforts, and the viability and sustainability of all EU cooperation activities; and
- support for specific cultural actions and events – Culture is a resource in its own right, and access to culture should be considered as a priority in development policies

The following specific objectives should be addressed:

- to further develop political dialogue with all countries and regions in the field of culture and promote cultural exchanges between the EU and third countries and regions;
- to promote market access, both to European and other markets, for cultural goods and services from developing countries through targeted actions as well as through agreements that grant preferential treatment or trade-related assistance measures;
- to use its external and development policies to protect and promote cultural diversity through financial and technical support for, on the one hand, the preservation of and access to cultural heritage and, on the other, the active encouragement and promotion of cultural activities across the world;
- to ensure that all its cooperation programmes and projects take full account, in their design and their implementation, of local culture and contribute to increase people's access to culture and to the means of cultural expression, including people-to-people contacts. Especially important is education, including advocacy for the integration of culture in education curricula at all levels in developing countries;
- to promote the active involvement of the EU in the work of international organisations dealing with culture, and in the United Nations 'Alliance of Civilisations' process.

CONCLUSION

"Culture is not a luxury, but a necessity." Gao Xingjian

The Commission considers that the time is ripe for a new European agenda for culture, which takes account of the realities of today's globalizing world.

This Communication puts forward concrete proposals both with regard to a set of shared objectives and new methods for stepping up cultural cooperation in the EU.

The European Parliament, the Council, the Committee of the Regions and the Economic and Social Committee are invited to react to this Communication.

The Council is invited to take the appropriate steps to decide on a set of shared objectives and on an appropriate reporting process within the proposed open method of coordination, and the European Council to endorse them in its conclusions.

ANEKS 2 - TANJUG PRESS Izbor iz svetske štampe i agencija

septembar – oktobar 1994.

Tema:	broj članaka
Svet (region, Balkan)	234
Bosna (Kontakt grupa)	571
Jugoslavija	269
Sankcije	196
Srpsko-hrvatski odnosi	134
Kosovo	11
Hag	12

Odabrani naslovi:

- Daily Telegraph: *Pohvaljen stav Srbije* (London, 30. avgust)
- AFP: *Ratna operacija – iskušenje za Srbe* (Sarajevo, 30. avgust)
- Izvestija: *Srbi nikome ne veruju* (Moskva, 31. avgust)
- Deutsche Welle: *Poslednji poziv na razum* (Keln, 4. septembar)
- Financial Times: *Militantni Srbi za ukidanje embarga* (London, 2. septembar)
- Die Presse: *Čistke u beogradskim medijima* (Beč, 2. septembar)
- The New York Times: *Sprečena Papina poseta Beogradu* (Njujork, 6. septembar)
- Reuter: *Srbi potvrdili vojnu premoć* (Vitez, 7. septembar)
- Glas Amerike: *Pomoći ili kazniti Srbiju* (Vašington, 8. septembar)
- Los Angeles Times: *Ne treba verovati Srbima* (Los Anđeles, 7. septembar)
- Frankfurter Allgemeine Zeitung: *Kako se stvara Velika Srbija* (Frankfurt, 9. septembar)
- Die Tageszeitung: *Srbija može da očekuje ukidanje sankcija* (Berlin, 12. septembar)
- AFP: *Oven: Svet nije protiv Srba* (Ženeva, 14. septembar)
- Bayernkurier: *Balkan hronično bolestan* (Minhen, 14. septembar)
- Feral Tribune: *Sankcije nisu postigle svoj cilj* (Split, 19. septembar)
- La Lettre Nationale: *Srbi su prihvatili Jugoslaviju* (Pariz, 11. septembar)
- BBC: *Ukidanje snakcija Jugoslaviji – dobra vest* (London, 20. septembar)
- Slobodna Evropa: *Tiho etničko čišćenje* (Minhen, 25. septembar)
- Global Update: *Na pragu nove krize* (Londona, avgust)
- Novi list: *Srbija: narod bez prijatelja, država bez saveznika, društvo bez budućnosti* (Rijeka, 26. septembar)
- Das Parlament: *Srpska frula mira* (Bon, 23. septembar)

- AP: *Prkosni Srbi* (Beograd, 8. oktobar)
- Le Monde: *Nesavladiva ambicija Slobodana Miloševića* (8. oktobar)
- Der Tagesspiel: *Srbi u Bosni prete* (Berlin, 12. oktobar)
- Novi list: *Milošević u začaranom krugu* (Rijeka, 15. oktobar)
- Information: *Srbi stežu obruč oko Kosova* (Kopenhagen, 19. oktobar)
- AP: *Kakvu Srbiju želi Milošević* (Beograd, 23. oktobar)
- Der Tageszeitung: *Srpski rulet* (Berlin, 20. oktobar)
- Deutsche Welle: *Milošević određuje uslove* (Keln, 28. oktobar)

Dominantne teme: Bosna, Milošević

septembar – oktobar 2000.

Tema:	broj članaka
Jugoslavija	205
Svet (Jugoistočna Evropa)	111

Odabrani naslovi:

- Liberation: *Ilegalna imigracija na Balkanu* (Ženeva, 30. avgust)
- RFI: *Političko nasilje na Kosovu* (Priština, 3. septembar)
- Los Angeles Times: *Opasna zona za Srbe* (Matarova, 5. septembar)
- The Times: *Birači pozdravljaju Miloševića* (Beograd, 13. septembar)
- The Guardian: *Organizovani kriminal izmiče kontroli* (Priština, 13. septembar)
- Frankfurter Rundschau: *Vruća jesen na Balkanu* (Frankfurt, 12. septembar)
- Junge Welt: *Lekcija iz demokratije* (Berli, 16. septembar)
- Time: *Vladavina terora* (Njujork, 19. septembar)
- The Washington Post: *Neizvesna misija* (Silovo, 20. septembar)
- The Times: *Demonstriranje sile* (Podujevo, 20. septembar)
- Deutsche Welle: *Predizborna kampanja* (Kosovska Mitrovica, 1. oktobar)
- The Washington Times: *Romantično Kosovo?* (Vašington, 1. oktobar)
- The Independent: *Može li Koštunica spasiti Jugoslaviju* (London, 6. oktobar)
- RFI: *Srbija posle Miloševića* (Pariz, 7. oktobar)
- The Washington Post: *Pokušaj podrivanja nove vlasti* (Beograd, 9. oktobar)
- The Observer: *Srbija izlazi iz izolacije* (Beograd, 8. oktobar)
- The Daily Telegraph: *Sumnje u Koštunicu* (London, 10. oktobar)
- Financial Times: *Novi revolucionarni predsednik* (London, 10. oktobar)
- The Times: *Samo srpska posla* (London, 7. oktobar)

- Die Welt: *Režim pao kao zrela kruška* (Beograd, 11. oktobar)
- The Guardian: *Smena Miloševićevih poslušnika* (Beograd, 11. oktobar)
- Le Monde: *Pouke Miloševićeve ere* (Pariz, 7. oktobar)
- BBC: *Koštuničina ograničena moć* (London, 11. oktobar)
- The Washington Post: *Milošević u kontrapunktu* (Beograd, 11. oktobar)
- Le Monde: *Podrška EU Koštunici* (Beograd, 11. oktobar)
- Die Welt: *Vakuum na vlasti* (Beograd, 12. oktobar)
- The Independent: *Pukotine u DOSu* (Beograd, 13. oktobar)
- The Daily Telegraph: *Koštunica na vulkanu* (London, 13. oktobar)
- The Daily Telegraph: *Ko drži ključ slobode* (Beograd, 13. oktobar)
- Libération: *Nova Koštuničina pobeda* (Beograd, 17. oktobar)
- Die Presse: *Koštuničin pragmatizam* (Beč, 17. oktobar)
- La Republica: *Brisanje 10 godina za 10 dana* (Beograd, 15. oktobar)
- La Republica: *Svi Miloševićevi poslovi* (Beograd, 19. oktobar)
- USA Today: *Srbi, dobri momci* (Beograd, 18. oktobar)
- Le Monde: *Koštunica, čovek iz senke* (Pariz, 25. oktobar)
- Suddeutsche Zeitung: *Debalkanizacija Balkana* (Minhen, 26. oktobar)

Dominantne teme: izbori, 5.oktobar, Koštunica, Kosovo

septembar - oktobar 2006.

Tema:	broj članaka
Srbija	277
Balkan	216
Crna Gora (referendum)	11

Odabrani naslovi:

- The Washington Times: *Stabilnost na Balkanu* (Vašington, 3. septembar)
- Le Figaro: *Pregovori o statusu Kosova tapkaju u mestu* (Pariz, 5. septembar)
- Der Spiegel: *Guča: najžešća žurka na svetu* (Guča, 6. septembar)*
- Die Presse: *Srpske ambicije za ulazak u EU nerealne* (Beograd, 8. septembar)
- Deutsche Welle: *Ako bi Kosovo dobilo nezavisnost raspao bi se Južni Balkan* (Holburg, 12. septembar)
- Deutsche Welle: *Tadić: Srbija ne želi da vodi rat, Srbija želi mir* (Beograd, 13. septembar)

- Der Standard: *Beograd protiv nezavisnosti Kosova* (Beograd, 13. septembar)
- BBC: *Nezavisno Kosovo neizbežno rešenje* (London, 18. septembar)
- Liberation: *Hapšenje Mladića viza za Evropu* (Beograd, 27. septembar)
- Der Standard: *Opasna igra sa Kosovom* (Beč, 29. septembar)
- Deutsche Welle: *Povratak Miloševićevoj politici* (Priština, 20. oktobar)
- Deutschlandradio Keln: *Najveći pozorišni festival u Jugoistočnoj Evropi* (Kel, 27. septembar)*
- Frankfurter Rundschau: *Ima li Srbija još uvek vladu?* (Beograd, 4. oktobar)
- BBC: *Vlada igra opasnu igru* (London, 4. oktobar)
- Le Figaro: *Srbija i dalje plaća zbog ratova na Balkanu* (Pariz, 4. oktobar)
- Deutsche Welle: *Beograd torpedovao pregovore o statusu* (Bon, 8. oktobar)
- Junge Welt: *Marti Ahtisari srpski neprijatelj dana* (Berlin, 10. oktobar)
- Die Presse: *Balkanska igra oko Kosova* (Beč, 14. oktobar)
- Slobodna Evropa: *Nema političke volje da se uhapsi Ratko Mladić* (Beograd, 23. oktobar)
- Reuters: *Srbija usvojila prvi ustav posle Miloševićeve ere* (Beograd, 29. oktobar)
- Le Figaro: *Goran Paskaljević: Izneverene nade* (Pariz, 25. oktobar)*
- Glas Amerike: *Kraj igre na Balkanu – promena režima u evropskom stilu* (Vašington, 30. oktobar)

Dominantne teme: status Kosova – pregovori u Beču, Srbija i evropske integracije, Ustav Srbije

АНЕКС 3 – Министарство културе Републике Србије – *Нацрт закона о култури* –
segmenti vezani za Program kulturnog razvoja (8.7.2007).

Министарство културе Републике Србије

ЗАКОН О КУЛТУРИ НАЦРТ 08.08.07.

II. Остваривање културне политике

2. Програм културног развоја

Циљ

Члан 24.

Програм културног развоја утврђује основе културне политике у Републици полазећи од културних потреба грађана и остваривања општег интереса у култури.

Доношење

Члан 25.

Програм културног развоја доноси Народна скупштина Републике Србије на предлог Владе.

Програм културног развоја доноси се за период од четири године.

Садржај

Члан 26.

Програм културног развоја садржи:

а) принципе културне политике и то:

- 1) начела и циљеве културне политике;
- 2) приоритетна подручја и задаци културне политике;
- 3) начела и приоритете међуресорне сарадње (научно-истраживачки рад, едукација, међународна сарадња, креативна индустрија, културни туризам, итд.).

б) стратешке правце и инструменте културног развоја у областима културе:

- 1) заштите, истраживања и коришћења културних добара;
- 2) заштите српских културних вредности ван територије Републике;
- 3) подстицања културног стваралаштва и продукције;

- 4) унапређивања културног стваралаштва и културног изражавања националних и етничких мањина;
- 5) рада културних установа и других субјеката културног развоја;
- 6) планирања потреба кадрова у култури, њихове едукације и професионалног усавршавања;
- 7) научно-истраживачког рада у култури;
- 8) аматерске делатности у области културе;
- 9) међуресорне сарадње (мере и инструменте за стимулативну пореску политику у области културе, програми билатералне и мултилатералне сарадње, мере подстицања предузетништва у култури, итд.).

в) акциони план и то:

- 1) дефинисање активности везаних за реализацију приоритетних програма и пројеката и стратешких задатака (облике, начине и поступке реализације претходно наведених мера) за сваку делатност у области културе и сва међуресорна подручја предвиђена програмом културног развоја;
- 2) динамика спровођења;
- 3) одређивање субјеката реализације;
- 4) предвиђање буџетских и ванбуџетских средстава:
 - обим финансирања и суфинансирања јавних установа и других субјеката у појединим областима културне делатности;
 - однос средстава ангажованих из буџета Републике и из буџета аутономних покрајина, односно јединице локалне самоуправе за реализацију Програма културног развоја;
 - капитална инвестициона улагања у објекте и опрему јавних установа и других субјеката у области културе.

г) критеријуме и индикаторе евалуације.

Годишњи културни програм

Члан 27.

Министарство доноси годишњи програм којим утврђује начин и обим реализације Програма културног развоја у оквиру средстава предвиђених у републичком буџету и другим изворима финансирања.

Остваривање и праћење

Члан 28.

Влада, Министарство и друга министарства у оквиру својих надлежности старају се о остваривању Програма културног развоја.

Влада подноси Народној скупштини Републике Србије годишњи извештај о остваривању Програма културног развоја са оценом резултата и предлогом потребних мера за унапређење културних делатности по њиховим областима.

ANEKS 4 – UNESCO (2001) *Universal Declaration on Cultural Diversity*

segmenti

IDENTITY, DIVERSITY AND PLURALISM

ARTICLE 1 Cultural diversity: the common heritage of humanity

Culture takes diverse forms across time and space. This diversity is embodied in the uniqueness and plurality of the identities of the groups and societies making up humankind. As a source of exchange, innovation and creativity, cultural diversity is as necessary for humankind as biodiversity is for nature. In this sense, it is the common heritage of humanity and should be recognized and affirmed for the benefit of present and future generations.

ARTICLE 2 From cultural diversity to cultural pluralism

In our increasingly diverse societies, it is essential to ensure harmonious interaction among people and groups with plural, varied and dynamic cultural identities as well as their willingness to live together. Policies for the inclusion and participation of all citizens are guarantees of social cohesion, the vitality of civil society and peace. Thus defined, cultural pluralism gives policy expression to the reality of cultural diversity. Indissociable from a democratic framework, cultural pluralism is conducive to cultural exchange and to the flourishing of creative capacities that sustain public life.

ARTICLE 3 Cultural diversity as a factor in development

Cultural diversity widens the range of options open to everyone; it is one of the roots of development, understood not simply in terms of economic growth, but also as a means to achieve a more satisfactory intellectual, emotional, moral and spiritual existence.

CULTURAL DIVERSITY AND HUMAN RIGHTS

ARTICLE 5 Cultural rights as an enabling environment for cultural diversity

Cultural rights are an integral part of human rights, which are universal, indivisible and interdependent. The flourishing of creative diversity requires the full implementation of cultural rights as defined in Article 27 of the Universal Declaration of Human Rights and in Articles 13 and 15 of the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights. All persons have therefore the right to express themselves and to create and disseminate their work in the language of their choice, and particularly in their mother tongue; all persons are entitled to quality education and training that fully respect their cultural identity; and all persons have the right to participate in the cultural life of their choice and conduct their own cultural practices, subject to respect for human rights and fundamental freedoms.

CULTURAL DIVERSITY AND CREATIVITY

ARTICLE 7 Cultural heritage as the wellspring of creativity

Creation draws on the roots of cultural tradition, but flourishes in contact with other cultures. For this reason, heritage in all its forms must be preserved, enhanced and handed on to future generations as a record of human experience and aspirations, so as to foster creativity in all its diversity and to inspire genuine dialogue among cultures.

ARTICLE 8 Cultural goods and services: commodities of a unique kind

In the face of present-day economic and technological change, opening up vast prospects for creation and innovation, particular attention must be paid to the diversity of the supply of creative work, to due recognition of the rights of authors and artists and to the specificity of cultural goods and services which, as vectors of identity, values and meaning, must not be treated as mere commodities or consumer goods.

ARTICLE 9 Cultural policies as catalysts of creativity

While ensuring the free circulation of ideas and works, cultural policies must create conditions conducive to the production and dissemination of diversified cultural goods and services through cultural industries that have the means to assert themselves at the local and global level. It is for each State, with due regard to its international obligations, to define its cultural policy and to implement it through the means it considers fit, whether by operational support or appropriate regulations.

CULTURAL DIVERSITY AND INTERNATIONAL SOLIDARITY

ARTICLE 10 Strengthening capacities for creation and dissemination worldwide

In the face of current imbalances in flows and exchanges of cultural goods and services at the global level, it is necessary to reinforce international cooperation and solidarity aimed at enabling all countries, especially developing countries and countries in transition, to establish cultural industries that are viable and competitive at national and international level.

ARTICLE 11 Building partnerships between the public sector, the private sector and civil society

Market forces alone cannot guarantee the preservation and promotion of cultural diversity, which is the key to sustainable human development. From this perspective, the pre-eminence of public policy, in partnership with the private sector and civil society, must be reaffirmed.

SERBIA²⁰

2.4 International cultural co-operation

2.4.1 Overview of main structures and trends

One of the most important tasks identified by the government, from 2001 – 2003, was to re-establish the broken links with all international institutions and organizations. Specific cultural priorities had not been defined, but European integration is considered as an ultimate government task. The principal document relevant for this issue is the National Strategy of the Republic of Serbia SCG's Accession.

The Ministry for Culture in Serbia considers that cities and municipalities, as well as public cultural institutions, are very active internationally: working with the majority of relevant cultural institutions and individuals in formal and informal co-operation, linked with projects and initiatives of the international community from the private (NGO) and public sectors, including inter-governmental bodies such as the Council of Europe and UNESCO. However, the analysis of the scope of cooperation is not satisfactory, as it does not have a policy and priorities, and mostly is re-active to foreign demands.

The Ministry of Culture is currently working on the design of new model agreements for bilateral cultural co-operation, and a few more contracts are being prepared (Italy, Portugal, Tunisia, and Spain). From 2002 – 2005, eight bilateral cooperation agreements had been concluded (Croatia, Slovenia, United Kingdom, Turkey, Estonia, Latvia, Lithuania, Egypt, Bulgaria and Algeria). A specific co-operation agreement has been concluded with Hungary regarding the protection of national minorities (Hungarians in Serbia, and Serbs in Hungary).

One of the priorities of the Serbian Ministry of Culture is regional cooperation. It participates actively in the Council of Ministers of South East Europe, and supports the inclusion of culture in the Central European Initiative. In this respect, the Ministry of Culture is working with other relevant ministries from the region to establish a Regional Fund for Cinematography.

2.4.2 Public actors and cultural diplomacy

Cultural diplomacy is lead independently by each level of government, sporadically, without plan or general concept, mostly based on traditional established links. Even existing contracts are not seen as an obligation for strategic actions, so cultural diplomacy is mostly re-

²⁰ This profile was prepared in 2004 and updated in 2005 by Milena Dragicevic Sesic, Professor, University of Arts, Belgrade. Updated by Milena Dragicevic-Sesic and Hristina Mikic, Professor, Novi Sad Business School. Last profile update: November 2006.

active (responding to demands from abroad). The most important actor in international cultural cooperation is the city of Belgrade, creating and financing the most important international event in Serbia for each domain of art (October Salon / Visual Arts, FEST / Film, BEMUS / Music, BITEF / Theatre, Belgrade Book Fair / Literature), as well as for different generations and types of audiences (BELEF / summer festival, The Joy of Europe / children's creativity, etc.).

The role of cultural agencies and institutes was extremely important in the first few years of re-opening Serbia to the world, bringing new types of issues within the cultural debate and helping institutional reform. However, only Pro Helvetia is now supporting local cultural activities, while all the other similar organisations develop only promotional programmes relating to their own culture, or are supporting their own agendas, regardless of real community needs (e.g. British Council programmes of introducing the term and support for research relevant to creative industries).

It can be said that instruments of international cultural cooperation are not developed and used within certain strategies and programmes. There is no system to enable the long term commitment of public bodies, especially financial (guarantees for the programmes which have to happen in future), which prevents cultural managers from organizing big international events or network meetings (although for major sport events, the government is ready to provide such guarantees).

Training is sporadically organized by foreign cultural centres and embassies, in the fields where those embassies decide, or according to NGO or cultural institution initiatives (no Ministry policy involved). This means that the American Embassy organises fundraising training, while Italy is bringing in experts for restoration and conservation, etc. The Centre for Continuous Professional Development in Art, Culture and Media is developing, according to its own wishes and capacities, a training programme with international partners, together with the UNESCO Chair for Cultural Policy and Management (Interculturalism and Mediation in the Balkans), but each year has to address the Ministry and cities for support through general calls for projects (which prevents long term strategic thinking and planning). The UNESCO Chair developed a joint Masters programme with two French universities (I.E.P. Grenoble and University Lyon II), involving other European partners.

It is very difficult to make an assessment of trends in public financial support for international cultural co-operation, as there is no specific budget line or current statistical data, and as projects are supported through "disciplinary" categories (so, it is not certain if they had an international component and if they got public financing for this component).

2.4.3 European / international actors and programmes

Within the European framework, the Serbian Ministry decided to participate actively in all the programmes relevant to the region such as MOSAIC and the Integrated Rehabilitation Project Plan; the latter conducting a survey of the architectural heritage (2003-2006), establishing the PIL (Prioritized Intervention List) and working on a feasibility study for the creation of an Institute for Conservation and Restoration. The Ministry is also implementing projects within the framework of the CARDS programme (INTERREG III).

The Ministry of Culture and the Office for Ethnic Minorities are responsible for monitoring the implementation of the UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions.

2.4.5 Cross-border intercultural dialogue and co-operation

There are no government programmes to support trans-national intercultural dialogue, nor any specific government support for the trans-national activities of young people.

A small number of programmes promote talented young people to travel abroad, such as: travel grants for young musicians organised by the Ministry of Culture in 2006 (approx. 9 000 euros) and a similar Music Talent Fund of the City of Belgrade (40 000 euros per year), or specific Austrian Embassy mobility grants, awarded to 200 of the best students, to travel within the EU (summer 2006), but there is no policy on promoting language or cross-cultural training.

NGOs are the most active in this field, such as the European Movement and European House, students unions and associations (AEGEE, AISEC...), and activist NGOs such as Stalkers (sociology students), which organized several dialogues among Serbian and Albanian students from Kosovo. The University of Arts in Belgrade has regular summer schools and conferences, where partners from neighbouring countries participate in debates and dialogues. The Centre for Cultural De-contamination has organized many open debates and major programmes linked to rediscovering the truth about the latest wars, war crimes etc. Transitional Justice was one of the latest programmes in this respect, involving academics and students of media and journalism from Kosovo, Macedonia, Bosnia, Croatia, and Serbia.

3.3 Cultural policy objectives

Considering more than 10 years of devastation, extreme centralisation, étatisation and manipulation, the necessary priorities for all levels of public policy making created in 2001 were:

- decentralisation and désetatisation of culture;
- establishing an environment to stimulate the market orientation of cultural institutions and their efficient and effective work;
- setting a new legal framework for culture (harmonisation with European standards);
- multiculturalism as one of the key characteristics of Serbian society and culture;
- re-establishing regional co-operation and ties; and
- active co-operation in pre-accession processes to the CoE, EU and WTO.

The above priorities were never officially approved in the Serbian Parliament.

Since March 2004, the new Ministry of Culture of Serbia has not officially expressed its own priorities, although by interviews and statements, as well as by funding allocations, certain shifts in priorities can be observed, from those previously stated, to support for the protection of Serbian national cultural heritage (mostly sacral built heritage).

4.2 Recent policy issues and debates

4.2.2 Language issues and policies

From 1918 to 1991, the official language of the former Yugoslavia was Serbo-Croat, or Croato-Serbian, depending on which part of the country one lived. Both alphabets were recognised. Currently, there is also a third recognised language, derived from the same root,

the so-called Bosnian language, which is spoken in the Federation of Bosnia and Herzegovina, but claimed as the language spoken by Muslims living in Serbia and Montenegro.

From 1991, the official use of the Serbian language and script meant the following: use of language and script by government agencies, organs of autonomous provinces, towns and municipalities, organizations exercising public authority, public companies etc. The Law on the Official Use of the Languages stipulates which particular activities the provision applies. The official use of the language also applies to the inscription of names of towns and villages, other geographical names, streets, organs, organizations, public warnings and other public notices.

In the Republic of Serbia, the Serbian language and Cyrillic alphabet are in official use. The Latin script is used in municipalities having a considerable population belonging to people whose primary script is Latin, in line with their tradition. In those areas where significant numbers of ethnic minorities live, the minority languages are in official use concurrently with the Serbian language. After World War II, ethnic minorities gained the right to the official use of their languages.

In AP Vojvodina, 20 municipalities use an ethnic minority language in addition to Serbian. 11 municipalities recognise two ethnic minority languages, and five municipalities and the city of Novi Sad use three ethnic minority languages in addition to Serbian.

4.2.3 Intercultural dialogue: actors, strategies, programmes

Intercultural dialogue is not one specific issue and / or a priority of cultural or other policies in Serbia. It is mentioned in the discourse of international organizations only, and practised in some NGOs. Therefore, it can be said that the main actors addressing the issue of intercultural dialogue are coming from the third sector associations, public institutions supported by international donors from the third sector, or, to a smaller extent, from the culture industries.

The NGO theatres, such as Dah Theatre or the Centre for Cultural Decontamination, Cultural Centre Rex, etc. had developed a lot of real intercultural dialogue programmes and projects, from inclusive theatre performances to exhibition projects reviving the life of lost neighbours (Jewish community in Belgrade) or ignored neighbours (Roma community), as well as raising awareness and including immigrant communities (refugees from Croatia & Bosnia). Very often, those projects represented highly innovative hybrid artistic forms – such as a collage performance of Hamlet – Medea in the Centre for Cultural Decontamination, where classical and modern drama texts had been put in dialogue with documentary performances, based on real narratives of the Roma, and performed by them, while classical dramatic narratives had been performed as (contemporary dance). Dah Theatre created: Invisible City – performed on ‘bus 26’, in December 2005, during a normal bus drive for passengers. The performances aimed to raise awareness of multicultural Belgrade – Belgrade which is slowly disappearing or hiding its multicultural faces behind global billboards and new signs of the post-modern city of consumption. The main issue here was:

- How to preserve the heritage of others, and especially their intangible heritage, other ethnic groups who disappeared and cannot, through stories, lifestyles, gatherings and habits... keep their culture alive.
- How to keep a memory of lost neighbours: Jewish community, gypsies, Buddhist kalmik, white Russians... and Albanians, who used to come as seasonal workers, but

also on those dispersed in the city, such as Macedonians bakers, Gorani pastry shop owners...

The bus drive was also re-presenting new contemporary spatialisation of social relations – so theatre performance was happening on a bus – but the stage was always the street, the neighbourhoods that the bus was passing through, and important city landmarks – buildings that still keep memories of lost communities.

In the cultural industries, the issue of intercultural conflict, differences etc. have been addressed often, as it has "dramatic" but also "cathartic" aspects. However, it very rarely succeeded in having high artistic results, with the exception of the movies of Goran Paskaljevic, Emir Kusturica and Srdjan Karanovic (opening up the issues of intercultural dialogue between Serbian and Albanian, Roma or specific social non-integrated groups).

Otherwise, in popular movies, TV serials (Mixed Marriage on TV PINK), rock and folk music – in both dramatic and humorous ways, the stereotypes, prejudices and different options are presented without clear critical sensitivity.

Vojvodina represents particular and specific example of multiculturalism in Serbia. Due to the coexistence of languages, scripts, religions and traditions of different ethnic communities in its territory, Vojvodina has become a symbol of protection of diversity in relation to other parts of the country. A public information system, including the electronic media, is performed in eight languages (Serbian, Hungarian, Slovak, Romanian, Croatian, Roma, Ukrainian and Ruthenian). There are professional theatres in Serbian, Hungarian, Slovak and Romanian languages, financed from the budget. Classes are held in national minorities' languages, in more than 120 elementary schools. Therefore, the existence of cultural diversity is supported – but not dialogue between them.

SUMMARY

Key words: *identity, culture discourse, image, media discourse, stereotypes, European integrations, cultural policy.*

In the context of global processes the question of the cultural and ethnic identities, their position and possibilities for their sustainability and development is being posed, as well as question of implications of identity policy towards the wider social flows and trends.

The role of culture in contemporary society has ever higher importance, while the perspectives created through different mechanisms shape the all-accepted social values which constitute the identity mosaic. Therefore the role of culture has never been so important as now, as well as the need for re-questioning of the system of values and other elements that connect culture with identity. These are the ideological and social changes: the change of the system of values and the system of the national identification and representation.

The phenomena of Europe and European integration seem to be a relevant context for thinking through the mentioned topics within a unique thematic frame, which will gather the complexity of European, Balkan and Serbian cultural and civilization circles.

What are the identity and image of Serbia today, and what are they like somparing to Europe? Is there a clear thought about the own identity in Serbia? Which factors do endanger the development of Serbian identity in the process of European integration? To which extent are the stereotypes and prejudices present in the understanding and self-understanding of Serbia? What are the perspectives of identity and image of Serbia defined in that way? These are the questions in which the inner dialectics of Serbian representation is being found.

Cultural diagnostics, as a form of a specific analysis of Serbia, directs to the need for stepping out from the frames of common understanding of the problem and by sight hopeless situations related to the perceptions of identity, image and integrations. Therefore this kind of analysis was at the same time the search for the meaning as something essential that Serbia, at the actual moment lacks.

O AUTORU



Ljiljana Rogač je rođena u Jajcu (Bosna i Hercegovina), 1981. godine.

Diplomirala je 2005. godine na Fakultetu dramskih umetnosti (Odsek: Menadžment u kulturi, pozorišna i radio produkcija).

Od upisa interdisciplinarnih postdiplomskih studija Univerziteta umetnosti u Beogradu (Grupa za menadžment u kulturi i kulturnu politiku na Balkanu) 2005., Ljiljana Rogač je stipendista Ministarstva nauke Republike Srbije, i stipendista-istraživač na projektu Instituta za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti.

Pohađala je brojne obrazovne programe u zemlji i inostranstvu: Program *1000 mladih lidera Srbije* (Narodna kancelarija predsednika Srbije, Beograd, 2007.), *International Production Management* (Amsterdam-Maastricht Summer University, Amsterdam 2004.), Specijalni trening program za medijske praktičare iz Srbije (ORF - Donau Dialog, Beč 2002.)...

Učestvovala je na preko 20 stručnih skupova u zemlji i inostranstvu, i bila profesionalno angažovana na brojnim projektima u kulturi, radeći kao organizator, producent, menadžer za saradnju i PR menadžer. S obzirom na naročito iskustvo u oblasti komunikacija i odnosa s javnošću, Ljiljana Rogač je postala jedan od najmlađih članova Društva za odnose s javnošću Srbije.